



INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

A Importância da Comunicação para o Desenvolvimento:
o estudo de caso prático em Angra Toldo, São Tomé e Príncipe

Joana Seabra Gomes Domingos

Mestrado em Estudos de Desenvolvimento

Orientador:

Professor Doutor Rogério Roque Amaro

Professor Associado

ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Coorientadora:

Professora Doutora Bárbara Marques Ferreira

Professora Auxiliar Convidada

IPPS/ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Novembro, 2022

Departamento de Economia Política

A Importância da Comunicação para o Desenvolvimento:
o estudo de caso prático em Angra Toldo, São Tomé e Príncipe

Joana Seabra Gomes Domingos

Mestrado em Estudos de Desenvolvimento

Orientador:

Professor Doutor Rogério Roque Amaro

Professor Associado

ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Coorientadora:

Professora Doutora Bárbara Marques Ferreira

Professora Auxiliar Convidada

IPPS/ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Novembro, 2022

*Para o Avô,
que mesmo não estando
faz-se presente em cada conquista.*

Agradecimentos

Não há processo de aprendizagem que não envolva crescimento pessoal. Bem como não há crescimento se não nos rodearmos de pessoas que permitam que este aconteça. Assim, não posso deixar de começar por agradecer a quem fez parte dele permitindo-me crescer.

Gostaria de deixar um grande agradecimento ao Professor Doutor Rogério Roque Amaro, não só por todo o apoio contínuo prestado ao longo da elaboração da dissertação, mas principalmente pelo seu grande exemplo ao entregar-se às suas causas diárias com todo o entusiasmo e ambição. Agradeço também por ter aceite este desafio de me orientar em todas as fases deste processo, respeitando os tempos e as dificuldades pessoais sentidas. Que mais pessoas se deixem inspirar pelo seu exemplo.

Agradeço de igual forma à Professora coorientadora Bárbara Ferreira pelos seus contributos e pelas suas excelentes sugestões bibliográficas, que acrescentaram em muito a relevância do quadro teórico apresentado.

A todos os colegas do mestrado de Estudos de Desenvolvimento do ISCTE que me fizeram acreditar que estava no sítio certo, e me ajudaram a formar enquanto pessoa ativa na sociedade civil. Em especial, agradeço à colega e amiga Inês Tomaz, que tive a sorte de conhecer e que nestes anos prontamente se disponibilizou para me ajudar em tudo, motivando-me também pela sua força de vontade, foco e determinação.

Ao Avô, que a todos nos inspirou como exemplo a seguir. A pessoa que mais gostava que tivesse presenciado esta conquista, não só por ter sido sempre o maior apoiante de todas as decisões tomadas, mas por me fazer acreditar que a cada dia há uma oportunidade nova por descobrir e o quanto podemos crescer nessa aprendizagem.

À família, que é e sempre será um porto seguro para ir buscar forças e consolo e que tanto nos momentos mais complicados como nos mais felizes me apoia incondicionalmente e na sua forma tão característica. E em especial à minha irmã Rita, por me ter ajudado a construir a campanha de comunicação com a sua grande habilidade artística; para além de ser, na vida, uma inspiração desde sempre, tanto a nível profissional como pessoal.

Obrigada aos amigos, por respeitarem as minhas ausências e por serem os primeiros a celebrar os meus sucessos. Sem esta rede tão próxima de pessoas que me faz crescer e querer ser melhor, não teria chegado onde estou nem ambicionaria o que ambiciono hoje.

Ao João, pela paciência infinita e por transformar as noites de lazer em noites de estudo para que esta entrega fosse possível, atravessando comigo todas as marés de emoções e frustrações. As maiores demonstrações de amor refletem-se nestas pequenas, grandes ações.

Agradeço eternamente ao grupo de voluntariado da Equipa d'África. Com o caminho de introspeção pessoal vivido e com o voluntariado feito em Moçambique, nasceu uma Joana totalmente diferente, mas muito mais concretizada. Uma nova versão que procura encontrar um propósito em tudo aquilo a que se propõe, e que procura incessantemente deixar alguma marca nas vidas que se cruzam.

E por último agradeço muito à Helpo pela amabilidade de aceitarem que estudasse um dos seus projetos, e em especial à Bruna Jarimba que se mostrou sempre muito amável para que toda a pesquisa de terreno fosse bem-sucedida, incluindo-me na sua vida durante o tempo passado juntas. Esta gratidão também se estende a todas as mulheres que me acolheram em Angra Toldo e me receberam em suas casas como se lá pertencesse, e a todos os entrevistados que deram um pouco de si para que esta pesquisa fosse possível.

Por mais que os tente exprimir, não há “obrigados” que cheguem!

Resumo

O presente estudo incide sobre a importância da comunicação para apoiar projetos de desenvolvimento tendo em conta que existe, na maioria dos casos, uma fraca aposta na área. Procura-se entender qual o papel que tem vindo a ocupar em processos de desenvolvimento, e como poderá merecer a sua atenção futuramente. De igual forma, pretende-se demonstrar de que forma as comunidades poderão influenciar os processos de desenvolvimento quando, através da sua participação, se tornam os principais atores de uma mudança social. Esta emancipação política e social permitirá que as mesmas evoluam de forma sustentável, garantindo assim os seus direitos fundamentais.

Para tal efeito, no âmbito da dissertação analisou-se um estudo de caso centrado na comunidade de Angra Toldo, em São Tomé e Príncipe, junto de uma ONGD responsável por vários projetos. Assim, através de um trabalho de campo rigoroso essencialmente participativo, tiraram-se conclusões relevantes que vieram sustentar o quadro teórico apresentado.

Através dos resultados obtidos confirmou-se a importância da componente da comunicação em processos de desenvolvimento de forma a melhorar a sua eficácia, bem como se afirmou a necessidade de neste processo se incluírem métodos participativos. Conseguiu-se responder aos objetivos de partida definidos *à priori*, bem como se sugeriram algumas políticas públicas a adotar. Finalmente, foram também lançadas algumas das questões que poderão servir de objeto de análise para futuras investigações, visto que se trata de temas com potencialidade para um aprofundamento e reflexão.

Palavras-Chave: Comunicação para o Desenvolvimento, Desenvolvimento, Desenvolvimento Comunitário, Desenvolvimento Sustentável, Capacitação, Participação

Abstract

The following study reflects on the importance of communication in supporting development projects, taking into account the lack of investment in said matter — in the vast majority of cases. The goal is to better understand its role on the development processes, and how to retain its attention in the future. Likewise, there is present an attempt at demonstrating that communities — when active participants — become the main influential actors with the development processes. The political and social emancipation will allow for these communities to evolve themselves in a sustainable way, withholding its' fundamental rights.

For such effect, within the scope of this essay, a study was conducted in the Angra Toldo community, in São Tomé e Príncipe, alongside a NGOD responsible for various projects. The theoretical sphere of this essay is therefore supported by a rigorous participative field work.

After the thorough analysis of the results, the importance of communication in increasing the effectiveness of the development processes, is now confirmed as it is the clear need of participative methods. The initial goals defined *à priori*, were met and some public policies emerged. Lastly, some questions with the capacity to further the analysis and reflections on the matter were also raised and presented.

Keywords: Communication for development, Development, Community Development, Sustainable Development, Capacitation, Participation

Índice

Agradecimentos.....	i
Resumo.....	iii
<i>Abstract</i>	v
Índice de quadros.....	ix
Índice de figuras.....	ix
Glossário.....	xi
Introdução.....	1
1. Desenvolvimento.....	7
1.1. Contextualização histórica.....	7
1.2. O desenvolvimento como crescimento económico e principais críticas e propostas de desenvolvimento alternativo.....	9
1.3. Dos Desafios do Milénio aos Desafios do Desenvolvimento Sustentável.....	15
2. Desenvolvimento Sustentável.....	19
2.1. Enquadramento histórico.....	19
2.2. Apresentação do conceito e definição.....	22
2.3. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.....	23
2.4. Reflexão crítica.....	25
3. Desenvolvimento Comunitário/Local.....	31
3.1. Enquadramento histórico.....	31
3.2. Apresentação do conceito e Definição.....	33
3.3. Implicações metodológicas.....	36
3.4. Atores de desenvolvimento.....	37
3.5. Reflexão crítica.....	38
4. Comunicação para o Desenvolvimento	43
4.1. Enquadramento histórico do conceito de comunicação e da comunicação para o desenvolvimento.....	43
4.2. Comunicação e Globalização.....	48
4.3. Tipos e meios de comunicação para o desenvolvimento.....	51
4.4. Problemas de comunicação para o desenvolvimento.....	55
4.5. Estratégias de comunicação para o desenvolvimento.....	58
4.6. Reflexão crítica sobre a importância da comunicação em projetos de desenvolvimento.....	68

5. Estudo de caso prático.....	73
5.1. Metodologia.....	73
5.2. Contextualização.....	80
5.3. Principais características e critérios de seleção das pessoas contactadas.....	83
5.3.1. Participantes.....	83
5.3.2. Testemunhas privilegiadas.....	84
5.3.3. Trabalhadores da Helpo.....	85
5.3.4. Grupo focal.....	86
5.4. Análise de dados recolhidos.....	86
5.4.1. O nível de consumo de bebida alcoólicas.....	87
5.4.2. As perceções, implicações e consequências desse consumo.....	89
5.4.3. O papel e efeito das campanhas e meios de comunicação.....	92
5.4.4. A comunicação aos olhos das ONGD's.....	96
5.4.5. O papel das ONGD's e de outras instituições e serviços nesta temática.....	98
5.5. Resultado - esboço da campanha de comunicação.....	100
Conclusão.....	107
Referências Bibliográficas.....	117
Anexos.....	121

Índice de quadros

Quadro 4.1: As principais diferenças entre as duas formas de comunicação.....	52
Quadro 4.2: Comunicação para o desenvolvimento comparativamente com outros tipos de comunicação.....	53
Quadro 4.3: Matriz de planeamento estratégico da comunicação para o desenvolvimento.....	62
Quadro 4.4: Matriz do plano de comunicação para o desenvolvimento por objetivo e atividade.....	63

Índice de Figuras

Figura 4.1: Os cinco passos da comunicação estratégica.....	60
Figura 4.2: Fases do planeamento estratégico da comunicação para o desenvolvimento.....	61
Figura 4.3: Parcerias e intervenientes em processos de comunicação para o desenvolvimento.....	64
Figura 4.4: Etapas do <i>Design Thinking</i>	67
Figura 5.1: Fotografia 1 dos “slides” criados como facilitadores visuais.....	79
Figura 5.2: Fotografia 2 dos “slides” criados como facilitadores visuais.....	79
Figura 5.3: Fotografia com as participantes da sessão de grupo focal.....	79
Figura 5.4: Idades das 15 mulheres entrevistadas.....	84
Figura 5.5: Quantidade que bebem por dia - respostas das 15 participantes entrevistadas.....	87
Figura 5.6: Quantidade que bebem por dia - respostas da sessão de grupo focal.....	88
Figura 5.7: Porque bebem? - respostas das 15 participantes entrevistadas.....	90
Figura 5.8: Têm Televisão? - respostas das 15 participantes entrevistadas.....	92
Figura 5.9: Têm Rádio? - respostas das 15 participantes entrevistadas.....	93
Figura 5.10: Cartaz 1.....	102
Figura 5.11: Cartaz 3.....	102
Figura 5.12: Stickers.....	103

Glossário

CEO - Diretor Executivo

CFSC - *Communication for Social Change*

DLBC - Desenvolvimento Local de Base Comunitária

EUA – Estados Unidos da América

IDH – Índice de Desenvolvimento Humano

FAO - Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura

ICT - Tecnologias da informação e comunicação

IDT - Instituto da Droga e Toxicodependência

NOEI - Nova Ordem Económica Internacional

OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico

ODM – Objetivos de Desenvolvimento do Milénio

ODS – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

ONGD – Organização Não-Governamental para o Desenvolvimento

ONU – Organização das Nações Unidas

PIB – Produto Interno Bruto

PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

PLA - Problemas Ligados ao Álcool

POPMISA - População Materno-Infantil Sem Álcool em São Tomé e Príncipe

SICAD - Serviço de Intervenção nos Comportamentos Aditivos e Dependências

SMART - *Simple, Measurable, Attainable, Realistic, Time bound*

STP - São Tomé e Príncipe

TVS - Televisão são-tomense

UE - União Europeia

UNICEF – Fundo das Nações Unidas para a Infância

WCED - Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento

Introdução

Serve o presente estudo para analisar a relação entre duas áreas - Comunicação e Desenvolvimento - que nem sempre se combinam para promover projetos de desenvolvimento, mas que deveriam ser vistas como umbilicais e inseparáveis, pois quanto maior for a sua relação maior sucesso e alcance terá um projeto de cooperação para o desenvolvimento.

Uma das condições que deve ser assegurada em projetos participativos é a comunicação eficaz, ponderada e adequada. Todas as comunidades têm linguagens únicas e especificidades culturais, pelo que assimilam a informação de forma variada. Assim, através dos diferentes meios de comunicação e tendo em consideração os recursos disponíveis, é possível alcançar diferentes grupos e transmitir mensagens distintas.

Sem uma comunicação participativa não se irão assimilar a informações da forma desejada. Servirá este estudo para concluir qual o papel da comunicação em processos de desenvolvimento, qual a importância do empoderamento e da participação das comunidades nos mesmos, e quais os meios e estratégias de comunicação mais adequados tendo em conta diversos fatores culturais e locais, tais como: os recursos materiais e financeiros disponíveis; as características e necessidades das comunidades; a aceitação e participação da população em causa, entre outros fatores.

O objeto de estudo do trabalho incidiu sobre uma comunidade de Angra Toldo, em São Tomé e Príncipe, com especial foco nas mulheres que a habitam. Visto que no estudo se pretende demonstrar a importância da comunicação em projetos de desenvolvimento bem como defender uma presença forte no terreno para se entenderem as principais dificuldades e necessidades comunicacionais, não faria sentido deixar de sustentar essas mesmas palavras com um estudo de caso prático. Angra Toldo foi a comunidade escolhida pois conseguiu-se estabelecer à partida uma parceria com a organização Helpo, para que se pudesse durante um mês recolher materiais e acompanhar de perto um dos seus projetos em curso em São Tomé e Príncipe, projeto esse que estava numa fase inicial de implementação de uma estratégia de comunicação para reforçar a sua mensagem à comunidade. Assim, tornou-se esta uma oportunidade excelente para se fundamentar o quadro teórico com a prática e vivência de terreno.

No que toca à pertinência científica do trabalho, pensa-se que este contribui para a academia pois reúne autores relevantes, produz conhecimento e aborda conceitos atuais e fundamentais. Assim, a presente dissertação terá interesse para a área das ciências sociais no geral, bem como para as áreas mais específicas de desenvolvimento e de comunicação para o desenvolvimento.

Relativamente à pertinência a nível político, o estudo aborda a forma de intervenção pouco eficiente do estado são-tomense, bem como refere algumas políticas públicas que poderão ser adotadas para que a realidade se altere. Estuda-se também o papel da sociedade civil nos processos de desenvolvimento, sendo que o principal foco das organizações deveria passar por criar relações e parcerias com o governo e os múltiplos atores presentes no terreno, de forma a serem criadas dinâmicas de governança partilhada e participativa. Espera-se que estas dinâmicas respondam então às necessidades das comunidades para que haja um desenvolvimento das mesmas, o que remete para o ponto seguinte.

O estudo tem também uma pertinência social, na medida que procura contribuir para o bem-estar das populações locais, promovendo o desenvolvimento comunitário/local, capacitando a população, e criando soluções para que existam melhorias significativas nas suas vidas. Esta emancipação política e social permitirá às comunidades evoluir de forma sustentável e garantir os seus direitos mais básicos para que vivam uma vida digna e justa.

Finalmente, sendo este tema de especial interesse pessoal da investigadora, tem também a sua pertinência a esse nível pois pretende-se que o conteúdo seja construído em torno de uma experiência teórico-prática, conjugando as aprendizagens da investigadora adquiridas ao longo da licenciatura em Comunicação e em experiências de trabalho em agências de comunicação em Portugal (Cacto Animation Studio) e Moçambique (Anima Estúdio Criativo), e em ONGD's (Oikos); bem como de diversas experiências de voluntariado nacional e internacional; e ainda da experiência de investigação mais recente com a comunidade estudada em São Tomé e Príncipe enquanto mestranda em Estudos de Desenvolvimento, que acredita no peso que a comunicação pode ter num projeto de cooperação para o desenvolvimento.

O objetivo geral do trabalho será o de enfatizar a importância da comunicação para o desenvolvimento em projetos de cooperação, bem como quais as considerações a ter quando se pretende comunicar da melhor forma com diferentes comunidades. Esta área, frequentemente

marginalizada, deve ser vista como essencial para o sucesso de qualquer projeto de intervenção social. Assim sendo, a escrita basear-se-á nas seguintes perguntas de partida:

- De que forma um projeto de cooperação poderá ser beneficiado se apostar numa estratégia de comunicação eficaz e adaptada à realidade local?
- Quais as mais valias de incluir a comunidade na criação das peças comunicacionais?
- Quais as formas mais eficazes de comunicar com diferentes tipos de comunidades, tendo em consideração os recursos disponíveis e as necessidades?

Destas perguntas de partida, é então possível reunir 3 principais objetivos de investigação, e um outro que podemos chamar de objetivo complementar, sequencial e indireto. Relativamente aos objetivos específicos, o estudo propõe-se então a:

- Clarificar, demonstrar e promover a importância da comunicação em projetos de desenvolvimento, bem como concluir os benefícios que uma ONGD terá ao apostar nesta área;
- Estudar alternativas simples de comunicar quando, numa comunidade, os recursos são reduzidos e limitados;
- Reconhecer a necessidade de adaptar a comunicação consoante as necessidades e especificidades culturais e humanas das comunidades, bem como demonstrar a importância dos seus contributos ativos e participativos na comunicação para o desenvolvimento;

Como objetivo complementar, sequencial e indireto, pretende-se:

- Enfatizar a necessidade e os benefícios de existirem profissionais especializadas em comunicação dentro de cada ONGD e/ou projeto de desenvolvimento;

As ilações tiradas acerca destes assuntos não serão feitas somente através de uma pesquisa bibliográfica e do quadro teórico, mas principalmente através de um estudo de caso prático que envolveu uma observação participativa e uma aproximação profunda da comunidade em causa. Foi feita uma parceria com uma ONGD, a Helpo, que facilitou o contacto com a comunidade de um dos seus projetos em São Tomé e Príncipe. Desta forma, este projeto serviu como objeto de estudo para a presente dissertação e para eventuais conclusões da mesma.

O trabalho encontra-se dividido em 5 capítulos principais, subdivididos por sua vez em vários pontos mais concretos. Num primeiro capítulo aborda-se de forma geral o tema do

desenvolvimento, fazendo a sua contextualização histórica e a evolução do conceito ao longo do tempo. No segundo capítulo é explorado o conceito de desenvolvimento sustentável, sendo este um dos conceitos de desenvolvimento alternativo mais reconhecidos e utilizados à escala mundial e organizacional. Como terceiro capítulo surge o desenvolvimento comunitário como foco, sendo que se considera este como o conceito de desenvolvimento alternativo mais adequado ao projeto estudado pois potencia a participação e o empoderamento das comunidades, para que estas sejam os principais atores do desenvolvimento. No quarto capítulo aborda-se o tema da comunicação, sendo este um dos conceitos principais da dissertação. Neste capítulo explora-se a evolução do conceito, a sua relação com o mundo globalizado, os principais problemas de comunicação para o desenvolvimento, e quais os melhores tipos, meios e estratégias de comunicação em projetos de desenvolvimento. Por fim, no quinto e último capítulo, passa-se para a parte mais prática do estudo, onde se contextualiza o projeto e o terreno estudados, se caracterizam os participantes, se analisam os dados recolhidos, e se mostram os resultados da campanha de comunicação criada para o efeito.

Ainda na introdução torna-se importante enumerar algumas das dificuldades sentidas tanto durante a escrita do quadro teórico, como no período da pesquisa de terreno. Na escrita da teoria, a maior dificuldade surgiu quando em alguns temas se tornou difícil encontrar bibliografia e referências adequadas e relevantes ao que se pretendia aprofundar. Mas com a ajuda do orientador e coorientador esta dificuldade foi ultrapassada com sucesso, devido às referências que estes deram a conhecer. Também em alguns dos temas foi desafiante encontrar referências adequadas mais recentes (dos últimos 4 anos). Por mais que se tentasse contrariar isso, a maioria das referências são anteriores ao ano de 2018.

Já no terreno, as dificuldades sentidas foram outras:

- No início da pesquisa de terreno houve uma dificuldade na aproximação da comunidade por se estar muito dependente da disponibilidade dos trabalhadores do projeto para acompanharem a investigadora ao terreno numa primeira visita, e darem-lhe assim a conhecer a comunidade e apresentar às mulheres com quem ia trabalhar. Assim que este primeiro contacto foi feito, a investigadora ultrapassou esta dificuldade e ficou autónoma na sua pesquisa.
- Devido à comunidade estar habituada a uma ajuda assistencialista por parte de outras organizações, surgiu uma dificuldade relacionada com a ideia de que a investigadora iria oferecer algo em troca, quer fosse monetário ou material; o que comprova a existência de

uma intervenção-tipo muito comum meramente assistencialista, pelo que se torna difícil para os agentes de intervenção contrariarem esta lógica e desconstruir certas ideias previamente concebidas.

- Na sessão de grupo focal, foram convocadas apenas 15 senhoras mas apareceram mais do dobro. Toda a sessão foi assim mais confusa e menos produtiva, pois os vários contributos misturavam-se. Isto levou até a que se perdessem algumas informações relevantes. Claro está que a solução técnico-científica mais apropriada para esta situação deveria ter passado por não deixar que mais de 15 mulheres participassem, ficando só a assistir. No entanto, do ponto de vista social e cultural quebrar-se-ia a relação com a comunidade, e seria uma atitude muito mal vista por estar a excluir participantes realmente interessadas. Assim, decidiu-se “abrir portas” pois mesmo que dessa decisão resultasse uma sessão mais confusa, poderiam também recolher-se novos contributos, opiniões e ideias e com isso a sessão tornar-se-ia mais rica.
- O tempo no terreno (sensivelmente um mês) foi bastante curto para completar todas as atividades propostas. Só as 23 entrevistas se tornaram exigentes, pois os entrevistados se encontravam em diferentes pontos na ilha de São Tomé, e por isso não seria direto nem rápido chegar até às mesmas.
- Idealmente, esperava-se que a pesquisa de terreno fosse realizada numa altura mais próxima da entrega da dissertação. A pesquisa foi feita em Outubro de 2021, sendo a dissertação entregue em Novembro de 2022. Por esta razão, num ano foram esquecidas algumas informações relevantes do terreno que só foram recordadas por se terem registado todas as questões observadas e se terem gravado todos os contributos dos participantes durante a pesquisa de terreno.
- Como não foi uma obrigatoriedade imposta por ninguém senão pela própria investigadora, demorou-se algum tempo a concluir uma proposta para a campanha de comunicação, atendendo à sua escassa disponibilidade para desenvolver um trabalho estruturado devido a ter de conciliar o trabalho, o mestrado, o voluntariado e muitas outras atividades nas quais participava. Contudo, quando se elaborou a apresentação de uma proposta, a Organização necessitava de um resultado final numa altura que não foi possível concretizar pelo surgimento de fatores externos que entretanto se sobrepuseram.

1. Desenvolvimento

No presente capítulo irá fazer-se uma breve introdução ao tema do desenvolvimento de forma genérica e sumária. Num primeiro subcapítulo de contextualização histórica, irão enunciar-se as principais transformações - nomeadamente as socioeconómicas, políticas e culturais - e acontecimentos fulcrais para que o conceito ganhasse outros contornos e apropriações. Posteriormente, no segundo subcapítulo dar-se-á ênfase à época em que o conceito de desenvolvimento era sinónimo de crescimento económico e explicar-se-ão as principais críticas a esta ideia, com recurso a atores que se pronunciaram sobre o tema e apresentaram novas propostas de desenvolvimento alternativo - destas novas propostas, irá fazer-se uma breve descrição sobre cada uma delas. Por fim, num último subcapítulo irá abordar-se o tema dos Desafios do Milénio e das principais diferenças com os mais tarde chamados Desafios do Desenvolvimento Sustentável.

Será então um “capítulo base” e introdutório para os capítulos que se seguem posteriormente, sendo que o tema do desenvolvimento é uma das peças mais importantes para a presente dissertação.

1.1. Contextualização histórica

O conceito de desenvolvimento é extremamente complexo e está presente em múltiplas áreas disciplinares. Tem sofrido inúmeras alterações da sua interpretação ao longo dos anos pelo que se trata de um tema alvo de muitas críticas e que está em constante construção e transformação. Segundo interpretação apresentada nas suas aulas de Teorias e Práticas de Desenvolvimento do mestrado de Estudos de Desenvolvimento por Luís Francisco de Carvalho, as maiores transformações que contribuíram para a mutação deste conceito aquando do surgimento do mesmo foram as Socioeconómicas, as Políticas e as Culturais.

As Transformações Socioeconómicas iniciaram-se numa era de viagens oceânicas e reorganização do espaço e do tempo, onde se despoletou uma intensa atividade mercantil que começou a integrar as colónias norte-americanas às economias da América Central, África e Europa. Este comércio triangular impactou bastante os diferentes continentes e a comercialização ganhou outra dimensão.

No entanto, é mais tarde que existe uma transformação estrutural do ponto de vista económico devido à Revolução Industrial. A partir de 1760 iniciou-se uma época transformadora, onde os métodos de produção artesanais foram substituídos por máquinas e métodos de trabalho mais eficazes e eficientes. Esta dinamização da economia fez com que o termo Industrialização fosse visto como sinónimo de desenvolvimento, sendo que com ele emergiu uma economia e sociedade que tinha o mercado como princípio regulador da vida económica e social (Meier, 2005). Surgiu assim um capitalismo industrial, que levaria conseqüentemente a um crescimento económico e demográfico exponencial, onde existiu um aumento da população urbana e uma emergência de novos grupos e movimentos sociais como o proletariado industrial em contraste à ascensão social da burguesia.

Dentro de alguns anos, em 1789, a Revolução Francesa veio trazer Transformações Políticas ao conceito de desenvolvimento. Esta iniciou-se principalmente devido ao aumento das desigualdades a nível social e económico, à má gestão económica e política do rei Luís XVI, ao fracasso agrícola, e ainda ao surgimento de novas ideias políticas, intelectuais e filosóficas resultantes do Iluminismo. Esta Revolução criou uma enorme agitação em França, que posteriormente se estendeu para todo o continente europeu. Aqui, foi derrubada a hierarquia de monarcas e aristocratas por novos princípios de Liberté, Egalité e Fraternité e deu-se a emergência de novos conceitos relativos aos direitos humanos, democracia e direitos políticos (Amaro, 2003).

Relativamente às Transformações Culturais que influenciaram o tema do desenvolvimento, podemos referir a importância da emergência da ciência moderna, que veio trazer um espírito racional e a razão, que contrariavam a fé e tradição. Houve assim um afastamento da religião, e com isso um progresso histórico a diversos níveis.

Numa altura onde se fazia a distinção entre os países desenvolvidos e os países em desenvolvimento segundo o binómio “civilizados” e “primitivos”, havia um sentimento imperialista e colonialista do Ocidente que se considerava superior e encarregue de uma “missão civilizadora”. No entanto, desta civilização moderna surgem novos movimentos, críticas e tensões. Surgem igualmente as ciências sociais (como a sociologia) que procuravam dar resposta às problemáticas sociais existentes (Ideias retiradas de aulas de Teorias e Práticas de Desenvolvimento do mestrado Estudos de Desenvolvimento, lecionadas por Luís Francisco de Carvalho).

Mais tarde, no século XX, o Plano Marshall viria a influenciar em larga escala este paradigma, pois dele pretendia-se conseguir uma reorganização pós-guerra e uma cooperação internacional, onde os EUA tiveram a iniciativa de ceder empréstimos externos às economias ocidentais. À semelhança, o célebre Ponto 4 do discurso de Truman (1949) incentivava ao progresso através do capitalismo para que houvesse um crescimento económico. Neste discurso encontra-se patente a ideia de que os países “subdesenvolvidos” são primitivos e estacionários e que o atraso pode ser superado com a ajuda e cooperação dos países desenvolvidos, sendo essa prosperidade benéfica para ambas as partes (Ferreira & Raposo, 2017: 117).

O adjetivo “subdesenvolvido” aparece também no final deste mesmo discurso para caracterizar países “economicamente atrasados”. Isto levou a que o próprio conceito de “desenvolvimento” se alterasse, pois nele estava subjacente a ideia de que os países “subdesenvolvidos” estariam numa fase transitória e de mudança até ao seu desenvolvimento. Estes, poderiam estar mais atrasados em relação a outros, mas poderiam esperar alcançar o mesmo desenvolvimento, assim como teriam a ajuda dos países desenvolvidos para o atingir (Amaro, 2017: 79).

Posto tudo isto, pode-se afirmar que inicialmente o conceito de desenvolvimento era, então, sinónimo de prosperidade económica. Mas à medida que a sociedade evoluiu e ficou mais crítica e reflexiva, este foi ganhando outras formas, significados e dimensões, as quais serão escritas posteriormente.

1.2. O desenvolvimento como crescimento económico e principais críticas e propostas de desenvolvimento alternativo

Ao longo das décadas o conceito de Desenvolvimento foi sendo discutido entre múltiplos autores, mas só no contexto pós Segunda Guerra Mundial viria a ganhar uma conotação mais sustentada e reconhecida internacionalmente. Numa primeira fase do pós-guerra, a visão do desenvolvimento era ainda maioritariamente economicista.

Nos anos 50 e 60, o adjectivo «sustentado» era frequentemente usado, pelos economistas do desenvolvimento, associado ao crescimento económico («sustained growth»), significando o processo «virtuoso» de crescimento económico continuado, assente numa causalidade positiva e duradoura entre investimento (em capital fixo), produtividade (do capital e do trabalho), aumento da produção e poupança (Amaro, 2016: 102).

Nesta perspetiva, desde que o crescimento económico estivesse presente e fosse sustentado, haveria prosperidade duradoura e um bem estar geral da sociedade. Vários autores defendiam esta ideia, nomeadamente Gilbert Rist que afirmava que a chave para a prosperidade e a felicidade de uma comunidade se baseava no aumento da produção, e não no constante debate sobre a organização da sociedade, a propriedade dos meios de produção ou o papel do Estado. Assim, quanto maior fosse a produção, melhor estaria o estado de desenvolvimento do país (Rist, 2008: 76). Já o economista norte americano Rostow afirmava que todas as sociedades estariam inseridas num “grau de desenvolvimento” dependendo da sua fase de prosperidade económica - desde a sociedade tradicional à maturidade e consumo em massa - e que o principal para haver desenvolvimento seria transitar da tradição para a modernidade (Rist, 2008: 96).

O conceito de desenvolvimento era então dominado, numa primeira fase, pelos economistas e estava umbilicalmente ligado à ideia de crescimento económico, assumindo uma lógica mais material e economicista e associado a uma série de “mitos”, tais como: o Economicismo (ideia de que o desenvolvimento tem na economia o seu pilar fundamental); o Produtivismo (o qual valorizava as pessoas pela sua produtividade física, em termos de indicadores meramente económicos, sendo apenas o tempo produtivo das pessoas valorizado na sociedade); o Consumismo (que iria revelar o prestígio social); a Industrialização; o Tecnologismo (crença no progresso tecnológico para desenvolver os problemas sociais); o Quantitativismo; o Antropocentrismo (com duas versões: a versão individualista – versão capitalista – e coletivista – versão socialista); o Racionalismo (sublinhando a predominância da razão); o Urbanicismo (dando particular relevo à vida nas cidades); o Etnocentrismo eurocêntrico (o que se passa na Europa é visto como a referência a seguir por todos); e o Uniformismo (que corresponde ao princípio de assumir que há um caminho que é o “melhor” e que deve ser seguido por todos, sendo o mesmo demonstrado pelos países que vão à frente a nível de desenvolvimento e que funcionam como referência e por isso devem ser tendencialmente imitados) (Ferreira & Raposo, 2017: 119).

Em suma, do ponto de vista estratégico o modelo de desenvolvimento economicista assentava na ideia de que há uma estratégia prioritária (a do crescimento económico) e secundárias (das outras áreas). A estratégia principal, do ponto de vista metodológico, assentava no investimento em capital fixo, na inovação tecnológica e na aposta nas melhorias de produtividade. Quanto às estratégias de segundo nível, estas estavam assentes em intervenções

tecnocráticas de cima para baixo (*bottom-up*), de natureza exógena, de incidência setorial, de permanência no gabinete, de controlo, fiscalização e exercício de poder e dominação, segundo uma lógica de “pronto a vestir” e, essencialmente, de base racional.

Estas foram algumas das características-chave do conceito de desenvolvimento que predominou nos 30 anos que se seguiram à Segunda Guerra Mundial. Tornou-se assim um conceito muito marcante, que influenciou pessoas, planos e ideologias de políticos e governantes – o que tem consequências metodológicas muito presentes ainda hoje nas concepções políticas, nas medidas de ação e nas metodologias de intervenção (Ideias retiradas de aulas de aulas de Seminário de Teorias e Práticas de Desenvolvimento do mestrado Estudos de Desenvolvimento, lecionadas por Rogério Roque Amaro).

Esta visão predominantemente económica, claramente insuficiente e pouco ampla, começou a ser posta em causa. Só mais tarde é que se viu o conceito aos olhos de uma multiplicidade de disciplinas e acrescentaram-se outras visões para além da economista, e isto deve-se principalmente a cinco principais fatores (Amaro, 2017: 87):

- Os países do “terceiro mundo” estavam bastante desiludidos face às expectativas criadas e às promessas de desenvolvimento. Estes consideravam que a sua independência traria desenvolvimento, progresso e bem-estar - realidade que não se verificou. Também se iludiram com as promessas de ajuda das Nações Unidas definidas na Conferência de Bandung, as quais não foram concretizadas. Neste sentido ganhou-se uma consciência crítica de que os países capitalistas e ditos desenvolvidos tinham criado uma relação de dependência e imposição de processos de desenvolvimento.

A ausência de participação dos “recetores da ajuda” no planeamento do desenvolvimento manifestava-se como uma nova forma de opressão e colonização dos povos, vistos como “subdesenvolvidos”, que veriam as suas culturas e formas de organização política e social alienadas pela imposição do capitalismo e outros quadros ocidentais (Ferreira & Raposo, 2017: 120).

- Começaram a notar-se muitas manifestações de mal-estar social e cívico nos países desenvolvidos, em que a sociedade se começou a exprimir e a pôr em causa o modelo de desenvolvimento dos países capitalistas que se relevava inapropriado e ineficaz. Nesta altura construiu-se um grande sentido crítico em relação ao modelo de desenvolvimento apoiado até à data e aos modos de vida das sociedades ocidentais, pelo que surgiram movimentos de luta armada contra o modelo capitalista (como as Brigadas Vermelhas, em Itália). Foi também uma época bastante revolucionária, de luta pelos direitos humanos

(principalmente nos EUA com personalidades como Rosa Parks, Martin Luther King e Malcolm X) e de criação do movimento “hippie” que apresentava a paz e o amor como diálogo alternativo à violência. Todos estes fenômenos contribuíram para o surgimento de novos movimentos e dinâmicas sociais que pretendiam impor mudanças na sociedade.

- Após a origem de movimentos ecologistas e de defesa da natureza iniciados no século XIX, na segunda metade do século XX registou-se uma nova tomada de consciência para com os problemas ambientais e reconheceu-se a problemática a nível institucional. Em 1972 realizava-se a 1ª Conferência da ONU (Conferência de Estocolmo) e o Clube de Roma, com o fim de se discutir esta temática preocupante e estabelecer os “limites do crescimento”.
- Observaram-se múltiplas crises económicas, das quais é exemplo a crise de petróleo de 1973, que criaram uma grande instabilidade económica e que vieram pôr em causa a relação entre desenvolvimento e crescimento económico, que era considerada até à data como positiva e umbilical.
- Registaram-se ainda múltiplas crises sociais e políticas nos países socialistas (como a “Primavera de Praga” em 1968, o Colapso da alternativa socialista e o culminar de tudo, com a Queda do Muro de Berlim, em 1989) (Amaro, 2017: 88).

Todos estes fatores levaram a que o tema de desenvolvimento visto até aos anos 70 numa perspetiva bastante economicista, sofresse uma viragem e reformulação para que nele estivessem incluídas as novas problemáticas e desafios atuais. Ao conceito foram acrescentadas e tidas em conta novas dimensões e fileiras, organizadas por proximidade categorial: fileira ambiental, das pessoas e das comunidades (*people-centered*), e dos direitos humanos e dignidade humana (Amaro, 2003).

Destas categorias surgiram os conceitos de desenvolvimento alternativo, que têm em conta as diferentes “famílias conceptuais” descritas anteriormente (Amaro, 2003):

- Desenvolvimento Sustentável - Surgiu com a Conferência de Estocolmo (ONU) e com o Relatório do Clube de Roma “Limits to Growth” em 1972, onde se concluiu que os recursos naturais usados de forma desmedida até então, teriam de ser preservados para que não pusessem em causa a satisfação de necessidades das gerações futuras. Este conceito foi alvo de inúmeras críticas e reformulações até aos dias de hoje e é um dos

conceitos de desenvolvimento alternativo que mais peso e apropriações institucionais tem visto que é usado à escala da ONU (atuais ODS) e como referência mundial.

- Desenvolvimento Comunitário/Local - Apareceu na década de 80, e veio propôr um novo método de intervenção, que primeiramente se preocupava com a auscultação das comunidades sobre as suas necessidades, e posteriormente com a mobilização das capacidades e recursos endógenos, assumindo uma perspectiva integrada e multidimensional dos problemas e das respetivas soluções.
- Desenvolvimento Participativo - Conceito que se desenvolve como extensão ao Desenvolvimento Comunitário/Local, e onde o princípio da participação se torna o foco. Nesta perspectiva, existe um envolvimento ativo das pessoas, quer do ponto de vista individual como coletivo, para que estas alcancem, através dos seus processos de mudança, um “bem-estar” e “bem viver”.
- Desenvolvimento Humano - Surge na década de 90, devido principalmente ao Relatório de Desenvolvimento Humano que estabeleceu como condições materiais mínimas o acesso à educação e o acesso ao conhecimento, a vida longa e saudável, a igualdade de oportunidades e de género, a liberdade, a segurança humana, e a sustentabilidade.
- Desenvolvimento Social - Que acabou por especificar em 1995 como se poderiam garantir os “mínimos sociais” através de um conjunto de políticas públicas, tais como: um rendimento mínimo; uma escolarização gratuita, mínima e obrigatória; um acesso mínimo aos serviços de saúde pública com planos de vacinação, de assistência materno-infantil e de apoio aos mais velhos gratuitos; e condições legais de trabalho digno (Amaro, 2003: 18).
- Desenvolvimento Integrado - Enfatiza a importância da cooperação institucional para que os vários atores institucionais trabalhem em parceria e em rede, com um objetivo comum à resolução de problemáticas da atualidade (Amaro, 2003: 19).

Assim sendo, estas novas visões do desenvolvimento opuseram-se à visão tradicional do mesmo, sendo que “a maior parte delas emergiu para colmatar falhas detectadas nos modelos de desenvolvimento dominantes, introduzindo novas perspectivas teóricas, dimensões normativas e, em alguns casos, métodos de intervenção” (Ferreira & Raposo, 2017: 137).

Com estas novas visões assistiram-se a mudanças e inovações (Amaro, 2017):

- Assumiu-se o caráter multidimensional e interdisciplinar do desenvolvimento, em oposição à unidimensionalidade economicista;
- O foco passou a não ser apenas a satisfação das necessidades humanas, mas também a valorização das suas capacidades;
- Foi reconhecida a importância do envolvimento das pessoas, da sua participação e do *empowerment* nos processos de desenvolvimento;
- Apostou-se na multiterritorialidade, ou seja, numa visão territorial mais diversificada que introduz vários territórios como referência e não apenas o Estado-nação;
- Criou-se uma nova relação com a natureza e um maior respeito pela mesma;
- Surgiram da sociedade civil novos protagonistas (cidadãos, organizações formais e informais), pelo que o Estado e as empresas deixaram de ser os únicos intervenientes;
- Valorizou-se a pluralidade e diversidade dos processos de desenvolvimento, recusando-se conseqüentemente a ideia do *one size fits all*.

Apesar de todas as reformulações do conceito de desenvolvimento ao longo das décadas, existem inúmeras críticas pós-desenvolvimentistas de diversos autores que apresentam conceitos alternativos ao desenvolvimento. Esta poderá intitular-se como a “terceira fase” da história do desenvolvimento, que questiona os conceitos de desenvolvimento utilizados até à data ligando os mesmos ao capitalismo, ao colonialismo e ao patriarcalismo. Certos autores propõem até banir o uso da palavra, defendendo uma era do pós-desenvolvimento e substituindo-o por conceitos alternativos ao desenvolvimento baseados em propostas de valores provenientes dos países do Sul (e não somente dos países do Norte). São alguns destes críticos Wolfgang Sachs, Arturo Escobar, Gustavo Esteva, Boaventura de Sousa Santos, Gilbert Rist, Alberto Acosta, Serge Latouche, Eduardo Gudynas, e os conceitos alternativos ao desenvolvimento mais conhecidos o *Buen Vivir*, a Felicidade Interna Bruta, o *Wellbeing* e o Florescimento Humano, propostas estas que serão abordadas mais aprofundadamente no capítulo seguinte (Amaro, 2017). Este termo sem dúvida que é, então, um tema alvo de inúmeras críticas e que está e estará sempre em constante mutação e adaptação.

1.3. Dos Desafios do Milénio aos Desafios do Desenvolvimento Sustentável

Foi na década de 90, com o término da Guerra Fria, que se sentiu mundialmente a necessidade de responder a problemáticas sociais e atingir mínimos de bem-estar económico, desenvolvimento social e sustentabilidade. Assim sendo, no ano de 2000, 189 nações juntaram-se com o fim de combater a pobreza extrema e colmatar diversos problemas sociais. Estas nações comprometeram-se através dos Objetivos de Desenvolvimento do Milénio (ODM) a atingir 8 metas a serem alcançadas até 2015, sendo estas (ONU, 2000):

- 1- Reduzir para metade a pobreza extrema e a fome;
- 2- Alcançar o ensino primário universal;
- 3- Promover a igualdade entre os sexos;
- 4- Reduzir em dois terços a mortalidade infantil;
- 5- Reduzir em três quartos a taxa de mortalidade materna;
- 6- Combater o VIH/SIDA, a malária e outras doenças graves;
- 7- Garantir a sustentabilidade ambiental;
- 8- Criar uma parceria mundial para o desenvolvimento.

A partir desta data, os países em desenvolvimento reuniram esforços passando a implementar um conjunto de políticas públicas com o fim de alcançar todos os objetivos propostos. Passados 15 anos da implementação dos ODM, assistiu-se a grandes melhorias nestes países. No entanto, apesar das conquistas notórias tornou-se essencial não só olhar para os novos desafios que foram surgindo, como proteger as gerações vindouras em todos os níveis: social, ambiental e económico. Esta abordagem sistemática da tríade económico-social-ecológica surgiu com o conceito de desenvolvimento sustentável que, segundo Dan Cristian Duran, “visa o equilíbrio entre o crescimento económico, a qualidade de vida e a preservação do meio ambiente a médio e longo prazo, sem aumentar o consumo dos recursos naturais além da capacidade da Terra” (Duran, 2015). Foi neste sentido que se criou a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas, constituída por 17 ODS e aprovada em 2015 por 193 membros. Todos eles se comprometeram até 2030 reunir esforços governamentais e dos cidadãos para se pôr fim à pobreza, promover a prosperidade e o bem-estar humano, bem como proteger o ambiente e combater as alterações climáticas.

Os ODS surgem neste ponto de vista como a consolidação e continuação dos ODM. À semelhança destes, os ODS procuraram estabelecer metas ambiciosas e globais sendo que cada governo definirá as suas próprias metas nacionais, levando em consideração as circunstâncias locais. No entanto, e segundo o autor Sanjiv Kumar que descreve as principais diferenças entre ODM e ODS, existem algumas a referir (Kumar, 2016: 2):

- Enquanto os ODM foram elaborados por um grupo de especialistas da ONU, os ODS foram elaborados após um longo e extenso processo que incluiu “70 Grupos de Trabalho Abertos, Organizações da Sociedade Civil, consultas temáticas, consultas aos países, participação do público em geral por meio de reuniões presenciais e mecanismos online e pesquisa porta-a-porta”.
- Ao contrário dos ODM que se focaram em apenas 8 objetivos com 21 metas e 63 indicadores, os ODS incluem 17 metas com 169 metas.
- Os ODM direcionaram os seus esforços em países em desenvolvimento, contando com o financiamento proveniente de países desenvolvidos. Já para o alcance dos ODS espera-se que todos os países (tanto desenvolvidos como em desenvolvimento) trabalhem para os atingir.
- Os ODM não deram tanto ênfase a pilares do desenvolvimento humano, tais como direitos humanos e equidade. Por outro lado, os ODS centraram-se fortemente nas pessoas e nas suas condições de vida dignas, bem como no tema da discriminação e inclusão.
- Os ODS incluem um trabalho forte em parceria, que combina também o setor privado para alcançar o desenvolvimento sustentável.
- Enquanto os ODM não tiveram tanto em consideração as organizações da sociedade civil, os ODS envolveram ativamente os diversos atores da sociedade civil.

Tendo em consideração todas estas diferenças, é possível constatar que o nosso planeta enfrenta enormes desafios económicos, sociais e ambientais, e que estes ODS vieram tentar dar respostas concretas a múltiplos problemas globais. Como Kumar refere,

Os ODM ajudaram a mobilizar a comunidade internacional, líderes, políticos, sociedade civil e ministérios para se concentrarem em alcançar esses objetivos com prazo determinado e mensurável. Podemos não ter alcançado todos esses objetivos, mas fizemos um progresso substancial ao salvar vidas e melhorar a qualidade de vida de milhões de pessoas em todo o mundo (Kumar, 2016: 4).

Assim, sendo os ODS uma continuação dos ODM, estes devem delinear o caminho a alcançar, bem como estabelecer de forma ainda mais eficaz metas concretas que visem à redução/erradicação de problemas sociais que afetam principalmente as regiões mais pobres da economia global. Como refere Helen Clark, mais que nunca os líderes mundiais têm uma oportunidade de mudar o mundo para um caminho de desenvolvimento inclusivo, sustentável e resiliente (Clark, 1973). Está então ao alcance de todos certificarmos-nos que no nosso dia a dia tentamos contribuir para a concretização das metas propostas ainda que tenhamos um longo caminho a percorrer para alcançar a vida digna, justa e sustentável mundialmente.

2. Desenvolvimento Sustentável

O capítulo 2 irá iniciar-se com um enquadramento histórico do conceito de Desenvolvimento Sustentável, desde a época do “pré-desenvolvimento” à recente cimeira de Paris em 2015, explicando as várias fases e mutações do conceito ao longo dos séculos.

Num segundo subcapítulo será apresentado o conceito à luz da sua definição reconhecida institucionalmente e segundo a definição de Brundtland, e de seguida serão explorados os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, quais as suas principais dimensões e algumas reflexões críticas sobre a sua eficácia e coerência.

Por fim, num subcapítulo de conclusão serão referidas algumas críticas ao conceito, sendo este um dos mais reconhecidos internacionalmente e a nível organizacional e empresarial. Nestas críticas estarão presentes alguns conceitos “alternativos ao desenvolvimento”, que surgiram no sentido de dar resposta às lacunas sentidas no conceito de Desenvolvimento Sustentável.

2.1. Enquadramento histórico

O conceito de desenvolvimento sustentável é um dos conceitos de desenvolvimento alternativo que mais peso e apropriações institucionais tem. Não só é usado à escala da ONU (pelos ODS) como referência a nível mundial, como também serve como pilar basilar de muitas empresas na forma como se posicionam e desenham as suas estratégias empresariais.

Oficialmente, o termo passou a ter reconhecimento institucional apenas em 1987 com o “Relatório Brundtland”. No entanto, à data já vários autores interligavam as suas reflexões e preocupações com a fileira ambiental do desenvolvimento. Assim, podemos mencionar antes dessa data a fase da “pré-história”, ou seja, o que aconteceu e que contributos existiram antes desse ano (Amaro, 2019: 22):

- No século XIII, São Francisco de Assis enfatizava a importância de compreender a "mãe Natureza", bem como a nossa dependência dela. O mesmo compreendia a importância da preservação e respeito pelo meio ambiente para que este não se degradasse;
- No século XVIII, Thomas Malthus foi o primeiro economista a refletir de forma mais aprofundada sobre a evolução desmedida e acelerada da população depois da Revolução

Industrial. Tendo em conta que a evolução de alimentos disponíveis na Natureza não estava a aumentar ao mesmo ritmo, o autor tinha uma visão pessimista sobre o futuro e a evolução das sociedades e previa fome e guerras caso não se adotassem políticas demográficas de natalidade que tentassem contrariar esse fenómeno;

- De 1854 data a carta do Chefe de Seattle, líder de uma tribo indígena, em resposta à proposta do presidente norte-americano de comprar parte dos seus terrenos, na qual defende profundamente o respeito pelo meio ambiente: “O barulho da cidade é um insulto para o ouvido. E eu pergunto-me: que tipo de vida tem o homem que não é capaz de escutar o grito solitário de uma garça ou o diálogo noturno das rãs em redor de uma lagoa?”

(<http://www3.uma.pt/jesus Sousa/PolíticasEducativasBrasil/1Anossaterrasagrada.pdf>);

- Em 1872 a criação do primeiro parque natural nacional - o Parque Nacional de Yellowstone - que corresponde à mais antiga área protegida do mundo;
- Em 1962 com a publicação do livro “Primavera Silenciosa” de Rachel Carson, peça que ajudou a alavancar o movimento ambientalista e alerta para os problemas da poluição e industrialização em massa, o que causou uma preocupação pública generalizada (Carson, 1962);
- Alvo de inúmeras críticas ao início, as lutas e movimentos persistentes de conservacionistas, preservacionistas, ambientalistas e ecologistas foram fundamentando as suas causas e registando conquistas no processo de consolidação de uma sensibilidade ambiental. Neste âmbito, na década de 1980, surgiu também o primeiro grande movimento ecologista. O partido ecologista alemão veio alcançar três marcos importantes: validação científica (Universidade Bielefeld), reconhecimento político (sendo o primeiro partido ecologista a ter expressão parlamentar e acento governamental), e influência comunitária (influenciaram comunidades introduzindo a política dos “3Rs” - Reduzir consumos; Reutilizar produtos; Reciclar materiais).

Ainda assim, apesar destas preocupações espontâneas ao longo dos séculos, só em 1972 é que o tema ambientalista ganhou forma e relevância. Foi na Conferência de Estocolmo (ONU) e com Maurice Strong, e posteriormente com autores como Ignacy Sachs, que surgiu o conceito de Ecodesenvolvimento baseado em 3 princípios: desenvolvimento endógeno, onde existiria um aproveitamento do potencial dos territórios e o respeito pelas escolhas das comunidades envolvidas; equidade social, tendo em conta a redistribuição e as preocupações sociais

emergentes; e prudência ecológica, no sentido de ter em conta os recursos da natureza disponíveis e os limites da sua utilização (Ferreira & Raposo, 2017: 126). No mesmo ano foi publicado o Relatório do Clube de Roma denominado *Limits to Growth* que estabelecia quais os limites das reservas de petróleo e dos minerais fundamentais, e que tinha em consideração as variáveis económicas, demográficas e geológicas, bem como os cálculos de poluição atmosférica (Amaro, 2003).

Mais tarde, em 1983, criou-se a Comissão Mundial para o Ambiente e Desenvolvimento (WCED, pela ONU), que instituiu um grupo de trabalho presidido por Gro Harlem Brundtland: a Comissão Brundtland. Deste grupo foi criado o Relatório Brundtland (*Our common future*) em 1987, o qual apresentou institucionalmente o conceito de desenvolvimento sustentável. Nele definiu-se a forma como o desenvolvimento teria de prevenir o futuro comum e coletivo da sociedade: deveria tratar-se de um desenvolvimento que respondesse às necessidades presentes, mas sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem as suas próprias necessidades. Assim, o relatório incide em três questões fundamentais: os limites dos recursos da natureza, que são escassos e finitos e que devem ser respeitados para bem das gerações vindouras; a equidade/justiça inter-geracional, no sentido de existir um dever de nos preocuparmos com as gerações futuras; bem como o pensar global, isto é, pensar o desenvolvimento em termos globais, como é exemplo a adaptação dos sistemas de produção e do consumo à escala global (Amaro, 2003).

O conceito de desenvolvimento sustentável foi tendo várias reformulações ao longo dos anos, que foram sendo fruto de inúmeras cimeiras intergovernamentais. A primeira foi a Cimeira do Rio, que se realizou em 1992 e tornou mediático o conceito, tornando-se o mesmo como um referencial de ação política. Esta foi a primeira cimeira alargada à participação da sociedade civil (ONGD's), e deu origem a diversos documentos e convenções como o Protocolo de Kyoto e a Agenda 21.

Houve, posteriormente, as cimeiras de Joanesburgo, em 2002 (a qual reformulou parcialmente a definição do conceito de desenvolvimento sustentável); a cimeira do Rio+20, em 2012 (onde é acrescentado ao triângulo económico, social e ambiental, a sustentabilidade social - pobreza, desigualdade, inclusão; política - participação, envolvimento das populações; e cultural - preservação da diversidade cultural); e por último a cimeira de Paris, em 2015 (onde

os Estados Unidos assinalaram o seu compromisso e os ODM foram reformulados para ODS) (Amaro, 2019: 22).

2.2. Apresentação do conceito e definição

Nos dias de hoje podemos resumir o desenvolvimento sustentável como sendo um “processo de satisfação das necessidades das gerações atuais que não ponha em causa a satisfação das necessidades das gerações futuras” (Definição de Brundtland de 1987), e como um “processo de conjugação de crescimento económico, coesão social e preservação ambiental” (Definição de Joanesburgo de 2002). No entanto, este conceito é alvo de inúmeras críticas por múltiplas personalidades, sendo que entre uma das principais está o facto desta proposta de desenvolvimento se basear apenas em três dimensões: Crescimento Económico, Coesão Social e Proteção Ambiental. Isto leva aos seguintes argumentos de oposição (Amaro, 2017):

- O conceito ser demasiado centrado na satisfação das necessidades humanas, e não na promoção e na realização das capacidades humanas;
- O conceito estar de novo muito focado numa visão economicista, que não aponta o facto de o crescimento económico pôr em causa a sustentabilidade ambiental;
- O conceito defender a sustentabilidade assente na mera proteção ou preservação do meio ambiente, mas não aposta na sua valorização e recuperação;
- O conceito deter uma visão antropocêntrica da sustentabilidade, em que o que é tido em conta e predomina são as necessidades e os interesses dos seres humanos;
- O conceito limitar-se apenas a três dimensões de análise e avaliação, esquecendo outras igualmente (ou mais) importantes.

É com base nestas críticas que Rogério Roque Amaro propõe uma reformulação do conceito, em que são acrescentadas mais cinco dimensões no seu ponto de vista fulcrais e até à data “ignoradas” pelo conceito de desenvolvimento sustentável. Assim, a proposta das 8 dimensões integradas entre si passam pela:

- Segurança Económica;
- Coesão Social;
- Preservação e valorização ambiental (tendo em conta a sua regeneração);
- Valorização da diversidade cultural (e promoção do diálogo intercultural);
- Coesão territorial;

- Dimensão cognitiva (literacia para a sustentabilidade – aprendizagem permanente e capacidade de conhecimento crítico);
- Regulação democrática (Governança partilhada, participativa, integrativa e multiterritorial);
- Ética para a sustentabilidade (solidariedade ecocêntrica).

Com base nestas e muitas outras críticas, em 2015 a ONU reformulou a definição de desenvolvimento sustentável conhecida até então, ampliando ao conceito dos três pilares definidos pelo “tripé” de Joanesburgo (Pessoas, Planeta e Prosperidade) dois novos: Paz e Parcerias. Destes 5 pilares da Agenda 2030 foram desenhados os 17 ODS, bem como as suas 169 metas e os seus 230 indicadores, que se acredita que sejam realmente fundamentais e decisivos para um mundo mais justo e digno bem como para um planeta mais sustentável. No entanto, ainda nesta perspectiva crítica de Rogério Roque Amaro, estes ODS devem ser mais concretizados, contextualizados, reformulados e melhorados tendo em consideração as novas dimensões propostas (Amaro, 2003).

Apesar de todos os aspetos críticos descritos, há que considerar também alguns pontos positivos que derivaram do conceito de desenvolvimento sustentável como, por exemplo, o facto de o problema da sustentabilidade ambiental estar hoje consideravelmente mais presente na consciência coletiva; consciência essa que poderá resultar em transformações nos comportamentos de consumo, bem como influenciar as políticas internacionais e fomentar a criação de soluções tecnológicas como as energias renováveis (Ferreira & Raposo, 2017: 131).

2.3. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

Como referido no capítulo anterior onde se enumeraram as principais diferenças entre os ODM e ODS, estes últimos objetivos foram reformulados com a definição da Agenda 2030, onde os 193 membros aprovaram as 17 metas estruturadas em torno dos 5 princípios anteriormente mencionados, e dentro das principais dimensões: social, económica, política, ambiental, territorial, e a nível de conhecimento. Todos estes membros se comprometeram, até 2030, a reunir esforços governamentais para pôr fim à pobreza, promover a prosperidade e o bem-estar humano, bem como proteger o ambiente e combater as alterações climáticas (ONU, 2015). Estes ODS passam pelos seguintes (ONU, 2015):

- 1- Erradicar a pobreza (dimensão social);
- 2- Erradicar a fome e promover uma agricultura sustentável (dimensão social e económica);
- 3- Saúde e bem-estar (dimensão social);
- 4- Educação e qualidade (conhecimento);
- 5- Igualdade de género (dimensão social, política e económica);
- 6- Água potável e saneamento (dimensão ambiental e territorial);
- 7- Energias Renováveis e Acessíveis (dimensão ambiental e económica);
- 8- Trabalho digno e crescimento económico (dimensão económica e social);
- 9- Indústria, Inovação e Infra-estruturas (dimensão económica);
- 10- Reduzir as desigualdades (dimensão social, económica e política);
- 11- Cidades e comunidades sustentáveis (dimensão territorial e ambiental);
- 12- Padrões de consumo e produção responsáveis (dimensão económica);
- 13- Ação climática (dimensão ambiental);
- 14- Proteger a vida marinha (dimensão ambiental);
- 15- Proteger a vida terrestre (dimensão ambiental);
- 16- Paz, Justiça e Instituições Eficazes (dimensão política);
- 17- Parcerias para a implementação dos Objetivos (dimensão política).

Os objetivos, as suas metas, e respetivos indicadores, revelam um enorme desafio à sociedade, e se concretizados poderão efetivamente acrescentar um contributo decisivo para um mundo mais justo e um planeta mais sustentável. No entanto, para isso devem também ser concretizados (efetivados por ações práticas do dia a dia), contextualizados (dependendo das diferentes realidades e contextos), reformulados e melhorados (no sentido de haver flexibilidade para que sejam limados e aprimorados ao longo do tempo) (Amaro, 2019: 32).

Estes Objetivos de Desenvolvimento Sustentável podem, no entanto, ser questionados por algumas razões, apoiadas por Rogério Roque Amaro. Dentro dessas questões enumerar-se-ão as que se revelam mais interessantes para o contexto pretendido (Amaro, 2019: 32):

- Os mesmos continuam-se a focar maioritariamente nas dimensões económica, social e ambiental, sendo que as dimensões cultural e ética estão ausentes. E se substituíssemos o “conceito de Crescimento Económico na componente económica do Desenvolvimento Sustentável, por um conceito que exprima a ideia e o princípio de uma Economia de Vida, a favor da Vida, e não da Morte (da Dignidade e da Justiça Social e da Biodiversidade e,

portanto, da Sustentabilidade)”? Um conceito que assuma, logo à partida, os princípios da Solidariedade, da Cooperação e da Reciprocidade e não da Competição, do Individualismo e do Mercado, de acordo com o autor;

- No âmbito da Segurança Económica, ficam a faltar de forma explícita a

Soberania e Segurança Alimentar, os Salários Dignos, a Distribuição Equitativa de Rendimentos, o Rendimento Básico Incondicional, o Comércio Justo, a Valorização das Economias Locais, o Financiamento acessível para todos e todas, com condições justas e éticas e os Orçamentos Responsáveis não fundamentalistas (Amaro, 2019: 30);

- Falta contrariar explicitamente num dos ODS a uniformização cultural, valorizando consequentemente a diversidade cultural e os diálogos interculturais;
- Deveria-se aprofundar um ODS de literacia para a sustentabilidade, onde se alargaria a outros níveis etários e a outras estratégias pedagógicas formais, não formais e informais, “promovendo uma Sociedade do Conhecimento, a todos os níveis, contra a manipulação da informação e a desinformação generalizada”;
- Ficam a faltar nestes ODS certos valores fundamentais à dimensão ética, como os valores da Gratuitidade, da Partilha e da Reciprocidade, da Liberdade, da Espiritualidade e da Reflexão, da Equidade, da Solidariedade e Cooperação, da Transparência, da Sustentabilidade, e da Dignidade e Respeito.

Deveremos, assim, ter uma posição apoiante dos ODS. No entanto, sendo estes incompletos e insuficientes nalgumas matérias, deveríamos procurar esclarecer, dar significado e efetivar tais objetivos, fazendo dos mesmos um “guia” que nos levasse a agir tanto a nível individual como coletivo, envolvendo diversos atores e sempre numa lógica de parceria e governança partilhada e participativa.

2.4. Reflexão crítica

Para a ONGD Helpo, estudada no âmbito desta dissertação, o conceito de desenvolvimento sustentável rege muitos dos seus projetos. A organização “trabalha junto das e com as instituições locais, para o cumprimento dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, nomeadamente das áreas ligadas à infância, educação e saúde materno-infantil e nutricional,

como setores chave da sua intervenção” (Helpo a, s.a.). É com base nestes ODS que a organização desenha os seus projetos de intervenção comunitária, sendo que acaba por ser uma das formas de garantir o seu financiamento por parte de parceiros e financiadores. Sendo o desenvolvimento sustentável um dos conceitos de desenvolvimento alternativo mais conhecidos nas últimas décadas, compreende-se a sua relação com a ONGD. Com o passar do tempo, o termo de sustentabilidade tornou-se numa *buzzword* no discurso mediático, político e académico. Contudo, não deixa de ser essencial considerar todas as questões que não se encontram abrangidas pelo mesmo.

Algumas das principais críticas ao conceito de desenvolvimento baseiam-se na ideia de que o mesmo já se trata de um conceito abusado, contaminado, e que por isso não valerá a pena salvá-lo, mas sim encontrar conceitos alternativos ao desenvolvimento. Este conceito, afirmado no pós-guerra segundo os modelos e os interesses dos países do “Norte”, foi utilizado exclusivamente como instrumento de domínio desses países (como é espelhado no discurso do presidente Truman). Consequentemente, trata-se de um conceito marcadamente capitalista, neocolonialista e patriarcal, tornando-se assim numa palavra a banir e a abandonar (Amaro, 2017).

Gilbert Rist é um dos principais críticos a este conceito, pois considera-o extremamente ocidentalizado e fundamentado pela visão dos países desenvolvidos,

que consideram que todas as nações percorrem o mesmo caminho e que nem todas caminham à mesma velocidade que a sociedade ocidental, pelo que esta lidera o processo, devido à maior dimensão da sua produção, ao papel dominante que a Razão nela exerce e à escala das suas descobertas científicas e tecnológicas (Rist, 2008: 40).

À semelhança deste, para Latouche os desenvolvimentos alternativos

recaem em uma de duas situações: ora postulam a acumulação capitalista, acrescentando-lhe outras dimensões (justiça social, cultural, ecológica); ora promovem projetos anti-capitalistas ou anti-productivistas, que nem por isso deixam de ter a marca da experiência modernista ocidental, com valores necessariamente distintos ou mesmo alheios a outras culturas, designadamente “o progresso, o universalismo, o domínio da Natureza, a racionalidade quantitativa” (Latouche, 1995: 27).

Outro crítico pós-desenvolvimentista, Sachs, afirma que o modelo de desenvolvimento *mainstream* está profundamente ancorado no crescimento e na eficiência económica, onde até a natureza é vista como mais uma forma de capital. Este defende uma sustentabilidade fundamentada de forma partilhada entre o Norte e o Sul, onde todos são responsáveis pela boa governação e redistribuição global, para que o crescimento existente seja menos nocivo para o ambiente. Esta ideia implica que ambas as partes se comprometam a racionalizar os meios de produção e a abrandar o consumo, centrando as suas atenções em economias locais descentralizadas, bem como contrariando a ideia de acumulação desmedida (Sachs, 1999). O mesmo afirma que, ao longo das últimas décadas, existiram inúmeras falhas na concretização de muitos dos compromissos assumidos pelos governos nacionais e instituições internacionais, e que essas mesmas falhas só poderão ser colmatadas com uma intervenção pública eficaz, assente na participação ativa dos cidadãos nas políticas locais e nacionais (Ferreira & Raposo, 2017: 130).

Escobar reforça esta ideia, ao propôr que sejam as comunidades locais os novos movimentos sociais, ou os indivíduos espacial, social, cultural e/ou politicamente marginalizados, os maiores intervenientes na criação de práticas alternativas ao seu desenvolvimento (Escobar, 2005).

Sendo que este conceito é, até aos dias de hoje, alvo de variadas críticas por se tratar de um conceito tradicionalmente economicista e por não saber lidar com problemas sociais e ambientais das sociedades em geral, alguns autores defendem o “fim da era do desenvolvimento” onde a aposta se deveria concentrar na nova era do “pós-desenvolvimento”. Esta nova era traz consigo novos conceitos alternativos ao desenvolvimento, fundamentados numa epistemologia do Sul que tem como referências as cosmovisões, filosofias, conhecimentos e vivências do Sul Global.

Destes conceitos alternativos ao desenvolvimento surgiram noções como (Amaro, 2017):

- Felicidade Interna Bruta, indicador que se complementa ao PIB (Produto Interno Bruto), avaliando o desenvolvimento através da felicidade de cada povo. Este conceito tem como fatores a considerar: o bem-estar psicológico (ocupação na sociedade, espiritualidade, sentimento de tranquilidade, relações familiares, orgulho próprio); a saúde (situação de bem-estar, tanto fisicamente como psicologicamente, bem como a facilidade no acesso aos bens de saúde); a educação (no seu acesso e uso do conhecimento); a diversidade e

resiliência cultural (havendo um direito à cultura, identidade e valores próprios); a boa governança (considerando um governo que cuide das pessoas, que não seja corrupto, que respeite os seus direitos fundamentais, e que solucione os problemas das comunidades); a vitalidade comunitária (existindo um sentido de comunidade e de pertença comunitária de toda a gente); a diversidade e resiliência ecológica (na proteção e salvaguarda dos equilíbrios ecológicos, proteção da vida animal, condições de saneamento básico, equilíbrio e relação positiva com a natureza numa lógica de não-destruição); os níveis de vida material (no acesso aos equipamentos e às respostas fundamentais para a pessoa ter um nível de vida razoável, ao mesmo tempo que dispõe de habitação, rendimentos, condições sanitárias, e equipamentos básicos e dignos); e ainda o uso do tempo (onde há tempo para trabalhar, dormir, refletir, socializar, entre outros). Este novo conceito alternativo ao desenvolvimento veio trazer três novos pontos não considerados nos ODS: bem-estar psicológico, uso do tempo e vitalidade comunitária;

- “*Wellbeing*”, uma outra perspetiva de bem-estar que junta três dimensões: a dimensão subjetiva (psicológica), dimensão material (económica) e dimensão relacional (social/política) (Amaro, 2017: 96);
- O Florescimento Humano, assente no bem-estar emocional (afetividade e felicidade de viver), no bem-estar psicológico (autoestima, autonomia, controlo dos sentimentos), e no bem-estar social (boa relação com os outros);
- “*Buen Vivir*”, uma cosmovisão indígena dos Andes que apoia uma vida em equilíbrio, plena, e bela. Este conceito baseia-se nos princípios da relacionalidade, complementaridade, correspondência, reciprocidade, solidariedade e ciclicidade (Ferreira & Raposo, 2017: 135);
- Tal como (muitas) outras propostas, como *Ubuntu*, *Noflay*, *Hygge* e *Lykke*.

Por oposição, alguns comentários às críticas pós-desenvolvimentistas referem ser possível resgatar e reformular a palavra, ouvindo e valorizando outras visões, perspetivas e epistemologias, nomeadamente as do Sul, colocando-as em diálogo e enriquecimento mútuo com os desenvolvimentos alternativos (Amaro, 2017: 104).

Tal como Rogério Roque Amaro refere nas suas sugestões de revisão do conceito, acredita-se que o mesmo deveria abranger não só as dimensões económica, ambiental e social, mas

principalmente as questões de valorização cultural, do diálogo participativo e intercultural, da consciencialização e educação ao espírito crítico e da governança partilhada e integrada.

Num mundo globalizado, fará todo o sentido atualizarem-se conceitos e visões, pois tal como a sociedade está em constante mutação e crescimento, os princípios que regem uma sociedade têm também de ser flexíveis e evoluir ao longo dos tempos. Assim, é fundamental reconhecer a importância do conceito descrito e da sua utilidade para o mundo, contando sempre que nenhuma definição deveria ser estanque e será sempre alvo de críticas construtivas para que fique mais atualizada e adequada ao momento presente.

3. Desenvolvimento Comunitário/Local

O último capítulo sobre desenvolvimento, iniciar-se-á com o habitual enquadramento histórico desde os finais dos anos 50 aos dias de hoje. De seguida, irá apresentar-se a sua definição conceptual, os seus atributos, e quais as principais diferenças entre desenvolvimento comunitário e desenvolvimento local.

Num terceiro subcapítulo, serão referidas quais as implicações metodológicas do conceito e que forma se considera que estas influenciem positivamente os processos de intervenção para que haja efetivamente desenvolvimento. Posteriormente serão também mencionados quais os principais atores de desenvolvimento para que tal seja possível.

Para finalizar este tema, será feita uma reflexão crítica baseada em diversos autores, no sentido de afirmar a relevância que se considera que este conceito tem, numa lógica de intervenção comunitária coerente e adaptada às realidades.

3.1. Enquadramento histórico

Apesar do conceito de Desenvolvimento Comunitário/Local só se ter afirmado sobretudo a partir da década de 1980, existem indícios da sua existência ainda nos finais dos anos 1950. Nesta altura surgiu a perspetiva da valorização das comunidades locais, e do seu contributo para a resolução de problemas, pelo que se podem salientar três precedentes históricos principais (ideias retiradas de aulas de aulas de Seminário de Teorias e Práticas de Desenvolvimento do mestrado Estudos de Desenvolvimento, lecionadas por Rogério Roque Amaro):

- As experiências comunitárias da economia social no séc. XIX, onde “socialistas utópicos” como Charles Fourier e Robert Owen falavam na possível construção de comunidades conjuntas que vivessem em harmonia e serviços comuns para todos. Ideias estas que espelham princípios tanto da economia social como do desenvolvimento comunitário;
- O colonialismo inglês no Quénia, Tanzânia e Índia (do séc. XIX à década de 1920); em que se entendeu que a melhor forma de se desenvolver a ação colonial era através de um envolvimento de protagonistas locais por aldeias/comunidades formadas para o efeito, e de modo a que cada aldeia tivesse alguma autonomia na sua organização. Nesta perspetiva

existiriam animadores comunitários educados pelos coloniais, à semelhança do que observamos nos dias de hoje quando nos referimos ao desenvolvimento comunitário;

- Um apoio aos grupos e zonas sociais mais desfavorecidas nos EUA no século XIX, onde existiu um forte trabalho de serviço social em comunidades de zonas rurais e industriais mais fragilizadas e com menos recursos. Nesta época (1931), condecorou-se Jane Adams, a “mãe do trabalho social”, com o Prémio Nobel da Paz. Pioneira ativista, co-fundou a *Hull House* (1889) - uma casa abrigo e de atividades sociais e culturais, destinada a imigrantes recém-chegados aos EUA.

No entanto, neste tempo apenas se pôs em prática o conceito, sendo ele pouco afirmado e até esquecido pelos autores do desenvolvimento.

Já nos anos 1950/60, surgiu o conceito de desenvolvimento comunitário, adotado pela ONU e por algumas ONGD's. Neste novo método, procurava-se envolver a comunidade e recorrer aos recursos endógenos. No entanto, com ele surgiram bastantes entraves e inconvenientes na intervenção: existia uma total ignorância e arrogância da maioria dos técnicos associados a agências de desenvolvimento dos países em desenvolvimento para com as comunidades e a sua realidade; havia um desperdício de recursos e saberes; bem como uma grande dependência do exterior e da ajuda externa (ideia contrária ao desenvolvimento). Assim, alguns técnicos de desenvolvimento começaram a rejeitar estes modelos e a propôr um novo método de intervenção, que se caracterizava: primeiro, pela auscultação das comunidades sobre as suas necessidades; de seguida, pela mobilização das suas capacidades e dos recursos endógenos; e por fim pela adoção de uma perspetiva multidimensional tanto dos problemas como das soluções (Amaro, 2018).

A partir dos anos 70, ressurgiram os processos participativos locais, visto que a sociedade civil vivia descontente e pretendia colmatar as falhas e lacunas do Estado. Esta, começou nesta altura a lutar ativamente pelos seus interesses, e a solucionar os seus problemas como agentes ativos de mudança - visto que se tornava uma sociedade civil cada vez mais educada, livre, e conseqüentemente mais consciente dos seus direitos. Começou-se assim a defender um desenvolvimento *bottom-up*, onde cada comunidade local deveria ter a iniciativa e protagonismo nos processos de desenvolvimento, potenciando as suas capacidades. É então na década de 1980 que se inicia uma discussão teórica sobre este conceito, e quando o conceito de

desenvolvimento local, à semelhança do desenvolvimento participativo, tem a sua afirmação científica e reconhecimento académico. No entanto, só mais tarde (década de 1990) é que estes ganham o seu reconhecimento político-institucional pela OCDE e pela UE. Estando estes critérios validados, o conceito passou a ter outra dimensão e utilidade na sociedade, passando a partir daí a ser usado como estratégia europeia de luta contra pobreza e desemprego, e de desenvolvimento regional e social (Amaro, 2018).

Mais tarde, em 2009, com os novos desafios da crise e com a luta contra as desigualdades que se estavam a acentuar e das alterações climáticas que precisavam de ações globais, procurou-se de novo uma estratégia de desenvolvimento *place-based*. Assim, o Relatório Barca vem recuperar a importância do desenvolvimento local, enfatizando o facto de não se poderem desperdiçar recursos por estarem em locais marginalizados tanto pelas políticas como pelo mercado. Dever-se-iam então mobilizar todos os recursos de todos os locais num novo programa europeu: DLBC (Desenvolvimento Local de Base Comunitária), assente numa lógica *bottom up* (Amaro,2022:46).

A COVID-19 (2020) veio também reforçar a relevância deste conceito pela necessidade de se mobilizarem solidariedades de base comunitária para responder a alguns dos graves problemas que esta crise causou.

3.2. Apresentação do conceito e definição

Podemos definir como desenvolvimento comunitário/local, “o processo de satisfação de necessidades e de melhoria das condições de vida de uma comunidade local, a partir essencialmente das suas capacidades, assumindo a comunidade o protagonismo principal nesse processo e segundo uma perspectiva integrada dos problemas e das respostas”, existindo assim “uma multiplicidade assinalável de iniciativas de base local, a partir das quais, actores locais de muitos tipos e numa grande variedade de situações, tentam encontrar respostas para os problemas colocados pelas crises económicas, tecnológicas, ambientais e políticas” (Amaro, 2022).

Complementando a definição acima descrita, pode-se caracterizar o conceito a partir de dez atributos (Amaro, 2022):

1. É um processo de mudança que visa transformar e melhorar as condições de vida das comunidades;
2. É centrado numa comunidade coletiva, de proximidade geográfica, com uma identidade comum e de pequena dimensão. Esta tem também de ter presente o sentimento de solidariedade de ação, numa perspetiva de defesa como coletivo de ameaças exógenas, ou numa perspetiva construtiva de afirmação;
3. Visa responder as necessidades básicas da comunidade, não satisfeitas até então;
4. Tira partido, essencialmente, das suas capacidades locais e recursos endógenos;
5. Implica uma dinâmica e uma pedagogia de participação e *empowerment* da comunidade, envolvendo ativamente as pessoas nos processos de mudança, para que não sejam apenas um objeto dos mesmos;
6. Conta com o apoio de recursos exógenos, que por sua vez devem ser fertilizadores dos endógenos e não inibidores ou substitutos destes;
7. Tem uma perspetiva integrada das necessidades, adotando uma abordagem holística, sistémica e multidimensional;
8. Exige uma lógica de trabalho em parceria, articulando os vários atores, protagonistas e instituições;
9. O seu impacto terá repercussões em toda a comunidade, e não só nos efeitos, mas também na sua mobilização;
10. Caracterizado por uma grande diversidade de processos, ritmos, protagonistas e resultados, sendo que cada comunidade é única e tem as suas necessidades e especificidades, não havendo espaço para o uniformismo.

No entanto, interessa referir também a evolução e as diferenças do desenvolvimento comunitário e desenvolvimento local. Existe subjacente um paradigma territorialista, onde há uma proposta de uma nova perspetiva de abordagem do desenvolvimento regional, por oposição à perspetiva tradicional dominante: o paradigma funcionalista. Este último paradigma caracteriza-se por dividir um país por regiões; identifica, em cada região, um polo de desenvolvimento que deve reunir as principais funções de desenvolvimento (universidade, hospital central, zona industrial desenvolvida, governo regional, etc.); e, conseqüentemente, os

efeitos de difusão onde cada polo difunde o desenvolvimento à sua volta com um efeito centrífugo - do centro para as periferias (Amaro, 2022).

Nos anos 80, um conjunto de autores (de países como Áustria, França, Itália, EUA, Espanha) afirmaram que tal paradigma não corresponde à realidade nesses países. Ao contrário do efeito centrífugo, acreditavam que os efeitos eram de sucção e não de difusão (centrípetos – da periferia para o centro). Nesta ideia, o centro suga os recursos da periferia e concentra todo o desenvolvimento em si e por isso torna-se necessário desenvolver um novo modelo que promova o desenvolvimento de cada território. Um modelo territorialista assente numa lógica *bottom-up*, onde cada território assume o seu próprio desenvolvimento.

Podemos então distinguir os principais fatores entre os dois termos do conceito (Amaro, 2022):

- O tempo histórico, visto que a ideia de desenvolvimento comunitário é predominante até aos anos 1970 e o desenvolvimento local apenas surge nos anos 1980;
- As origens/contextos, sendo que o desenvolvimento comunitário se baseia num método prático de base indutiva e o desenvolvimento local se trata de um conceito de base mais dedutiva;
- A validação científica, pois o desenvolvimento comunitário não tem esse reconhecimento ao contrário do desenvolvimento local, que o tem;
- As referências culturais, visto que a prevalência do desenvolvimento local, sendo um conceito mais intelectual e racional, é na Europa e América do Norte, e o desenvolvimento comunitário, mais afetivo e emocional, na América do Sul e África;
- O protagonismo principal. No desenvolvimento comunitário o papel central é da comunidade, ao passo que no desenvolvimento local o mesmo corresponde ao Estado (local ou regional).

Pelo facto do conceito ser reconhecido das duas formas, cabe a cada um utilizar o que mais lhe faz sentido para cada efeito. Na presente dissertação irá usar-se maioritariamente o termo desenvolvimento comunitário ao invés de desenvolvimento local, visto que o primeiro é mais facilmente reconhecido em contexto Africano por ser um conceito com maior conotação afetiva e emocional, e pelo facto de considerar o protagonista principal a comunidade de Angra Toldo

em vez do Estado (local ou regional). Desta forma, não faria sentido usar outra definição que não uma que ponha a comunidade na base de toda a intervenção.

3.3. Implicações metodológicas

Este conceito de desenvolvimento pode também definir-se pelas suas implicações metodológicas, que passam pela: Territorialização, Participação, *Empowerment*, Visão Integrada, Trabalho em parceria, Flexibilidade, Planeamento com improvisação e improvisação com planeamento, Avaliação permanente e Conjugação de competências.

Cada uma destas implicações metodológicas contribui para que exista de facto desenvolvimento (Amaro, 2022):

- 1) Territorialização/enraizamento no território: o importante é estar no terreno ao lado da Comunidade. Isto é, a primeira atitude a tomar num ato de intervenção para o desenvolvimento deveria ser a de “ir para a rua”, ao encontro do outro, e sair do poder tecnocrático de escritório;
- 2) Participação: Torna-se fulcral promover o diálogo e a participação, mobilizando a população para o envolvimento ativo. Procura-se aqui que as pessoas passem a ser os protagonistas principais, e que as decisões se rejam pelas suas vontades;
- 3) *Empowerment*: Pretende-se aqui capacitar e autonomizar as pessoas, para que estas adquiram a confiança e o poder de fazer autonomamente decisões. Neste sentido, terão de se preparar os intervenientes tendo em conta as suas competências e características, para que dominem os processos de desenvolvimento;
- 4) Visão integrada: Nos novos processos de desenvolvimento, os problemas, as pessoas e as respostas devem ser vistas de forma sistémica, multidimensional, holística e complexa, e nunca o contrário;
- 5) Trabalho em parceria: É uma consequência da visão integrada, no sentido de se articularem forças e esforços com outras instituições e parceiros, recebendo os seus melhores contributos;
- 6) Flexibilidade: Os processos de desenvolvimento nunca estarão baseados numa lógica *One Size Fits All*, pelo que os mesmos têm de ser adaptados a cada realidade e necessidade para que exista uma solução “à medida”;

- 7) Planeamento com improvisação e improvisação com planeamento: É assumidamente importante ter algumas linhas de referência estratégica no desenho de um projeto, mas o planeamento não pode ser algo que nos bloqueia e prende. Este tem de estar apto para receber imprevistos, e por isso terá de se adaptar e improvisar constantemente o planeamento estabelecido inicialmente;
- 8) Avaliação permanente: Para que se possa ir corrigindo o que não estiver a ser tão bem executado. Esta perspetiva de investigação-ação implica sistematizar o que se vai fazendo, para que, com essa sistematização, se vá corrigindo a ação a partir da reflexão que se faz dela;
- 9) Conjugação de competências: Neste ponto o foco recai sobre as consequências pessoais, relacionais, técnicas e éticas - competências estas muito importantes na intervenção para o desenvolvimento e que devem ser cuidadas - assim como os valores de democracia, solidariedade, transparência e equidade.

Em suma, o conceito de desenvolvimento comunitário/local trata-se de um conceito de grande proximidade e relação com a prática e, por isso, implica o envolvimento ativo, individual e/ou coletivo de uma comunidade, para que sejam satisfeitas as suas necessidades, melhoradas as suas condições de vida e valorizados os recursos locais. Para o sucesso destes processos participativos, é necessário apostar numa visão integrada dos problemas considerando as suas várias dimensões, bem como fomentar o trabalho em parceria com as inúmeras instituições, grupos e serviços locais e exógenos, que intervêm em prol da comunidade.

3.4. Atores de desenvolvimento

Existem principalmente duas grandes categorias no que diz respeito aos atores de desenvolvimento comunitário: a Comunidade (que se pretende bastante independente e participativa), e o conjunto das Instituições, Serviços e Empresas (que se tornam parcerias institucionais). Em projetos colaborativos, torna-se essencial identificar e clarificar estas múltiplas presenças, pois cada uma assume um papel e missão muito diferente devido aos seus próprios interesses (Amaro, 2018: 69-73):

- A Comunidade: que compreende tanto qualquer pessoa da comunidade a título individual, como associações e grupos organizados formais e informais. Estes deveriam ter o papel

central no desenvolvimento, sendo que são os principais conhecedores da realidade em que se inserem e na qual querem ver melhorias;

- As Autoridades Públicas ou Estado: que incluem tanto a administração pública local, ou seja, as autarquias locais, como as autoridades tradicionais, os serviços públicos e as empresas públicas. Todos estes atores têm um papel importante no desenvolvimento, pois dispõem dos recursos e reconhecimento institucional para alterar certas realidades;
- As Organizações da Sociedade Civil (sem fins lucrativos) ou ONGD's, Associações e outras entidades equiparáveis: que não sendo da comunidade trabalham com e para ela, em concordância com as suas vontades e objetivos;
- Os Agentes Económicos (com fins lucrativos): que podem ter diferentes naturezas e origens, mas que se tornam uma peça chave para concretizar certos objetivos das comunidades pelo facto de deterem os meios económicos para tal.

Idealmente, se todos estes atores se mobilizassem para o mesmo fim, o trabalho seria muito simplificado sendo que todos os parceiros teriam, em conjunto, os recursos, serviços e respostas para solucionar os problemas de uma comunidade. Se o trabalho cooperativo e em parceria for bem aproveitado, será então possível (Amaro, 2018: 98):

- 1- Criar um melhor diagnóstico do território e da comunidade, visto que todos partilharão os seus conhecimentos, perspetivas, preocupações e olhares;
- 2- Ter uma melhor eficiência na afetação dos recursos, pela sua mobilização e partilha entre todos os parceiros;
- 3- Ter uma maior eficácia no cumprimento dos objetivos e dos resultados e metas desejadas e programadas;
- 4- Aumentar as possibilidades de maior sustentabilidade e continuidade das ações e respostas e dos seus resultados, pelo compromisso conjunto e numa lógica de Cooperação.

3.5. Reflexão crítica

Apesar do conceito de desenvolvimento comunitário ser um dos conceitos de desenvolvimento alternativo mais completos e reputados, este não deixa de ser alvo de algumas críticas que questionam a sua pertinência. Como Peadar Shanahan refere, o sentido de comunidade tem vindo a oferecer às pessoas um sentimento de pertença, solidariedade e significado, acabando por criar um caminho positivo em direção à libertação e emancipação das comunidades

(Shanahan, 1996). No entanto, quando analisamos o conceito historicamente, apercebemo-nos que estas ideias podem ser questionáveis sendo que começaram a ser utilizadas num contexto colonial e como forma de controlar as comunidades, bem como integrar pacificamente grupos sociais que poderiam, potencialmente, provocar contestações políticas e sociais indesejadas. Por isto mesmo utiliza Mayo (1994) a imagem da espada de dois gumes para referir-se ao desenvolvimento comunitário, que nas suas palavras poderia ser visto como

um processo radical, e simultaneamente como um processo extremamente conservador. Radical, porque poderia promover o aumento do controlo das decisões dos cidadãos através da participação e do seu *empowerment*; conservador, porque muitas vezes apenas manteria as condições locais inseridas nos seus esquemas costumeiros de distribuição de poder, sem que o status quo seja minimamente alterado (Fragoso, 2005: 24).

Alguns autores referem ainda a frequente limitação da participação das comunidades em processos de desenvolvimento, visto que as decisões mais importantes já foram tomadas (Bliss & Neumann, 2008: 56). Outros, chamam a atenção para as manipulações nos processos participativos, provenientes de alguns supostos técnicos facilitadores (Hogan, 2007: 90). De igual forma, a necessidade de adaptação às culturas e às tradições pode também ser vista como um entrave nos processos de mudança à luz de práticas interculturais (Hogan, 2007; Panikkar, 1984).

Outra das questões levantadas ao estudar este conceito, prende-se no facto de terem de ser os atores da sociedade civil que vão assumindo responsabilidades que antes repousavam no Estado mas que, com a hegemonia de mercado, deixou de poder exercer as suas funções de provedor e de regulador social (que passou a ser função do próprio mercado). Serão assim suficientes os esforços das comunidades e da sociedade civil? Não precisará a sociedade de mecanismos mais ativos para que exista uma coesão social? (Fragoso & Lucio-Villegas, 2014). Como refere o autor Kildal,

A ação comunitária como expressão de cidadania torna-se desejável, encerrando, paradoxalmente, o perigo de que as qualidades da democracia já não sejam determinadas pela justiça das suas estruturas básicas, mas sim pelas qualidades dos próprios cidadãos (Fragoso & Lucio-Villegas, 2014: 60).

É certo que o desenvolvimento comunitário veio aceitar a diversidade e heterogeneidade da sociedade, abrindo portas para que possamos interligar três elementos fundamentais segundo

a óptica de Paulo Freire: o coletivo, o diálogo e a transformação (Freire, 1970). Estes princípios irão contrariar o individualismo e apoiar a diversidade, o diálogo, a empatia e aceitação. E para que haja o tão importante diálogo que parte do reconhecimento da existência de outro, as comunidades têm de ser caracterizadas pela heterogeneidade e pela diversidade cultural. (Fragoso & Lucio-Villegas, 2001). Nesta linha de pensamento, torna-se então essencial que, ao falarmos de desenvolvimento comunitário, tenhamos a certeza que a comunidade em questão se sente integrada e segura para se abrir ao tal diálogo e participação, tão necessários para os processos de mudança.

Podem também surgir outros problemas relativamente ao desenvolvimento comunitário quando, por exemplo, as comunidades desvalorizam a sua própria riqueza cultural; quando dentro das mesmas há fragmentação por grupos e existem focos de tensão, o que dificulta o trabalho conjunto; quando num passado já existiram tentativas de melhorias que não se verificaram por falta de apoio institucional que permitisse que se efetivassem; bem como pelo possível sentimento existente nas pessoas de que o seu contributo não será relevante e que não existirão melhorias, por estarem desacreditadas do sistema e da sua força individual e coletiva para alcançarem a tal mudança esperada.

Assim, torna-se essencial analisar os contextos e ambiente do espaço de intervenção, e alguns fatores específicos como (Ferreira & Raposo, 2017: 130):

- As ideologias que inspiram as comunidades, as suas características culturais e as assimetrias sócio-territoriais verificadas no diagnóstico inicial;
- As relações entre o Estado, as autoridades públicas, as organizações da sociedade civil, os agentes económicos locais e as comunidades;
- As relações no seio da própria comunidade, e o à vontade individual e coletivo de expressar opiniões para que exista uma participação democrática;
- Quais as lideranças locais existentes, bem como a sua capacidade de inovação e solidariedade coletiva;
- Qual a governança: se é multi-escalar ou apenas local.

Finaliza-se este capítulo referindo a importância deste conceito na presente dissertação. No terreno, o conceito de desenvolvimento comunitário tornou-se mais adequado do que o próprio conceito de desenvolvimento sustentável, visto que o projeto do estudo de caso em questão pretendeu dar voz e poder à comunidade de Angra Toldo, sendo esta a exprimir por vontade

própria as suas revoltas e preocupações, bem como as suas necessidades. Depois desta reflexão comunitária através de processos participativos, a comunidade é convidada a discutir ideias para possíveis soluções, fundamentando-as e procurando estratégias que viabilizem a sua concretização. Neste processo, a ONGD Helpo intervém no sentido de apoiar nesta operacionalização das ideias, mobilizando outros atores de desenvolvimento como instituições, serviços públicos, empresas e o próprio Estado, de forma a construir-se de forma coletiva o apoio e a viabilização do projeto.

4. Comunicação para o Desenvolvimento

Neste capítulo a atenção estará direcionada, especialmente, para a comunicação no âmbito do desenvolvimento. Num momento inicial será apresentado o conceito amplo de comunicação e as suas principais referências na academia, sendo que de seguida o foco passará para a comunicação no desenvolvimento, onde se irá fazer um enquadramento histórico geral da sua conceção ao longo das várias décadas. Num subcapítulo seguinte, irá fazer-se a ligação entre a comunicação e a globalização.

Posteriormente, irão explorar-se os tipos e meios de comunicação para o desenvolvimento mais utilizados, bem como a sua utilidade para que haja uma comunicação participativa. Após este subcapítulo, entrará um outro onde se irão explorar os maiores problemas de comunicação para o desenvolvimento nos dias de hoje.

De seguida, será enfatizada a importância da comunicação estratégica e como esta poderá ajudar os técnicos e as organizações na elaboração de um bom plano de comunicação, inclusivo e reflexo das necessidades e desejos de uma comunidade.

O capítulo terminará com uma reflexão crítica sobre a importância da comunicação em projetos de desenvolvimento, bem como o que poderá ser feito para que esta seja mais valorizada e parte integrante de um projeto desse mesmo âmbito.

4.1. Enquadramento histórico do conceito de comunicação e da comunicação para o desenvolvimento

Segundo a definição oficial do dicionário da língua portuguesa, damos ao nome de comunicação:

a troca de informações entre indivíduos através da fala, da escrita, de um código comum ou do próprio comportamento; ao comunicar estabelece-se relação com algo ou alguém; passagem de um local para o outro, onde o conjunto de órgãos sociais - jornais, revistas, meios audiovisuais - têm como missão principal informar o público (DLP, 2011).

Este conceito, que vem do latim *communicatio* - ação de participar, pôr em comum, estar em relação e comunhão - é possivelmente dos mais amplos, que abarca nele uma série de ideias

e significados. Desde os primórdios da humanidade que esta está presente na vida de todos os indivíduos, sendo que a comunicação é uma função inata da espécie humana e no seu espectro inclui-se a linguagem verbal e não verbal, que engloba desde a comunicação verbal, à sensorial. Quando o homem começou a comunicar entre si, passou a desenvolver novos materiais e ferramentas comunicacionais para que a transmissão da sua mensagem fosse aprimorada e chegasse ao recetor da forma mais clara e direta possível. A evolução dessas ferramentas revê-se atualmente nos *mass media* - televisão, rádio, imprensa, rádio - e em muitos outros meios comunicacionais.

Apesar deste conceito estar presente desde sempre, só se começaram a realizar estudos de comunicação muito recentemente.

As raízes históricas da moderna pesquisa da comunicação remontam ao século dezanove, altura em que os académicos começaram as suas investigações sistemáticas acerca das mudanças nos padrões de vida trazidas pela Revolução Industrial. Entre tais “académicos” poderíamos incluir, para além de Tocqueville, nomes como os de Comte, Le Bon, Tarde, Durkheim, Simmel ou Weber – que propõe, no I Congresso de Sociólogos, que teve lugar em Frankfurt, em 1910, a constituição de uma “sociologia da imprensa” que pode ser vista como a precursora da futura “sociologia da comunicação” (Serra, 2007: 10).

Em 1926 já se falava do tema em meios académicos, sendo que eram já nove as universidades alemãs que o estudavam através principalmente da área do Jornalismo. Contudo, apesar destes estudos de comunicação serem provenientes da Europa (e principalmente da Alemanha), a sua afirmação viria a dar-se no pós 2ª Guerra Mundial nos Estados Unidos. Antes da guerra, a “comunicação de massa” não existia enquanto “campo academicamente consolidado”. “Foi nos Estados Unidos, no período do pós-guerra, que a possibilidade de uma ciência da comunicação se discutiu pela primeira vez” (McQuail & Windahl: 2003).

Um dos primeiros teóricos a escrever sobre o tema e a ficar reconhecido internacionalmente, Harold Lasswell, propôs em 1949 a célebre fórmula de comunicação: “Quem diz? O quê? Por que canal? A quem? Com que efeito?”. Mais tarde, Claude Shannon e Warren Weaver estabeleceram a Teoria Matemática da Comunicação, uma conceção da comunicação como uma “linha direita entre um ponto de partida e um outro de chegada” (Serra, 2007).

É a partir da segunda metade do século XX que, com o aparecimento dos *mass media*, há uma expansão do conceito. A ideia original de comunicação estar ligada à relação/comunhão/partilha passou para uma ideia de comunicação linear que fomenta a transmissão, difusão e distribuição, através de indústrias como a imprensa, o cinema e a rádio. Posteriormente explorar-se-á esta grande diferença entre a esfera informativa, de difusão, e a esfera comunicacional, que promove o diálogo.

A comunicação no âmbito do desenvolvimento será o foco nos próximos parágrafos:

Embora a comunicação para o desenvolvimento tenha surgido na década de 1960 e tenha mostrado claramente a sua utilidade e impacto nas ações de mudança e desenvolvimento, o seu papel ainda não é compreendido e apreciado ao ponto de ser rotineiramente incluído no planeamento do desenvolvimento (Fraser & Restrepo-Estrada, 1998: 39).

Esta, tem sido igualmente alvo de inúmeras reformulações ao longo das décadas, sendo que estes dois temas têm de ser vistos como fenómenos intimamente interligados, onde se acredita que um garante o outro.

De acordo com uma definição da FAO de 1984: “Communication for development is a social process, designed to seek a common understanding among all the participants of a development initiative, creating a basis for concerted action” (FAO, 1984). Mais tarde, outros autores definiram visões semelhantes acerca da comunicação para o desenvolvimento:

The planned use of communication techniques, activities and media gives people powerful tools both to experience change and actually to guide it. An intensified exchange of ideas among all sectors of society can lead to the greater involvement of people in a common cause. This is a fundamental requirement for appropriate and sustainable development (Fraser & Villet, 1994).

Communication for Social Change [CFSC] is a process of public and private dialogue through which people themselves define who they are, what they need and how to get what they need in order to improve their own lives. It utilizes dialogue that leads to collective problem identification, decision making and community-based implementation of solutions to development issues - CFSC, 2006 (Servaes 2008: 15).

Qualquer uma destas definições nos leva a enfatizar a importância da comunicação em processos de desenvolvimento, sendo que este nunca existirá de forma sustentável sem um

diálogo e uma comunicação contínua, respeitando as especificidades culturais e sociais das pessoas que se pretendem beneficiar. Neste sentido, a comunicação para o desenvolvimento é vista como a partilha de conhecimentos e saberes, que tem em conta os interesses, as necessidades e as capacidades de todos os envolvidos. Só depois deste levantamento junto da comunidade poderá haver um consenso em relação à intervenção mais coerente e aos meios de comunicação a utilizar como facilitadores.

Apesar de muitos autores ao longo dos séculos terem procurado utilizar frequentemente sistemas de comunicação para uma mobilização e mudança social, existe ainda uma grande falta de informação e compreensão acerca da complexidade social e cultural das comunidades, o que leva a que muitas vezes os resultados se tornem ineficazes, ou até mesmo contraproducentes (Servaes, 2008: 15).

Irá assim fazer-se um breve resumo de como, ao longo dos séculos, a comunicação tem sofrido de alterações e diferentes interpretações quando ligada ao desenvolvimento, e quais as reformulações deste conceito tanto ao nível teórico como ao nível de formulação e implementação de políticas.

Após a Segunda Guerra Mundial, as Nações Unidas estimularam as relações entre os estados soberanos, especialmente entre os países do Norte e as nações em desenvolvimento incluindo os novos estados que estavam a emergir de um passado colonial. As superpotências, que expandiam até então os seus próprios interesses para os países em desenvolvimento, atraíam as mesmas pela nova transferência de tecnologia e de saber, e pela ideia de um modelo de governança cuidadosamente planeado, com práticas de desenvolvimento orientadas para que conseguissem alcançar o mesmo nível de industrialização que os países do Norte. Essa visão, principalmente orientada para a economia, resultou na teoria da modernização que vê o desenvolvimento como um processo unilinear e evolutivo (Servaes, 1999).

Assim, no período de 1958 a 1986, a comunicação para o desenvolvimento era vista como um elemento-chave para o Ocidente desenvolver os chamados “países do Terceiro Mundo”. O ano de 1958 ficou marcado pelo influente estudo de Daniel Lerner, que levava a querer que a introdução dos media e de certos conteúdos educacionais poderia beneficiar os indivíduos e as sociedades tradicionais a tornarem-se mais modernas, tal como os países desenvolvidos. Nesta

época, os media eram vistos como “multiplicadores mágicos”, capazes de acelerar e ampliar os processos de desenvolvimento (Fair, 1989:145).

Como resultado da "revolução" intelectual geral que ocorreu em meados da década de 1960, essa perspectiva sobre o desenvolvimento foi desafiada pelos cientistas sociais latino-americanos, e uma nova teoria que enfatizava a necessidade de englobar a identidade cultural e a multidimensionalidade nasceu (Servaes, 2008: 17,18).

Na década de 1970, alguns autores começaram a desconstruir este paradigma dominante de comunicação para o desenvolvimento e apontaram novos rumos para a reconstrução do conceito (Huesca, 2008: 181). Em oposição ao modelo de modernização de Lerner sobrepõe-se uma ideia pós-modernista que defende o desenvolvimento participativo, onde a “comunicação de massa” já não tem o papel hierárquico neocolonizador e capitalista, numa perspectiva “de cima para baixo” consoante os interesses das classes dominantes (Servaes, 2008: 16).

Paulo Freire foi um dos maiores impulsionadores na defesa de movimentos de comunicação dialógica e participativa, quebrando-se assim a lógica “do emissor que fala e do receptor que recebe passivamente” (Ribeiro, 2013: 6). O autor, ao sugerir 5 princípios: defendia o diálogo como base de toda a comunicação; transformava homens em sujeitos capazes de decidir e agir por si próprios; fomentava a comunicação-ação para a prática da liberdade; promovia o realismo e a criticidade; e acreditava numa comunicação para a transformação social, pois esta seria um processo de educação informal que dava espaço à consciencialização, ao desenvolvimento e à cidadania ativa. Tais princípios permitiam que o “oprimido” tivesse direito a pronunciar a sua voz, e com eles trabalharam-se as dimensões crítica, libertadora, participativa, horizontal e dialógica da comunicação (Peruzzo, 2017). O mesmo, chegou ao ponto de rotular os vários projetos de modernização como “assistencialismo” e “intervenção disfarçada de dominação colonial”, pelo que sugeria uma desconstrução do paradigma dominante como forma de protesto contra a perpetuação das desigualdades históricas e como apelo à adoção de teorias e práticas de comunicação mais humanas, igualitárias e participativas (Huesca, 2008: 181-182).

Assim, a comunicação dialógica surgiu como contraste ao muito conceituado modelo de Lasswell que achava ser apenas necessário, num processo de comunicação, definir 5 pontos: Quem comunica?/emissor; o que comunica?/mensagem; através de que meio?/meio; para quem comunica?/receptor. Freire irá corroborar esta lógica, promovendo o diálogo como uma opção

ética de comunicação no contexto do desenvolvimento. Por outras palavras, as abordagens tradicionais de desenvolvimento de “compreensão da realidade” por meio da definição unilateral de problemas, objetivos e soluções foram criticadas por violarem a própria essência da comunicação (Huesca, 2008: 185).

Essa crítica aos modelos estáticos de comunicação levou a apelos para abandonar as abordagens verticais de transmissão de informações, e adotar projetos horizontais, enfatizando a igualdade, o diálogo e a participação (Beltrán, 1980). Assim nasceu a comunicação participativa – embora que ainda de forma limitada - que procurava ser mais expansiva e flexível (Rogers, 1993).

Mais tarde, na década de 1990, a queda do Muro de Berlim e o crescimento explosivo da *World Wide Web* marcaram profundamente uma nova etapa que deixou de ter barreiras físicas, virtuais e institucionais que mantiveram as pessoas separadas nas últimas décadas.

The ever closer trade relationships among nation-states, the growing number of transnational corporations, ICTs, the Internet and discussions on e-commerce and e-governance, the emergence of global health and environmental issues and a common style of consumption of material and cultural products have all helped to bring about what is described as the ‘globalization ’of our world (Servaes & Lie, 2008: 19).

4.2. Comunicação e Globalização

“Over the years the word has increasingly been used to refer to a process through which the entire human population is bonded into a ‘single system’, a ‘single society’, or ‘the structuration of world as a whole, ’as defined by Robertson” (Servaes & Lie, 2008: 59).

Em geral, todos os autores vêm a globalização como uma expansão, um aprofundamento e uma aceleração da interconexão mundial em todos os aspectos da vida social contemporânea (Servaes, 2008: 19).

No entanto, apesar desta consciência geral sobre esta interconexão global, regista-se um desacordo substancial sobre como a globalização pode ou não ser benéfica para a sociedade, e como se devem caracterizar as suas consequências e quais as suas implicações.

Os defensores do capitalismo e do livre comércio olham para a globalização como uma força positiva e progressiva que gera empregos e, em última análise, eleva os padrões de vida em todo o mundo. Os críticos vêem este conceito como um meio de expropriar os recursos dos países pobres, endividando-os, incentivando o uso de mão-de-obra desumano e acelerando a degradação ambiental (Hopkins, 2002: 9).

Este tema discutido por muitos, desenvolveu três visões diferentes sobre a globalização: uma perspectiva (hiper)globalista, uma perspectiva cética ou tradicionalista e uma perspectiva transformacionista, sendo que essas perspectivas podem ser resumidas da seguinte forma (Cochrane & Pain, 2000: 22-23):

- Os globalistas vêem a globalização como um processo de desenvolvimento inevitável que não pode ser resistido ou influenciado pela intervenção humana, particularmente por meio de instituições políticas tradicionais, como os estados-nação. Estes podem ser divididos entre otimistas e pessimistas - os otimistas, com argumentos neoliberais, saúdam o triunfo da autonomia individual e o princípio do mercado sobre o poder do Estado, bem como enfatizam os benefícios das novas tecnologias, comunicações globais e maiores contactos culturais; os neomarxistas tendem a ser mais pessimistas no seu discurso e enfatizam o domínio dos principais interesses económicos e políticos, apontando para as consequências desiguais da globalização. No entanto, ambos os grupos compartilham a crença de que a globalização é principalmente um fenómeno económico;
- Os tradicionalistas acreditam que considerar a globalização como uma “nova fase” é exagerado. Os mesmos consideram que a maior parte da atividade económica e social é regional, e não global, e acreditam no papel significativo dos estados-nação. Os tradicionalistas acreditam ainda que a globalização é um mito, visto que não há nada realmente novo, e que tudo o que estamos a observar é simplesmente uma continuação e progressão de uma mudança evolutiva;
- Os transformacionistas acreditam que a globalização representa uma mudança significativa, mas questionam a inevitabilidade de seus impactos. Estes argumentam que ainda há um espaço significativo para agências nacionais, locais e outras. Assim, podemos considerar que estes se encontram numa posição intermédia, visto que reconhecem a complexidade dos fenómenos e que tentam ir além do debate extremista entre globalistas e tradicionalistas.

Neste sentido, podemos considerar que as perspectivas globalista e tradicionalista são ambas bastante extremistas, ao passo de que a perspectiva transformacionista acaba por ser um compromisso entre os dois, uma interpretação menos extrema e mais modesta do que tem vindo a acontecer (Servaes & Lie, 1997).

Noutra visão, desta vez de Mike Featherstone, a globalização sugere simultaneamente duas visões de cultura. A primeira, de cunho monoculturalista, trata a globalização como se fosse uma “extensão de uma cultura particular até aos seus limites, o globo”, por meio de um processo de conquista, homogeneização e unificação provocado pelo consumo dos mesmos produtos culturais e materiais. Pelo contrário, a segunda adota uma postura multiculturalista, que vê a globalização como a “compreensão entre as culturas”. (Featherstone, 1995: 6).

Já Paulo Freire afirma que estas redes criadas com a globalização possuem uma grande capacidade de mobilização e conexão de várias pessoas em torno de interesses comuns, mas ao mesmo tempo permitem a dispersão e desarticulação das mesmas devido à velocidade e ao fluxo contínuo e abismal de informações. O mesmo considera este “novo mundo” resultante da “aliança entre comunicação, tecnologia e economia de mercado”, e que ao mesmo tempo que traduz uma cultura contemporânea consumista e globalizada, permite mais abertura ao diálogo e à consciencialização a partir do momento em que traz consigo um mundo mais democrático. O autor considera ainda que “vivemos hoje num mundo de contradições, de determinismos e possibilidades ao mesmo tempo. E que é nessa brecha das possibilidades que devemos atuar” (Ribeiro, 2013:12).

Embora o significado de globalização permaneça ambíguo, os termos “globalização dos *media*” ou “*media* global” tornaram-se clichês nos estudos de comunicação. No entanto, o que se entende por uma indústria de comunicações globalizada? E será que podemos realmente supor que já ocorreu uma verdadeira globalização da indústria? Como refere John Street, o facto de um produto/material estar disponível em todos os lugares não garante que ele alcance o mesmo nível de popularidade, muito menos adquira o mesmo significado ou efeito (Street, 1997: 77).

4.3. Tipos e meios de comunicação para o desenvolvimento

O papel da comunicação em muitos cenários tem sido predominantemente o mesmo: informar a população sobre projetos, ilustrar as vantagens dos mesmos e recomendar a que sejam apoiados. Este modelo hierárquico que vê o processo de comunicação como uma mensagem unidirecional de um remetente para um recetor, remonta a pesquisas (principalmente americanas) sobre campanhas e difusões no final dos anos 1940 e 1950.

Assim podemos delinear as diferenças entre difusão e diálogo, que deveria ser a única aposta a considerar em processos de desenvolvimento:

- A difusão, descrita aos olhos de Lasswell, toma a comunicação unidirecional, da fonte ao recetor. Esta apoia a crença da comunicação servir para sensibilizar acerca de um problema e espalhar a palavra, enquanto se tenta persuadir o público (através de estratégias de marketing social). Nesta perspetiva, apenas são usadas estratégias bi-direcionais quando é necessário recolher *feedback* de forma a melhorar a mensagem inicial, para que esta seja mais eficaz (Servaes, 2008: 202);
- Pelo contrário, o diálogo pressupõe a ideia de participação e toma as pessoas como os principais atores de desenvolvimento, sendo que o principal objetivo será libertá-las e emancipá-las, respeitando a cultura local. Neste sentido, uma comunidade deveria orgulhar-se da sua própria cultura, intelecto e meio ambiente, e tentar dar resposta aos seus problemas e necessidades de forma autónoma. Esta estratégia, mais orgânica e humana, acredita na importância de cada um expressar as suas necessidades, opiniões e desejos, sendo que isso apenas será possível através do diálogo ao invés do monólogo. Esta importância da identidade cultural das comunidades locais e da democratização e participação em todos os níveis - internacional, nacional, local e individual, aponta para uma estratégia realmente inclusiva (Servaes, 2008: 202).

Everett Rogers afirma que os *mass media* são importantes na divulgação e consciencialização sobre novas possibilidades e práticas. No entanto, na fase em que as decisões estão a ser tomadas, a comunicação pessoal é muito mais influente e tem um efeito muito mais direto sobre o comportamento social.

No quadro seguinte apresentam-se as principais funções e diferenças entre os tipos de comunicação acima descritos e que, tendo propósitos diferentes, podem ser utilizados de forma

complementar: as abordagens de difusão podem servir para sensibilizar, consciencializar, provocar mudanças de atitudes e comportamentos; enquanto as abordagens bidirecionais/participativas de diálogo envolvem ativamente os *stakeholders* na avaliação de riscos, na identificação de oportunidades, na prevenção de problemas e na identificação ou confirmação de uma necessidade de mudança.

Quadro 4.1: As principais diferenças entre as duas formas de comunicação

ELEMENTOS	COMUNICAÇÃO MONOLÓGICA/ DIFUSÃO	PARTICIPAÇÃO BIDIRECCIONAL/PARTICIPATIVA
PRINCIPAL OBJECTIVO	Dissemina informação e/ou persuade as audiências a mudar atitudes/comportamentos.	Assegura o diálogo que permite a partilha de conhecimentos e percepções para atingir um consenso alargado que leve à mudança.
MODELO DE REFERÊNCIA	Unidireccional, linear e de cima para baixo (<i>top down</i>).	Bidireccional, horizontal e circular.
MODELO DE ORIENTAÇÃO	Orientada para a obtenção de resultados definidos externamente.	Orientada para o processo, com resultados determinados pelo e através do processo.
CONCEÇÃO BÁSICA DA COMUNICAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO	Métodos comunicacionais e <i>media</i> aplicados ao contexto de desenvolvimento.	Uso profissional de métodos para avaliar e assegurar o envolvimento de <i>stakeholders</i> .
FUNÇÃO PRINCIPAL DO TÉCNICO DE COMUNICAÇÃO	Decide, projeta e usa métodos e produtos dos <i>media</i> para persuadir audiências a mudar.	Facilita o diálogo, analisa a situação e propõe a estratégia apropriada à mudança.
TIMING DA INTERVENÇÃO COMUNICATIVA	Normalmente acontece na fase de implementação quando os objetivos já foram decididos.	Mais eficaz quando no início do projecto, antes dos objetivos serem definidos.

Adaptado de Gomes 2019: 24

Assim, tendo o modelo de difusão uma perspectiva elitista, vertical e unidireccional, deve-se apostar no diálogo e no envolvimento ativo das pessoas para que haja de facto desenvolvimento. É certo que alguns grupos do público podem obter informações de fontes impessoais como a rádio e televisão, no entanto essas informações terão pouco efeito para que exista uma mudança comportamental. E o desenvolvimento prevê precisamente essa mudança. Assim, os contactos interpessoais deverão estar na base de todos os processos de intervenção e decisão. Isso exige “uma nova atitude para superar o pensamento estereotipado e promover uma maior compreensão da diversidade e da pluralidade, com pleno respeito à dignidade e igualdade dos povos que vivem em diferentes condições e agem de diferentes maneiras” (MacBride, 1980: 254). Porém, é este modelo que enfatiza a colaboração recíproca em todos os níveis de participação que trará o verdadeiro desenvolvimento (Servaes, 2008: 20-21).

Também a comunicação pode ser dividida, segundo a FAO e o Banco Mundial, em quatro diferentes tipos no que toca à participação, sendo que os dois primeiros tipos se referem a níveis de participação reduzidos e os últimos dois a níveis de participação elevados, como podemos observar no quadro seguinte.

Quadro 4.2: Comunicação para o desenvolvimento comparativamente com outros tipos de comunicação

TIPOS	COMUNICAÇÃO CORPORATIVA	COMUNICAÇÃO INTERNA/ ORGANIZACIONAL	ADVOCACY	COMUNICAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO
PROPÓSITO/ DEFINIÇÃO	Comunica a missão e as atividades da organização, principalmente para o público externo.	Facilita o fluxo de informações dentro de uma organização ou projeto.	Influencia mudanças no nível público ou político e promove questões relacionadas ao desenvolvimento.	Procura uma mudança social sustentável, envolvendo e capacitando as partes interessadas relevantes.
PRINCIPAL FUNÇÃO	Utiliza os meios de comunicação para promover a missão e os valores da instituição e informa sobre atividades relevantes.	Assegura a partilha atempada e eficaz de informação relevante; aumenta as sinergias e evita a duplicação de trabalho.	Sensibiliza sobre questões importantes de desenvolvimento; procura influenciar públicos específicos e apoiar a mudança pretendida; promove a participação em novas políticas e mudanças.	Apoia o acesso equitativo à informação, conhecimento e recursos de comunicação; facilita a participação, o diálogo e a ação coletiva.
COMPETÊNCIAS ESSENCIAIS NECESSÁRIAS	Relações públicas, habilidades de redação, <i>press releases</i> , ampla rede de contactos de <i>media</i> .	Comunicação institucional, habilidades de redação, habilidades na web e internet.	Relações públicas, marketing, experiência em campanhas de mídia e advocacy.	Pesquisa de terreno, abordagens participativas, educação, <i>media</i> comunitária e habilidades de facilitação.

Adaptado de *Communication for Rural Development Sourcebook* (FAO 2014b: 14)

Como referido até agora, a participação na comunicação e este esforço consciente de envolver as pessoas no seu próprio desenvolvimento é vital para o sucesso de qualquer projeto. Por isso, irá descrever-se posteriormente alguns dos meios mais eficazes nesta comunicação para o desenvolvimento. Estes nunca deveriam surgir de forma isolada, mas idealmente complementar-se-iam num sistema misto de canais interpessoais, aumentando o impacto e reforçando a mensagem:

- Rádio - É geralmente a ferramenta de comunicação de maior sucesso nos países em desenvolvimento e geralmente a primeira a ser experimentada pelas comunidades que estão em busca de sua própria “voz” (Gumucio-Dagron, 2008: 73). Em muitos países, várias emissoras são administradas por comunidades locais que colocaram o rádio no centro do seu desenvolvimento, sendo este meio também usado para preservação e disseminação cultural, para educação da comunidade, bem como para um sistema de alerta precoce caso existam incidentes extremos climáticos, por exemplo (Thomas, 2008: 38). A rádio, de baixo custo, menos monopolizada e fácil de operar, não apenas informa,

educa e diverte, como também capacita a comunidade, dando uma forte voz pública aos “sem voz”. Este meio pode permitir que até mesmo as localidades mais remotas comuniquem e troquem informações com o resto do mundo. Com a prática, as comunidades podem ser autónomas na gestão, produção e comunicação das informações para o desenvolvimento (UNESCO, 2008: 230);

- Televisão - Mais prestigiosa, poderosa e persuasiva que a rádio, sendo que tanto serve para documentar a realidade como para educar e sensibilizar. No entanto, as emissoras comerciais são obrigadas a transmitir para um “público em geral”, ignorando assim as particularidades dos diversos contextos culturais e sociais das comunidades. Assim, este meio é pouco adaptável às realidades, o que faz com que as pessoas geralmente não se identifiquem com a programação, pois a mesma não trata dos seus problemas, não fala da sua cultura e não representa o seu quotidiano;
- Vídeo - Dentro dos audiovisuais, o vídeo tem vindo a aumentar a sua popularidade ao longo do tempo. Embora o vídeo seja altamente eficaz, também exige uma estratégia previamente pensada, uma edição, e pessoas qualificadas para o fazer com eficácia. O vídeo pode revelar problemas comunitários e incentivar a população a participar nas soluções, mobilizando as comunidades para o diálogo facilitado por uma nova tecnologia. Neste caso, o vídeo tem pouco a ver com a televisão aberta e, na verdade, está mais próximo do teatro comunitário, que é outra importante ferramenta de comunicação muito expressiva em países em desenvolvimento (Gumucio-Dagron, 2008: 74);
- Teatro - Muitas vezes, a representação dramática já faz parte da cultura local e dos processos de comunicação interna. As representações de histórias, os fantoches, as músicas, as danças, as comédias, são já familiares na maioria dos países em desenvolvimento para sensibilizar grandes grupos de pessoas. Este representa uma forma genuína de comunicação participativa local, sendo que cada peça pode ser adaptada localmente não apenas em termos de língua ou dialeto, mas também levando em consideração a cultura, os ritos e as práticas diárias de quem assiste (Gumucio-Dagron, 2008: 76);
- Comunicação interpessoal - As habilidades de comunicação interpessoal também desempenham um papel importante nos programas de comunicação para o desenvolvimento. No entanto, esta comunicação interpessoal também exige conhecimentos e habilidades relacionadas à empatia, psicologia de grupo e individual e dinâmica de grupo. Requer também bastante sensibilidade às necessidades e opiniões dos

outros, habilidades de escuta ativa e de participação observante e atitudes favoráveis a trabalhar com as pessoas para que estas confiem e sejam honestas;

- Internet - Sendo que apenas 6% da população mundial usa a Internet e que 90% dessa população se encontra em países desenvolvidos, parece uma forma pouco eficaz de transmitir uma mensagem a uma comunidade com menos possibilidades no acesso à informação. O perigo, agora amplamente reconhecido, é que o acesso ao conhecimento requer cada vez mais uma infraestrutura de telecomunicações que se tornou inacessível aos pobres. Assim, a exclusão digital aumenta ainda mais as lacunas entre os mundos desenvolvidos e em desenvolvimento, e os ricos e os pobres em informação (Servaes, 2008: 23).

Em anexo (Anexo A), poder-se-á consultar um quadro-resumo com alguns dos pontos referidos anteriormente, sobre as vantagens e desvantagens/limitações de cada um dos meios descritos.

Mody (1991) sugere que a comunicação participativa possa ser construída enquanto canal de auto-expressão e auto-gestão para o auto-desenvolvimento, devendo por isso ser um elemento presente em todas as fases do projecto, promovendo o papel das comunidades desde a tomada de decisões até à implementação e avaliação do mesmo. A existência de diálogo entre os vários stakeholders afectos a um projecto constitui, segundo Mefalopulos (2008) o ingrediente principal para a criação de um sentimento de confiança. Partilhando do mesmo ponto de vista, também Agunga (1997) e Servaes (2003) acreditam que o sucesso e o insucesso de grande parte dos projectos de desenvolvimento são frequentemente determinados por dois factores cruciais: comunicação efectiva e envolvimento/participação dos intervenientes (Gomes, 2019: 20).

Por todas estas razões, a participação tem ganho uma importância crescente na comunicação para o desenvolvimento, visto que veio suportar e dar dimensão aos conceitos de *empowerment* e sustentabilidade que se esperam ter presentes em qualquer projeto de desenvolvimento.

4.4. Problemas de comunicação para o desenvolvimento

Infelizmente, a comunicação para o desenvolvimento está longe de ser a desejável. Esta “comunicação participativa” que muitas vezes os projetos dizem ter, têm muito pouca “sincronização” com a realidade do terreno, visto que a pesquisa próxima das comunidades é escassa ou até mesmo inexistente na maioria dos casos.

Ronny Adhikarya (em *The Journal of Development Communication*, 1997: 22), descreve os dois problemas principais que considera que limitam a eficácia da comunicação em contribuir para o sucesso do desenvolvimento: o primeiro problema relaciona-se com os técnicos especialistas em comunicação, pois espera-se deles que produzam principalmente materiais de publicidade, relações públicas e/ou multimídia sem muito ou quase nenhum envolvimento da comunidade no que toca a avaliar as necessidades de informação, qual a estratégia de comunicação, qual o posicionamento da mensagem, a forma de a representar visualmente ou até que meio comunicacional utilizar. Já o segundo problema, na sua opinião mais crítico, prende-se à falta de uma abordagem holística, integrada, multidisciplinar e intersectorial na análise de problemas de comunicação, bem como na concepção e planeamento de estratégias de comunicação (Servaes, 2008: 26).

Alfonso Gumucio-Dagron enumera outras razões para esta comunicação participativa ser tão fraca e ineficaz na maioria dos projetos:

- A maior parte da pesquisa é feita nos países desenvolvidos do Norte, enquanto os objetos de pesquisa e as experiências realmente relevantes estão localizadas em países em desenvolvimento;
- Muitos especialistas trabalham com informações generalistas disponíveis na internet ou em outros estudos de caso, pelo que a sua pesquisa fica enviesada e se rege consoante uma outra realidade que não será coerente nem adaptada a mais nenhuma;
- A maioria dos especialistas fala apenas inglês, o que limita a sua pesquisa a artigos ou fontes em inglês e/ou a países onde o inglês é falado. E mesmo nesses países podem-se enfrentar muitas dificuldades de comunicação com a população local, que pode ser apenas fluente na língua ou dialeto local;
- As pesquisas dos países do Norte possuem todo um sistema de valores que impede muitos deles de compreender a cultura local e os valores locais dos países do Sul, refletindo assim uma compreensão limitada da realidade estudada;
- Muitas experiências locais de comunicação participativa e com muito sucesso, permanecem invisíveis porque não são promovidas, financiadas ou de qualquer forma relacionadas às principais agências de cooperação internacional;
- Muito poucos projetos de pesquisa envolvem investigadores locais que podem fornecer informações valiosas sobre o contexto social, político, económico e cultural;

- O trabalho colaborativo e entre agências, muito importante por razões de economia, eficiência e maximização do impacto, não se vê nem é tomado como prioridade (Gumucio-Dagron, 2008).

A comunicação participativa deveria assim incluir na sua pesquisa tanto o contexto do projeto, como os *media* e as estratégias mais adaptadas para a realidade em questão, e essa preocupação pouco se observa. Os especialistas baseiam-se em estudos de caso de outros projetos e histórias de sucesso, tentando que o mesmo aconteça se for replicado numa outra realidade. Essas tentativas de teorizar e replicar com base no que outros escreveram e fizeram, só contribuem para uma especulação que pouco tem a ver com a realidade. Se não houver uma pesquisa no terreno, dificilmente se saberá comunicar eficazmente (Gumucio-Dagron, 2008: 71-72).

Nos últimos anos, algumas organizações de renome internacionais como a Organização Mundial da Saúde (OMS), aumentaram os seus esforços na comunicação para o desenvolvimento. No entanto, não encaixam o perfil do profissional à tarefa pedida, pelo que médicos, consultores ou outros profissionais têm de improvisar a sua função acrescida de comunicadores para o desenvolvimento. Como resultado, essas atividades de comunicação não correspondem a uma estratégia de comunicação coerente, e o problema de comunicação perpetua-se. Outras vezes, contratam-se agências de publicidade para fazer esse trabalho de comunicação. Estas, estarão mais alinhadas com as diferentes estratégias de comunicação, no entanto farão o seu trabalho em torno do marketing social pois não têm experiência nem o conhecimento de terreno para fazer de forma diferente.

Assim, Pradip Thomas faz algumas sugestões para alterar este paradigma:

- A formação para jornalistas rurais é essencial, que abordem as questões relacionadas com a pobreza e com os temas menos “interessantes”. De igual forma, também faria sentido capacitar a população local para que esta se torne hábil a criar conteúdos jornalísticos e comunicacionais, visto que são os escritores locais os mais adequados para relatar as realidades vividas. Para além deste *empowerment*, este investimento permitirá que outras vozes sejam ouvidas em contextos distantes e quem sabe, em locais e ambientes onde as decisões são efetivamente tomadas;
- Os investimentos e financiamentos em projetos de comunicação deveriam estar alocados às comunidades. A comunicação não pode mais ser vista como um luxo, pelo que é

necessário os governos investirem em projetos de *media* comunitária, assim como apoiar iniciativas de desenvolvimento local que sejam abertas e acessíveis por todas as pessoas, e não por poucos privilegiados. O apoio à diversidade cultural local e o direito à língua precisam também de ser vistos como partes integrantes dos investimentos em comunicação para o desenvolvimento;

- As comunidades deveriam estar envolvidas no planeamento das comunicações. Muitas vezes, as pessoas mais vulneráveis não são incluídas nesse planeamento e não contribuem nem participam, pelo que essa realidade deveria ser alterada;
- Muitas pessoas mais pobres não têm ainda direito à informação/comunicação, nem à liberdade de expressão. Neste sentido, torna-se urgente a criação de legislações significativas e inclusivas de direito à informação (Thomas, 2008: 42,43).

É então fundamental que as agências de cooperação compreendam que a comunicação é um campo especializado de desenvolvimento que deve ser apostado e valorizado, e que por isso devem apostar em comunicadores da área, que tenham o perfil necessário para lidar com questões de desenvolvimento, e que tenham alguma familiaridade com o contexto sobre o qual vão comunicar (Gumucio-Dagron, 2008: 80-81).

4.5. Estratégias de comunicação para o desenvolvimento

Habermas vem referir, dentro do mundo das ações linguísticas, duas formas de ações possíveis: a comunicativa (voltada ao entendimento) e a estratégica (voltada à obtenção de um fim desejado). Enquanto na ação comunicativa as pessoas interagem entre si para conseguir, cooperativamente e por meio da linguagem, chegar a um consenso e a um entendimento, o agir estratégico apoia-se na premissa de que o falante procura os meios mais eficazes para a obtenção de um fim desejado. Chega a haver até uma manipulação para que tal aconteça, pois uma das partes calcula os meios e fins do ponto de vista da sua utilidade e poder de persuasão (Lodéa, 2010: 60-66).

No entanto, nem sempre esta estratégia tem a conotação negativa acima descrita. Este planear estrategicamente, como se irá referir posteriormente, pode ser a forma justa e mais humana de pensar sobre um certo problema, e ao mesmo tempo recorrer a todos os *stakeholders* para que se encontre uma solução. Sem este planeamento, é fácil que algumas etapas importantes neste diálogo e compreensão fiquem esquecidas. Uma estratégia de comunicação

em contexto de projetos de desenvolvimento pode ser simples e concisa, com pequenos passos e fases que nos ajudam a planear o que se quer comunicar.

Alguns autores debruçaram-se sobre este tema, e muitos apresentam possíveis estratégias ou passos orientadores, que facilitam o trabalho dos comunicadores no planeamento da sua comunicação.

Em 2002, Ricardo Gómez e Benjamín Casadiego enumeraram uma lista pormenorizada de pontos que devemos considerar ao desenvolver estratégias de comunicação apropriadas (Gómez & Casadiego, 2002). Assim, devemos:

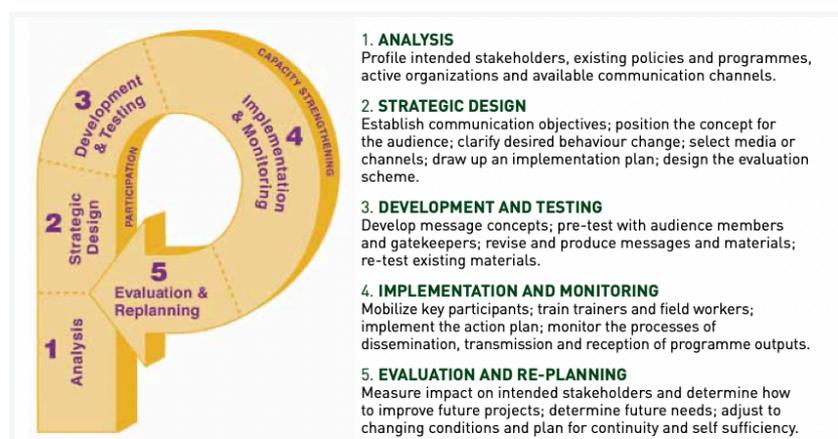
- Procurar oferecer soluções concretas e usar tecnologias realistas;
- Avançar apenas ao ritmo da comunidade;
- Aprender com os erros;
- Localizar a comunicação globalizada;
- Trabalhar com uma perspetiva de género;
- Deixar as pessoas falarem com a sua própria voz;
- Gerar novos conhecimentos e promover conteúdo local;
- Calcular custos e meios para os suportar;
- Garantir o acesso equitativo à informação;
- Fortalecer as políticas e sistemas existentes;
- Promover o empowerment, capacitar;
- Construir laços e parcerias de conhecimento.

Mais tarde, Don Richardson contribui para uma lista mais elaborada, constituída pelos seguintes princípios e dicas orientadoras (Lie, 2008: 291-292):

- Começar a comunicar logo no início da vida de um projeto com todas as partes envolvidas é fundamental.
- Todas as atividades devem: contribuir para a sustentabilidade social, ambiental e financeira da iniciativa; ser flexíveis e adaptáveis às necessidades e condições locais; promover a participação das partes interessadas ao longo do projeto; e ser conduzidas de forma transparente e aberta.
- Fornecer informações completas prontamente para incentivar decisões conjuntas e informadas.

- Ajudar a identificar e compreender a diversidade de perspectivas, valores e interesses;
- Haver o esforço para que se trabalhe com as partes interessadas para identificar a melhor forma de orientar o fluxo da discussão;
- Desenvolver áreas de terreno comum;
- Estabelecer cronogramas claros e realistas para facilitar a discussão e chegar a decisões;
- Ser sensível aos recursos limitados disponíveis e fornecer ferramentas e recursos para capacitar as partes interessadas para participarem no processo de desenvolvimento, sempre que possível;
- Fornecer informações numa linguagem simples e adaptada;
- Ajudar e orientar as pessoas e grupos a participar, com atenção especial à igualdade de oportunidades;
- Procurar dar *feedback* frequentemente;
- Estimular a troca construtiva de pontos de vista;
- Monitorizar e avaliar frequentemente o processo;
- Partilhar com os *stakeholders* a responsabilidade de todos para que exista uma comunicação eficaz.

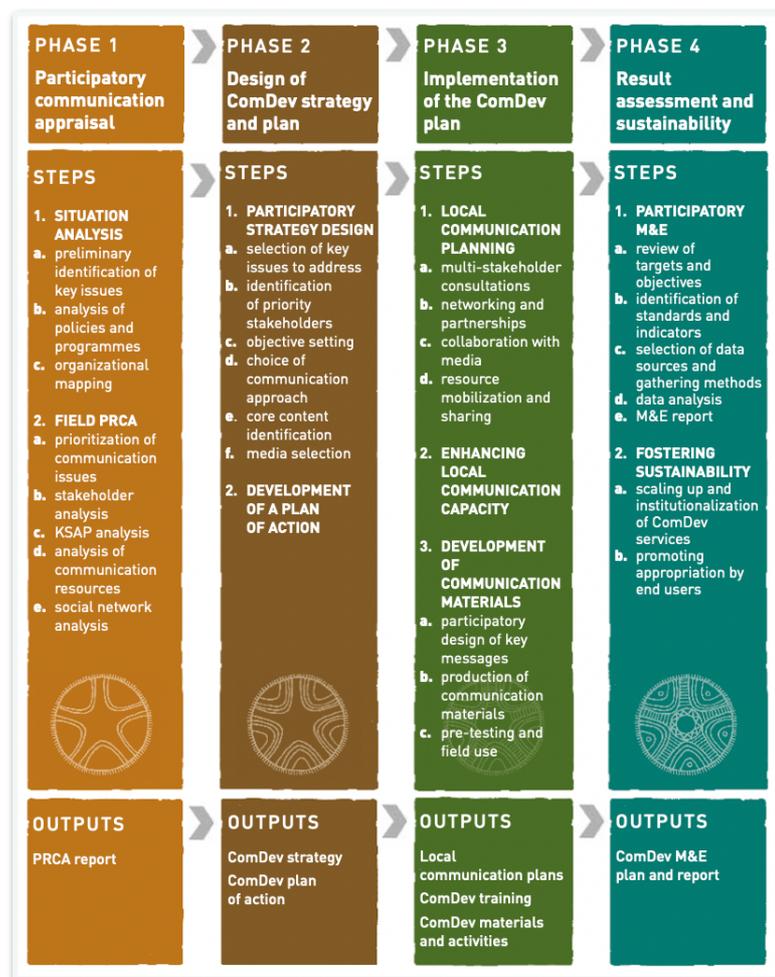
No entanto, irá focar-se nas técnicas adotadas pela FAO, descritas nos manuais criados sobre comunicação para o desenvolvimento. As etapas no planeamento estratégico de comunicação são bem delineadas pelo "processo P", uma “estrutura desenvolvida na Escola de Saúde Pública Johns Hopkins Bloomberg em 1982 e que foi aplicada com sucesso em programas de comunicação na área da saúde em todo o mundo.” (FAO, 2014b: 20)



The new P-Process, steps in strategic communication (Health Communication Partnership, 2003)

Figura 4.1: Os cinco passos da comunicação estratégica

Contudo, o modelo acima exposto foi revisto em 2003 para incorporar dois conceitos que são cruciais para a sustentabilidade de qualquer projeto: a participação e a capacitação. Assim nasceu a estratégia de comunicação usada até aos dias de hoje pela FAO, que pode ser dividida em quatro fases distintas. Posteriormente descrever-se-á de forma sumária cada uma delas, à luz de uma organização que valoriza a comunicação e a sua importância em todos os projetos de desenvolvimento que implementa (FAO, 2014a: 29-30):



Communication for Rural Development Sourcebook (FAO 2014b: 23)

Figura 4.2: Fases do planejamento estratégico da comunicação para o desenvolvimento

- **Fase 1- Avaliação/análise de comunicação** - A primeira fase passa por estudar o contexto em que um projeto está inserido: as percepções, as lacunas de conhecimento, os problemas chave, as tensões, a estrutura política envolvente, as características das partes interessadas, os pontos de vista, as práticas e hábitos, bem como os recursos que teriam influência nas decisões. Esta será uma análise preliminar da situação, baseada principalmente em pesquisas de campo, e definirá qual a melhor abordagem para entrar

no terreno de forma a gerar *insights* significativos sobre os conhecimentos da comunidade, as suas habilidades, atitudes e práticas, bem como sobre suas necessidades de comunicação, preferências e quais os recursos mais adequados. Esses dados serão extremamente úteis para o desenho geral do projeto, principalmente para descobrir as melhores formas e meios de atender às necessidades de comunicação local. Para o efeito devem-se ainda realizar, por exemplo: entrevistas com elementos-chave e especialistas no assunto; discussões de grupos focais entre os vários grupos interessados; utilizar técnicas de *brainstorming* e análises de árvore de problemas entre outras técnicas.

- **Fase 2 - Desenho da estratégia e plano de comunicação** - Numa segunda fase, vão ser considerados os resultados da primeira avaliação de terreno feita na primeira fase, para se definirem os objetivos de comunicação os quais devem ser SMART - *Simple, Measurable, Attainable, Realistic, Time bound* (consultar Anexo B). Desta fase sai uma estrutura da estratégia de comunicação, que inclui não só as abordagens de comunicação relevantes, identificando o conteúdo central do esforço de comunicação, mas também se especificam as combinações mais apropriadas de métodos e *media* para alcançar as partes interessadas. Nesta estratégia devem também ficar delineadas as atividades e resultados previstos, bem como os recursos financeiros, materiais e humanos necessários para que sejam implementadas com sucesso. A matriz abaixo poderá ter bastante utilidade, sendo que apresenta os pontos essenciais a definir ao desenhar uma estratégia de comunicação.

Quadro 4.3: Matriz de planeamento estratégico da comunicação para o desenvolvimento

STAKEHOLDERS	OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO	ABORDAGENS DE COMUNICAÇÃO	CONTEÚDO PRINCIPAL	MÉTODOS E MEIOS DE COMUNICAÇÃO
Grupos, indivíduos, organizações envolvidas ou capazes de influenciar os resultados das atividades de comunicação.	Objetivos desejáveis expressos em termos de mudanças no conhecimento, habilidades, atitudes ou práticas das partes interessadas.	Sensibilização, partilha de informação e conhecimento, mobilização social, advocacia, etc.	Conteúdo com base nos objetivos de ComDev e nas descobertas dos <i>insights</i> recolhidos.	Comunicação interpessoal, direcionada ou de massa - por meio de <i>media</i> popular, <i>media</i> comunitária, <i>media</i> tradicional, TICs, <i>media</i> social, etc.

Adaptado de *Communication for Rural Development. Guidelines for planning and project formulation* (FAO 2014a: 38)

Mais tarde, após as várias contribuições dos diferentes *stakeholders*, chegar-se-á a uma estratégia de comunicação relevante e socialmente aceitável. Desta estratégia desenha-se posteriormente o plano de comunicação que irá delinear, para cada objetivo, todas as atividades esperadas, responsabilidades específicas e cronograma de ação. Neste desenho também se calcula uma estimativa dos fundos disponíveis e necessários para cobrir cada

atividade. O gráfico abaixo é exemplificativo de um plano de comunicação a completar. Se este estiver fundamentado e concreto, então há uma grande probabilidade de o plano obter os resultados esperados.

Quadro 4.4: Matriz do plano de comunicação para o desenvolvimento por objetivo e atividade

OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO	ATIVIDADES	ENTREGAS	CALENDARIZAÇÃO	PESSOA RESPONSÁVEL	LOCAL	ESTIMATIVA DE BUDGET

Adaptado de Communication for Rural Development. Guidelines for planning and project formulation (FAO 2014a: 39)

- **Fase 3 - Implementação do plano de comunicação** - Como o título indica, a terceira fase envolve a implementação real das atividades planejadas no plano de comunicação. Neste momento, um especialista de comunicação deve atuar como facilitador de forma a promover o diálogo e a inclusão das partes interessadas na tomada de decisões, para que se chegue a um consenso e que se mobilizem todos os recursos disponíveis. Aqui, há fortalecimento de relações entre atores, organizações, empresas e meios de comunicação locais relevantes, e da participação de todos resultarão mensagens interessantes e adaptadas, bem como materiais de comunicação, como programas de rádio, vídeos, programas de TV, teatros, entre outros.
- **Fase 4 - Avaliação de resultados e da sustentabilidade** - A monitorização deve ser feita do início ao fim e de forma contínua, para que se avalie se a estratégia de comunicação está ou não a ser implementada de acordo com o planejado e com que sucesso. Nesta fase final, medir-se-á a eficácia das atividades após a sua implementação e avaliar-se-á o impacto das mesmas, de forma a entender-se de que forma contribuíram para os objetivos globais de desenvolvimento delineados numa primeira fase. Aqui, procura-se também garantir a sustentabilidade das atividades para que, após o término do projeto, estas continuem a ser benéficas para todos.

Interessa ainda referir que a sequência das fases e etapas acima descritas, representa um processo de planeamento completo e ideal, mas na realidade este pode ser menos linear e alguns

passos podem ser alterados, substituídos ou retirados de acordo com cada situação e contexto (FAO, 2014a: 28-29).

O planeamento de comunicação para o desenvolvimento é assim um processo participativo e socialmente inclusivo, que visa incorporar e conciliar uma variedade de pontos de vista de membros da comunidade, líderes locais, funcionários do governo, instituições, *media* local e especialistas no assunto (como a figura 4.3. abaixo representa). A própria essência do planeamento de comunicação para o desenvolvimento é que este é feito essencialmente com as pessoas, e não apenas para as pessoas.



Communication for Rural Development Sourcebook (FAO 2014b: 130)

Figura 4.3: Parcerias e intervenientes em processos de comunicação para o desenvolvimento

Participatory planning is a multiple-way learning process: the use of participatory methods and techniques serves to determine the design and contents of the ComDev activities based on actual needs, opportunities and constraints of rural stakeholders. This creates an opportunity for people both to experience and guide change (Fraser and Villet, 1994), with long-term benefits for sustainable development and local people's empowerment (FAO, 2014a: 31).

Assim, só podemos considerar este planeamento realmente participativo e adaptado quando as decisões são tomadas de forma inclusiva com todos os *stakeholders*, onde os atores locais definem conjuntamente as prioridades, estabelecem metas comuns e mobilizam recursos técnicos, financeiros e sociais para a implementação das atividades. No Anexo C encontram-se algumas sugestões da FAO de métodos e ferramentas participativas, na fase de desenvolver os

materiais de comunicação, que passam por: sessões de *brainstorming*, sessões de grupo focal, reuniões de validação e discussão, entrevistas, *workshops*, entre outros.

Na construção destes materiais há que considerar ainda alguns elementos chave, para que as informações sejam bem entendidas e apreendidas (FAO, 2014b: 168):

- Questões culturais - selecionar e usar imagens e texto/mensagens culturalmente apropriadas e relevantes; criar identificação com o design dos produtos, visto que os *stakeholders* terão de se rever e identificar com os materiais criados para que os consigam compreender totalmente;
- Questões linguísticas - usar o dialeto ou a linguagem local para que haja compreensão e para que seja acessível a todos;
- Níveis de educação e escolaridade - considerar a literacia verbal e visual das comunidades no que toca a escolher grafismos, textos e discursos que as mesmas consigam interpretar, bem como testar a legibilidade dos materiais antes de começar a sua produção/implementação;
- Conteúdo - desenvolver conteúdo que vá de encontro ao contexto sócio cultural, tendo em conta especificidades como a idade, género, crenças, valores, cores e estilo preferenciais, entre outras. Se possível, é sempre muito benéfico recorrer a um artista da comunidade para produzir ilustrações, grafismos ou representações (caso nos estejamos a referir ao teatro).

À semelhança deste método adotado pela FAO e por muitas outras organizações, um outro conceito/metodologia que tem especial interesse é o de *Design Thinking*. Este começou a ser falado ainda nas décadas de 1970/89 na Universidade de Stanford, pelos professores Robert H. McKim e Rolf Faste, que enfatizaram a importância de mapear as necessidades humanas, e a partir daí agir de forma criativa e participativa até se esboçar uma solução adequada para uma certa problemática.

No entanto, este conceito só ganhou a sua popularidade com David Kelley e Tim Brown, fundador e atual CEO da grande empresa de Inovação Social IDEO. Estes autores, apesar de não terem inventado o termo, foram dos primeiros a implementar as estratégias e métodos de *Design Thinking* nos seus projetos. O tema começou assim a ganhar uma grande dimensão, e a

ser aplicado em inúmeros contextos e ambientes, e hoje é reconhecido mundialmente - ainda que pouco explorado em muitos países, como é o caso de Portugal.

Design Thinking trata-se de uma metodologia com um conjunto de práticas e ferramentas que ultrapassam as barreiras tradicionais, e que permitem solucionar certo problema da sociedade através de um pensamento crítico e criativo. Neste método, procura-se primeiro conhecer a questão com profundidade, e de seguida arranjar a melhor e mais inovadora solução para aquele conjunto de variáveis e pessoas. É assim um processo coletivo e colaborativo, que tenta reunir o máximo de ideias, perspetivas, e visões diferentes. Conta também com a multidisciplinaridade de áreas e conhecimentos, de forma a que todos os participantes das sessões de facilitação possam dar o seu contributo e transmitir o seu conhecimento em prol do projeto (Brown, 2008).

A metodologia descrita utiliza três espaços distintos:

- **Inspiration** - Espaço onde se introduz o problema através de um *briefing* que deve ser explícito e alcançável. A equipa deve nesta altura definir objetivos, metas e regras, bem como dedicar-se à investigação sobre o tema, à observação das necessidades do seu grupo alvo, e à compreensão dos seus hábitos e costumes. Aqui devem ser realizadas entrevistas e devem existir muitas interações com o grupo de estudo, de forma a que haja um conhecimento mais profundo sobre a questão e que seja colhido o maior número de *insights* possível para que a segunda fase se torne rica;
- **Ideation** - Espaço onde se trabalha toda a informação adquirida na primeira fase, e se estabelece a pergunta de partida (*design challenge*) que irá dar um rumo ao projeto. De seguida começa-se o *brainstorming* de ideias, a seleção das melhores e a testagem das mesmas. Neste espaço é muito benéfico ter um grupo multidisciplinar e bastante participativo.
- **Implementation** - Altura em que a melhor ideia se torna em algo concreto, e se elabora um plano de ação para que esta seja implementada. Normalmente nesta fase criam-se protótipos para que a ideia seja testada e depois melhorada até se chegar à melhor solução possível.

Para além destes 3 espaços, existem também 6 etapas orientadoras mais detalhadas elaboradas pelo *Institute of Design at Stanford*, que se tornam fundamentais ao optar pelo *Design Thinking* como metodologia de projeto (Doorley et al, 2018):



Adaptado de *Design Thinking Bootleg* (Doorley et al, 2018)

Figura 4.4: Etapas do *Design Thinking*

Nestas 6 etapas, as duas primeiras - *Understand* e *Empathize* - encontram-se no primeiro espaço, *Inspiration*; as duas seguintes - *(Re)frame problem - design challenge* e *Ideate* - pertencem ao segundo espaço, *Ideation*; e as duas últimas etapas - *Prototype* e *Test* - correspondem ao terceiro espaço, *Implementation*. Apesar desta metodologia poder parecer complexa, torna-se muito benéfica e facilita a organização de grupo e de trabalho.

À semelhança desta metodologia mais recente, existe a Metodologia de Investigação-Ação datada de 1946, quando Kurt Lewin procurou aplicar “os conhecimentos das ciências sociais aos processos de mudança social” (Ferreira, 2016: 218). Tal como no *Design Thinking*, esta metodologia implica 3 eixos - teorização, experimentação e implementação - e apoia-se na teoria de que a interpretação e resolução de determinado problema apenas é possível com a participação dos diferentes agentes envolvidos no mesmo. Trata-se assim de um processo de investigação e aprendizagem que procura resolver ou melhorar problemas da sociedade, através de passos e princípios a seguir, tal como no *Design Thinking*.

Apesar do *Design Thinking* não aparentar ser um processo tão inovador e revolucionário, acaba por estar mais estruturado e de simples utilização. Trata-se de um “*human-centered design*” que pretende primeiramente criar empatia com o projeto, com o tema e a comunidade em questão, e a partir daí criar conjuntamente soluções apropriadas e adaptadas para cada realidade. É um processo que recorre ao mundo real em vez de se suportar em factos e dados históricos e é um percurso de formulação e re-formulação contínua até se aprimorar a solução

final e ideal. Assim sendo, torna-se uma metodologia muito apropriada a adotar em projetos de desenvolvimento.

Pode-se assim concluir que a comunicação em projetos de desenvolvimento carece de uma estratégia claramente definida com objetivos específicos e com impactos mensuráveis, que promove o envolvimento ativo dos *stakeholders* locais desde a conceção, à produção, testagem e avaliação de todos os materiais e atividades de comunicação que visam mobilizar pessoas e solucionar problemas de desenvolvimento. Felizmente, nos dias de hoje temos vários métodos, estratégias-modelo e recursos que nos permitem estruturar melhor este planeamento para que seja participativo, adaptado e eficaz.

4.6. Reflexão crítica sobre a importância da comunicação em projetos de desenvolvimento

Como Jan Servaes defende,

A comunicação para o desenvolvimento é um processo multifacetado, multidimensional e participativo através do qual as pessoas são capacitadas para controlar os seus próprios destinos. Os políticos, académicos e profissionais devem reconhecer que a comunicação é um processo, não um produto ou um conjunto de tecnologias, e que inclui formas de comunicação formais e informais, diretas e indiretas. Noutras palavras, a comunicação deve ser vista como um elemento essencial de todos os projetos de desenvolvimento, que precisa de ser aplicada de diferentes formas e em distintos níveis de acordo com as necessidades e características do contexto ou da comunidade (Servaes, 2008: 390).

Contudo, o problema da comunicação prende-se ao facto de esta ter sido concebida ao longo de tantas décadas apenas para informar (como um fluxo unidirecional de conteúdo para o recetor passivo), conformar (como forma de ajustar o comportamento das pessoas às necessidades de mercados em expansão e/ou para fins políticos) e deformar (como histórias, memórias, verdades e culturas distorcidas, com o propósito de dominação por classes privilegiadas) (Gumucio-Dagron, 2008: 70).

Por consequência, o conceito de participação foi por muitos anos ignorado, e a falta dela e do diálogo fez com que muitos projetos fracassassem e não fossem sustentáveis a longo prazo.

Neste tempo, as necessidades reais dos chamados “beneficiários” raramente foram levadas em consideração, pelo que as organizações ofereciam pacotes “prontos a vestir” raramente correspondes às prioridades e especificidades culturais de cada comunidade. Colin Fraser e Sonia Restrepo-Estrada resumem até esta ideia da seguinte forma: os sucessos e fracassos da maioria dos projetos de desenvolvimento são muitas vezes determinados por dois fatores cruciais - comunicação e envolvimento das pessoas (Fraser & Restrepo-Estrada, 1998).

Ainda assim, tal como todo o discurso do desenvolvimento está em constante revisão e reformulação e começou a sofrer mudanças profundas nos últimos anos (passando de um modelo rígido e muito verticalmente imposto e assistencialista para um sistema mais flexível), o conceito de comunicação começou também a quebrar algumas barreiras institucionais e neste momento está a dar às comunidades a oportunidade de se expressarem e delinear as suas próprias o seu caminho (Gumucio-Dagron, 2008: 70).

Autores defensores da comunicação para o desenvolvimento referem a importância de esta não ser vista como um subsector, que “apoia o desenvolvimento”, mas sim ser ela própria um setor de igual relevância e preocupação (Colle, 2008: 98). Pradip Thomas argumenta também que a situação mundial da pobreza poderia ser resolvida pela comunicação participativa, visto que “o uso de mecanismos participativos de educação trariam mudanças sociais sustentadas e desenvolvimento em áreas como agricultura, saúde, educação, política e economia” (Servaes, 2008: 19).

Além destas perspetivas, Servaes defende também o conceito de autogestão, que é o nível comunitário ideal em que a própria comunidade é autónoma para solucionar os seus problemas. Esse princípio implica o direito à participação em todas as fases de um projeto, sendo que os vários pontos de vista são considerados antes que os recursos para os projetos sejam alocados e distribuídos (Servaes, 2008: 20-21).

Desta forma sustentada conclui-se que o conceito de comunicação participativa para o desenvolvimento é a noção mais resiliente e útil que surgiu da modernização, e que esta já começa a ser reconhecida como essencial no desenvolvimento. Com a utilização dos diversos processos e meios de comunicação, é possível notarem-se mudanças sociais positivas, seguindo uma lógica horizontal onde as comunidades têm o papel principal e são agentes ativos do seu próprio desenvolvimento. Nesta lógica, a comunicação entra de forma fulminante pois será ela

a base para o sucesso do processo: se a comunicação for efetiva e envolver todos os intervenientes para que haja participação, então o desenvolvimento será participativo e fundamentado.

Podemos então referir as ligações diretas que existem entre os conceitos de desenvolvimento descritos na presente dissertação, com o conceito da comunicação. Relacionando o desenvolvimento local/comunitário com a comunicação para o desenvolvimento podemos reforçar alguns pontos interessantes, sendo que o desenvolvimento comunitário tem como bases quatro das suas nove implicações metodológicas:

- A participação - É fundamental promover o diálogo e a participação, mobilizando a população para o envolvimento ativo. Nesta perspetiva, procura-se que as pessoas passem a ser os protagonistas principais, e que as decisões se rejam pelas suas vontades. Todas estas necessidades conseguem ser garantidas com o uso da comunicação para o desenvolvimento. Tal como referido anteriormente, os sucessos e fracassos da maioria dos projetos de desenvolvimento são muitas vezes determinados por dois fatores cruciais - comunicação e envolvimento das pessoas. Sachs afirma até que, ao longo das últimas décadas, existiram inúmeras falhas na concretização de muitos dos compromissos assumidos pelos governos nacionais e instituições internacionais e que essas mesmas falhas só poderão ser colmatadas com uma intervenção pública eficaz, assente na participação ativa dos cidadãos nas políticas locais e nacionais (Ferreira & Raposo, 2017: 130).;
- *Empowerment* - Neste conceito pretende-se capacitar e autonomizar as pessoas, para que estas adquiram a confiança e o poder de fazer autonomamente decisões. Neste sentido, terão de se preparar as pessoas tendo em conta as suas competências e características, para que dominem os processos de desenvolvimento. Para além da comunicação ser este veículo do entendimento, esta também surge como *empowerment*, na medida que promove as capacidades das comunidades, dando voz aos mais marginalizados e aos seus problemas (como exclusão social, pobreza, dificuldades no acesso aos cuidados de saúde, etc). Esta participação autêntica pode até vir a alterar a distribuição de poder na sociedade, pois esta “partilha de igual para igual” torna o mundo mais equitativo politicamente, economicamente e socialmente;
- Visão integrada - Nos novos processos de desenvolvimento, os problemas, as pessoas e as respostas devem ser vistas de forma sistémica, multidimensional, holística e complexa, e nunca o contrário. Ora, sem uma comunicação plena entre os vários intervenientes

nunca se conseguirá ter esta visão multidimensional, que albergue as experiências e as vontades dos vários atores;

- Planeamento com improvisação e improvisação com planeamento - É assumidamente importante ter algumas linhas de referência estratégica no desenho de um projeto, mas o planeamento não pode ser algo que nos bloqueia e prende. Este tem de estar apto para receber imprevistos, e por isso terá de se adaptar e improvisar constantemente o planeamento estabelecido inicialmente. Tal como foi enfatizado anteriormente, também na comunicação deve haver um planeamento e um pensamento estratégico, minimamente delineado para que haja um foco no processo e para que nenhum passo fique esquecido; mas também flexível ao ponto de ser re-estruturado, repensado e revisto consoante as necessidades que forem surgindo. Todos os projetos implicam um planeamento, tal como toda a comunicação também necessita de uma linha condutora de pensamento para que seja realmente eficaz e responda às necessidades.

Por outro lado, também podemos relacionar o desenvolvimento sustentável com a comunicação para o desenvolvimento. Quando no terceiro capítulo se apontaram as fraquezas do conceito de desenvolvimento sustentável e se propôs uma redefinição do conceito à luz das ideias de Rogério Roque Amaro, estabeleceu-se que era essencial dar destaque a uma dimensão cognitiva. Esta, por sua vez implica que se aposte na literacia para a sustentabilidade e numa aprendizagem permanente, para que exista também uma maior capacidade de conhecimento crítico. Esta literacia carece então de uma comunicação para o desenvolvimento eficaz, que albergue outros níveis etários e promova outras estratégias pedagógicas formais, não formais e informais, promovendo uma Sociedade do Conhecimento, a todos os níveis, contra a manipulação da informação e a desinformação generalizada.

Conclui-se então que uma das principais condições que deve ser assegurada em projetos participativos é a comunicação eficaz, ponderada e adequada. Todas as comunidades têm linguagens únicas e especificidades culturais, pelo que assimilam a informação de forma variada. Assim, através dos diferentes meios de comunicação e tendo em consideração os recursos disponíveis, é possível alcançar diferentes grupos. Se o canal e a estratégia comunicativa forem escolhidos corretamente, o recetor terá acesso e assimilará a informação de forma exata. Pode-se assim afirmar que a comunicação é, então, uma das bases mais decisivas para que exista, efetivamente, desenvolvimento.

5. Estudo de caso prático

O estudo de caso prático permitiu compreender a utilidade da comunicação para o desenvolvimento numa outra perspectiva. Assim, neste capítulo primeiramente será feito um resumo de qual a metodologia escolhida e utilizada para a pesquisa de terreno. De seguida, será feita uma contextualização do próprio terreno, da comunidade estudada, e da organização acompanhada.

Posteriormente descrever-se-ão as características principais dos vários participantes no estudo de caso: passando estes pelas mulheres participantes, testemunhas privilegiadas, trabalhadores da Helpo, e mulheres do grupo focal. Feita esta caracterização mais generalizada, será feita uma análise de dados focada em 5 temas, considerados os mais importantes para o estudo em questão:

- O nível de consumo de bebida alcoólicas
- As perceções, implicações e consequências desse consumo
- O papel e efeito das campanhas e meios de comunicação
- A comunicação aos olhos das ONGD's
- O papel das ONGD's e de outras instituições e serviços nesta temática

Por fim, serão demonstrados os resultados da campanha criada para o efeito, com os vários elementos comunicacionais pensados para sensibilizar a comunidade consoante as sugestões e os contributos recolhidos no terreno.

5.1. Metodologia

No presente subcapítulo será feita uma descrição da metodologia utilizada para compreender de forma mais profunda a problemática em questão, bem como quais as fragilidades e potencialidades ao comunicar sobre o tema de acordo com as especificidades culturais da comunidade estudada.

O estudo de caso foi elaborado numa base de investigação qualitativa, sendo que dela fizeram parte processos bastante participativos definidos pelos *stakeholders* ao longo do desenrolar das atividades. Foram também os seus contributos que delinearão a campanha de

comunicação depois proposta. Nestes processos procuraram-se compreender as participantes e as suas vontades de forma individualizada, evitando assim generalizações e conclusões vagas e irrealistas.

Segundo Maria Craveiro, o processo é mais importante que o produto, ou seja, a produção do conhecimento acontece ao longo da recolha, da análise e da interpretação dos dados (Craveiro, 2007). Assim, a interpretação dos dados recolhidos realizou-se através de uma reflexão sobre as suas perspetivas e opiniões individuais, sendo que se estabeleceu uma relação de grande proximidade, confiança e transparência. Ainda assim, procurou-se manter sempre a neutralidade e ser-se isento de opiniões pessoais, para que o processo não fosse enviesado. Tendo também em conta o tema do álcool, seria difícil determinar quantitativamente o problema, visto que as perguntas se prenderam mais ao perceber com profundidade a questão do que reportá-la objetivamente.

Numa primeira fase exploratória sobre o tema do alcoolismo em São Tomé, recorreu-se a diversos estudos e leituras de forma a conhecer-se a realidade que iria ser vivida posteriormente. Essas leituras preparatórias permitiram conhecer o tema com mais proximidade, tirar algumas impressões importantes, e perceber qual a melhor forma de como vir a abordar o assunto posteriormente. Tal como Raymond Quivy e Lucvan Campenhoudt sugerem, procuraram-se seguir alguns critérios na escolha dessas leituras: estas tinham ligação direta à pergunta de partida; continham abordagens e pontos de vista diversificados; tinham elementos de análise e interpretação; permitiam à reflexão pessoal (Quivy & Campenhoudt, 1998: 85).

Para compreender melhor o contexto antes da partida para São Tomé procurou-se também conhecer mais sobre a realidade de Angra Toldo e do projeto junto dos trabalhadores da Helpo, que prontamente responderam a diversas questões. Para além disso, prepararam-se neste tempo alguns documentos orientadores base:

- Três guiões de entrevista semi-diretiva: um para as participantes do projeto; outro direcionado para os observadores participantes/testemunhas privilegiadas; e outro para os trabalhadores da Helpo (Consultar em Anexo D);
- Uma ficha de observação participante (com o que se deveria estar particularmente atento a observar ao participar e contribuir para atividades do projeto) (Consultar em Anexo E);

- Um guião para caracterização do projeto (com algumas perguntas chave, tais como: qual é o ritmo do projeto? qual a sua caracterização? que expressão tem o problema do álcool nesta região?) (Consultar em Anexo F);
- Um guião orientador para a sessão de grupo focal (Consultar em Anexo G).

Depois desta preparação e com alguma consciência do que se procurava, a investigadora partiu então durante um mês para a comunidade de estudo. Neste processo, usaram-se não só metodologias quantitativas com dados disponibilizados por instituições públicas locais, como também metodologias qualitativas. Estas últimas tiveram mais expressão neste estudo de caso, visto que se utilizaram entrevistas, observação participante no terreno, e sessões de grupo focal. Houve assim uma combinação de diversos instrumentos (triangulação metodológica) de forma a compreender da melhor forma o estudado, e a conseguir obter perceções relevantes que se tornaram posteriormente em conclusões.

Descrever-se-ão assim as principais etapas da observação e participação no terreno, bem como as técnicas utilizadas:

A) Observação participante

Numa primeira fase, a interação com a comunidade passou pela aproximação, respeitando o facto da investigadora ser um elemento estranho aos olhos de todos. Na primeira ida ao terreno, Bruna, coordenadora do projeto, apresentou a investigadora aos habitantes e pediu a Isaura (nome fictício por questões de anonimato), uma beneficiária, que lhe desse a conhecer a comunidade. Assim, durante toda a manhã a Isaura mostrou as casas, a praia, o rio onde as mulheres passavam grande parte do seu tempo a lavar roupa e louça, e o quiosque principal onde se vendia e bebia álcool. Neste passeio, Isaura foi explicando muitas dificuldades sentidas e numa forma informal acabou por partilhar as suas perceções sobre o tema do álcool na comunidade. À medida que ia apresentando os locais, Isaura teve também o cuidado de apresentar a investigadora às diferentes pessoas que se foram cruzando no caminho, sendo que posteriormente a mesma dava uma breve explicação a cada um do porquê de estar ali. A partir desse dia introdutório, a investigadora tornou-se independente nas idas ao terreno e recorreu bastante a esta pessoa chave da comunidade, que ao longo dos dias ia acompanhando a mesma nas entrevistas e conversas. Isaura tornou-se uma peça fundamental em todo este envolvimento, pois através dela conseguiram-se criar laços de proximidade com muitas outras pessoas,

deixando a investigadora de ser desconhecida para a população local, passando a ser motivo de curiosidade e tentativa de aproximação.

Para acompanhar esta observação participante, recorreu-se frequentemente à ficha de observação participante criada *à priori* e ao diário de pesquisa. Neste diário (Consultar em Anexo H) descreveram-se em detalhe todos os momentos vivenciados, procurando-se responder a vários pontos tais como: o desenrolar cronológico do evento; o esquema do lugar; o que se fez; o que se ouviu; o que chocou/agradou; uma análise pessoal, provisória.

Procurou-se também relembrar as ideias de Beaud, Stéphane e Weber quando referem que “a observação, é um triplo trabalho de percepção, de memorização e de anotação” e fazem algumas sugestões: “Anote de início o desenrolar histórico, faça os esqueças dos lugares e das posições, retenha as palavras, as fórmulas e as interpretações enquanto “ainda quentes” dos diferentes participantes” (Beaud, Stéphane & Weber, 2007).

Esta observação participante foi bastante relevante, pois permitiu que fosse feita uma investigação mais rica e aprofundada. Apreenderam-se também as diversas dinâmicas sociais e rotinas, que fizeram que depois se procurasse encontrar a solução comunicacional mais adaptada àquela realidade, consoante as percepções recolhidas no terreno (Quivy & Campenhoudt, 1998: 197).

B) Entrevistas semi-diretivas aos 3 tipos de público

As entrevistas exploratórias serviram essencialmente para encontrar pistas de reflexão e ideias, contrariando assim as hipóteses pré-estabelecidas (Quivy & Campenhoudt, 1998: 192). Assim, procurou-se que nesta pesquisa se representassem todos os intervenientes relevantes para compreender as várias perspetivas do tema, abordando-se: os trabalhadores da Helpo (3 entrevistas), que implementam vários projetos em São Tomé; as mulheres participantes da comunidade que beneficia do projeto (15 entrevistas); e algumas pessoas externas que acompanham o projeto de perto, as chamadas “testemunhas privilegiadas” (5 entrevistas). Como já referido anteriormente, antes destas entrevistas foram elaborados 3 tipos de guiões para cada tipo de público (Anexo D), sendo que alguns temas transversais nas mesmas eram:

- **INTRODUÇÃO, MOTIVAÇÃO E LEGITIMAÇÃO DA ENTREVISTA**, onde se informava os entrevistados sobre o objetivo e contexto da entrevista; valorizava a

importância do entrevistado e do seu contributo; garantia o anonimato e a confidencialidade dos dados; esclarecia eventuais questões; e pedia autorização para gravar a entrevista;

- DADOS PESSOAIS E ENQUADRAMENTO LOCAL, onde se: recolhia os dados pessoais; tirava impressões das maiores dificuldades em São Tomé; procurava entender o contexto familiar e as dificuldades vividas diariamente; identificava o nível de integração na sociedade da pessoa; reconhecia se havia ou não vontade de mudança;
- PROJETO, onde se: compreendia as ligações com a Helpo e o projeto; conhecia o grau de satisfação com as atividades e qual deveria ser a frequência das sessões; identificava o grau de participação das sessões; entendia a utilidade do projeto;
- ÁLCOOL, onde se: conhecia a relação do entrevistado com o álcool; compreendia a percepção do entrevistado sobre a localidade e o problema do álcool; refletia sobre o problema a nível nacional;
- COMUNICAÇÃO, onde se: percebia o alcance do projeto; questionava sobre os métodos mais eficazes de comunicar em comunidades como Angra Toldo; criava um espaço de brainstorming para gerar ideias; criava um espaço de opinião pessoal sobre a mensagem que o entrevistado deixaria para este grupo de pessoas.

As entrevistas, no geral, eram então compostas por estes 5 temas, adaptando-se os mesmos a cada entrevistado para que as perguntas fossem personalizadas e se aproximassem da realidade de cada um. Optou-se também por recorrer às entrevistas semi-diretivas, para que o entrevistado “expressasse sobre si mesmo uma verdade mais profunda do que a imediatamente perceptível” (Quivy & Campenhout, 1998: 86), e para que houvesse espaço para o diálogo, transparência e autenticidade. Tentou-se também seguir as diretrizes de Raymond Quivy e Lucvan Campenhout, quando enunciam os principais traços da atitude a adotar ao longo de uma entrevista exploratória (Quivy & Campenhout, 1998: 77):

- Fazer o mínimo de perguntas possível;
- Intervir de forma mais aberta possível;
- Abster-se de se envolver a si mesmo no conteúdo;
- Procurar que as entrevistas se desenrolem num ambiente e contexto confortável e adequado;
- Gravar as entrevistas.

Esta metodologia bastante participativa foi um dos maiores contributos para o estudo de caso, sendo que muitas delas foram essenciais para compreender os problemas de comunicação sentidos, e como melhorar a comunicação do projeto de forma à informação chegar de forma simples, direta e conveniente a todas as mulheres de Angra Toldo.

C) Sessão de grupo focal

O objetivo desta sessão passou por construir, em conjunto com as participantes, uma campanha de sensibilização para as mulheres de Angra Toldo acerca do consumo excessivo de bebidas alcoólicas. Sendo este um problema nacional e tendo uma grande expressão na comunidade, nesta sessão procurou-se perceber esta questão com maior profundidade, bem como refletir com as participantes quais os melhores meios de comunicação a utilizar e qual o estilo comunicativo a adotar.

Para esta sessão foram convocadas 15 participantes (fez-se a lista com Isaura, que avisou cada uma individualmente). No entanto, apareceram mais mulheres do que as esperadas, pelo que se juntaram quase o dobro. Eram cerca de 30 mulheres que por saberem que íamos estar presentes se quiseram juntar à sessão (o que dificultou bastante a dinamização da mesma). Ainda assim, a decisão de aceitar mais mulheres do que o previsto foi considerada no momento, tendo-se optado por incluir todas as participantes pelas razões apresentadas na introdução. Torna-se importante referir também que como as mulheres do grupo focal não foram as mesmas 15 mulheres entrevistadas, tal como era previsto, optou-se por separar os resultados na análise de dados e assim incluir as novas opiniões recolhidas na sessão. No final, entendeu-se a problemática de forma mais pessoal, e assimilaram-se algumas sugestões relevantes que serviram de base para posteriormente se criar uma estratégia de comunicação adaptada à realidade local.

Foi então uma conversa de aproximadamente uma hora que gerou *insights* bastante significativos, sendo que se falaram de temas relevantes para o estudo, tais como:

- A quantidade que cada uma bebia por dia;
- O que bebiam maioritariamente;
- Porque bebiam;
- Se sabiam quais as consequências de beber em excesso;

- Quais os meios de comunicação mais indicados para informar e sensibilizar;
- Que estilo de comunicação lhes parecia melhor (entre vários exemplos);
- Qual a mensagem que deixariam para ajudar a resolver o problema.

Estes temas foram abordados de forma subtil, sendo que não foram sempre as mesmas senhoras a responder às diferentes questões. Neste caso, conduziu-se a conversa, lançaram-se perguntas, e receberam-se opiniões de várias participantes.

Como não existiam meios tecnológicos no espaço onde a sessão decorreu, optou-se por desenhar cada um dos “slides” com as perguntas base como facilitadores visuais, sendo que, à medida que as mulheres iam respondendo, se iam escrevendo as respostas nessas mesmas folhas como se de um quadro se tratasse. No Anexo G pode-se consultar o quadro resumo das perguntas e das dinâmicas feitas. Em baixo, deixam-se algumas fotografias dos materiais criados e da sessão.



Figura 5.1: Fotografia 1 dos “slides” criados como facilitadores visuais



Figura 5.2: Fotografia 2 dos “slides” criados como facilitadores visuais



Figura 5.3: Fotografia com as participantes da sessão de grupo focal

5.2. Contextualização

Na presente dissertação pretende-se demonstrar a importância da comunicação em projetos de cooperação para o desenvolvimento. No entanto, se é referida tantas vezes a importância de uma presença forte no terreno para se entenderem as principais dificuldades e necessidades comunicacionais, não faria sentido deixar de sustentar estas palavras com um estudo de caso prático.

Assim, foi estabelecida uma parceria com a organização Helpo, para que se pudesse durante um mês recolher materiais e acompanhar de perto um dos seus projetos em curso em São Tomé e Príncipe, projeto esse que estava numa fase de implementação de uma estratégia de comunicação para reforçar a sua mensagem à comunidade.

Passando assim à contextualização do terreno e do projeto, torna-se importante referir alguns dados importantes de São Tomé e Príncipe, Caué, e Angra Toldo.

São Tomé e Príncipe é um país com cerca de 200 000 habitantes e uma área de 1001km quadrados. Localiza-se no Golfo da Guiné, na costa equatorial ocidental da África Central, e tem duas ilhas principais: a ilha de São Tomé e a ilha de Príncipe, que distam cerca de 140 km uma da outra (ONU, 2022). O país foi colonizado por Portugal no século XVI, onde houve um grande fluxo comercial de produtos como café, açúcar e cacau, mas também onde existiu um grande comércio de indivíduos escravizados. Passados vários séculos, a agitação social e a instabilidade económica levaram à sua independência em 1975. Trata-se de um país com um clima tropical, que se traduz numa biodiversidade imensa e numa grande facilidade de produção agrícola. Muitos são-tomenses vivem com grandes dificuldades económicas, com condições de habitação precárias e uma educação insuficiente. Muitos subsistem de atividades do setor primário como pesca e agricultura, e nos últimos anos têm apostado no turismo para o seu desenvolvimento.

Caué, é um dos 6 distritos da ilha de São Tomé. Tem cerca de 6 mil habitantes, e ocupa uma superfície de 276 km quadrados. Mais de 50% da população desta região está abaixo do limiar da pobreza, visto que se enfrentam sérias dificuldades em relação ao emprego, às infraestruturas, ao acesso à água e eletricidade, bem como a outros fatores. Neste distrito

encontram-se 31 localidades (INE, 2012), sendo uma delas Angra Toldo, local onde se elaborou o presente estudo.

Angra Toldo é uma aldeia/localidade de 433 habitantes (INE, 2012), que se desenvolve à volta de um troço de estrada de aproximadamente 10 metros, entre as comunidades de Ribeira Afonso e São João de Angolares. Composta por uma escola, uma paragem de “Hiaces” para o transporte da população e dois quiosques onde se vendem alimentos, bebidas e outros produtos, conta também com dois espaços comunitários onde se realizam as sessões com a Helpo e uma torneira comunitária. Segundo os últimos censos do país realizados em 2012 pelo Instituto Nacional de Estatística de São Tomé e Príncipe, em Angra Toldo habitam mais homens que mulheres (236 homens e 197 mulheres), estando a faixa etária predominante localizada entre os 15 aos 64 anos (INE, 2012).

Relativamente à língua falada, nesta localidade 418 habitantes (dos 422 habitantes da amostra) falam português, e 167 sabem também falar angolar. Das 167 mulheres com mais de 5 anos, 109 sabem ler e escrever e 58 não (INE, 2012).

Em termos de empregabilidade - um dos maiores problemas da zona - das 135 senhoras que poderiam trabalhar 14 estão empregadas e 121 inativas. No total, existem 107 alojamentos, onde 13 tinham em 2012 eletricidade e 94 não. Desses alojamentos, 61 casas tinham rádio, 14 televisão, 1 telefone fixo, e 49 pessoas possuíam telefone móvel (INE, 2012).

Já referidos alguns dados relevantes quantitativos, importa agora deixar algumas notas de caracterização qualitativa sobre a comunidade. Em Angra Toldo, as famílias vivem de forma muito simples: a maioria das mulheres passa o dia em casa a fazer as tarefas domésticas, passando a manhã no rio a lavar a roupa e louça. Poucas senhoras mais empreendedoras tentam vingar em negócios próprios, enquanto a maior parte dos homens trabalha como vinhateiro, a retirar a seiva das palmeiras. Esse líquido, depois de ficar a fermentar 5 dias, torna-se numa bebida alcoólica - o vinho de palma - que é vendido ou consumido pelas famílias. Existem neste momento graves problemas de alcoolismo na comunidade atendendo ao elevado número de óbitos derivados do consumo excessivo de álcool, e considerando que há uma grande dependência de vários homens e mulheres. Ainda não é clara a prevalência, mas prevê-se que quem beba mais sejam as mulheres, visto que não têm nenhuma ocupação e por isso tornaram o ato de beber um hábito. Há também muitas mulheres grávidas e a amamentar que consomem

bastante, registando-se por isso algumas dificuldades de aprendizagem e problemas de saúde (como síndrome alcoólico fetal) nas crianças.

Quando questionadas, a maioria das mulheres confessava poder beber entre 1 a 2 litros de vinho de palma por dia, por gostarem e ser usual fazê-lo. Ainda assim, as mesmas não consideravam o seu consumo um problema, não se mostrando dispostas a diminuir-lo. Quando questionadas acerca das consequências da ingestão de bebidas alcoólicas em excesso, quase nenhuma sabia dar uma resposta. Uma informação interessante, e que serve de análise, é que todas as senhoras entrevistadas neste estudo referiram que na comunidade existiam muitos problemas de agressividade e violência entre os habitantes devido ao álcool.

É então claro que o tema do álcool afeta bastante a comunidade, principalmente as mulheres. No sentido de dar resposta a este problema, surgiu o projeto da Helpo “Grávida sem álcool, bebé com saúde”. A Associação Helpo é uma ONGD, que tem como objetivo

prestar apoio às populações mais vulneráveis, através da sensibilização de financiadores que permitam a implementação de programas e projetos nas áreas chave da nossa intervenção. Nos Países em Vias de Desenvolvimento, trabalha junto das e com as instituições locais, para o cumprimento dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, nomeadamente das áreas ligadas à Educação, Nutrição e Saúde Materno-Infantil, Ajuda Humanitária e de Emergência e Educação para o Desenvolvimento e Cidadania Global, como setores chave da nossa intervenção (Helpo a, s.a.)

O projeto estudado para a presente dissertação foca-se na Saúde Materno-Infantil. É um projeto de 2 anos, que tem como objetivo específico “criar um modelo de intervenção comunitário para reduzir o consumo de bebidas alcoólicas e melhorar o estado nutricional das mulheres grávidas, com base numa intervenção no distrito de Caué” (Helpo b, s.a.). Este projeto conta com a parceria com o Instituto de Droga e Toxicoddependência (IDT), - órgão do Ministério da Saúde de São Tomé e Príncipe (STP) - com Câmara Distrital de Caué e com o SICAD - Serviço de intervenção nos comportamentos aditivos e dependências - do Ministério da Saúde de Portugal. É financiado pelo Instituto Camões (Helpo b, s.a.).

Desde 2019 que a Helpo tem vindo a trabalhar na área de redução de consumo de álcool junto de mulheres grávidas, a nível nacional através do projeto POPMISA - População Materno-Infantil Sem Álcool em São Tomé e Príncipe. Fruto deste trabalho e de um processo participativo de exploração de necessidades e, em conjunto com o IDT, identificou-se o distrito de Caué como o

mais necessitado de apoio em diferentes áreas, incluindo os Problemas Ligados ao Álcool (PLA). Face ao exposto, a Helpo, em conjunto com o Governo de STP, desenhou este projeto cujos objetivos globais incidem na redução do consumo de bebidas alcoólicas pela população materno-infantil, na melhoria do estado nutricional da população materno-infantil e na contribuição para a elaboração de uma estratégia nacional de combate aos problemas ligados ao álcool em STP” (Helpo b, s.a).

Esta intervenção conta alcançar 1909 mulheres em idade fértil, 24 técnicos de saúde, 10 técnicos do setor social, 15 líderes e agentes de saúde comunitária e 683 alunos no ensino secundário através de atividades ocupacionais e da dinamização de grupos de debate e reflexão, de campanhas de sensibilização, e de sessões formativas a agentes chave.

5.3. Principais características e critérios de seleção das pessoas contactadas

De forma a entender-se quem foram as pessoas contactadas durante este estudo de terreno, será pertinente antes de se analisarem os dados recolhidos, realizar-se uma breve caracterização geral dos diferentes tipos de públicos entrevistados (participantes, testemunhas privilegiadas e trabalhadores da Helpo), bem como das senhoras que fizeram parte do grupo focal. Neste contexto também se explicará o porquê da escolha destes mesmos intervenientes para o estudo.

5.3.1. Participantes

As participantes entrevistadas foram escolhidas com a ajuda da coordenadora de projeto, visto que a mesma tinha o conhecimento próximo de terreno. Procurou-se que fossem senhoras que frequentassem assiduamente as sessões organizadas pela Helpo, bem como “senhoras chave”, quer fosse pela sua reputação e importância na comunidade, ou por possuírem negócios centrais, ou por serem um elo agregador de muita gente. Depois de uma primeira ida ao terreno em conjunto, elaborou-se uma lista de 15 senhoras que iriam ser entrevistadas nos dias seguintes. Escolheram-se apenas 15 mulheres porque se entendeu que era o número ideal para o estudo em questão.

Nenhuma das mulheres entrevistadas tinha menos de 20 anos ou mais de 50. Das 15 mulheres, a maioria tinha uma idade compreendida entre os 40 a 50 anos. De seguida vinha a faixa etária dos 30 aos 40 anos. (Figura 5.4.)

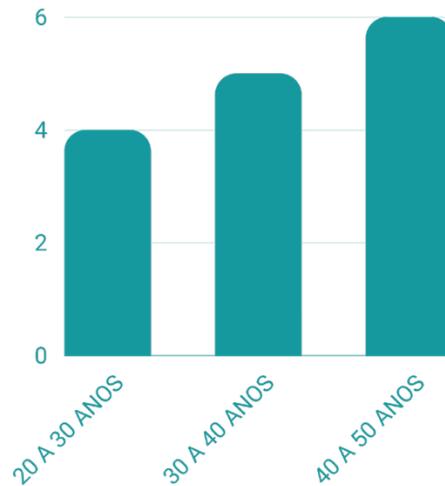


Figura 5.4: Idades das 15 mulheres entrevistadas

Quanto à pergunta acerca do trabalho atual, concluiu-se que a maioria estava desempregada e não tinha qualquer ocupação. Das senhoras que trabalhavam, duas geriam um quiosque familiar (sítio principal onde se compram bebidas na comunidade), uma senhora era cantineira na escolinha, e outras duas trabalhavam em explorações de cacau. As outras mulheres diziam ocupar-se de negócios pontuais: às vezes vendiam búzios ou bolos na estrada. Ainda assim, esses negócios não eram o seu sustento nem uma atividade regular. Relativamente à escolarização, 9 das 15 mulheres não sabiam ler nem escrever. A maioria das mulheres tinha 4 ou mais filhos (10 das 15 mulheres entrevistadas), e todas viviam com um companheiro.

5.3.2. Testemunhas privilegiadas

À semelhança das participantes, as testemunhas privilegiadas foram também escolhidas com a ajuda da coordenadora do projeto, que contribuiu para o processo visto que eram pessoas de diferentes comunidades e contextos, e que por isso sem a sua ajuda dificilmente teria sido possível chegar-se até elas. Nesta amostra, procurou-se representar pessoas com diferentes conhecimentos e contributos, para que fosse uma visão mais rica e completa sobre o tema aos olhos de quem é próximo dele, observando-o a partir do exterior.

Neste sentido, entrevistaram-se 5 testemunhas privilegiadas com base nos critérios descritos anteriormente:

1. Uma enfermeira próxima do projeto e que trabalha há 17 anos no principal centro de saúde do distrito de Caué, em Angolares. É para este centro de saúde que a maioria dos casos de

Angra Toldo são encaminhados, e a enfermeira em questão trabalha principalmente na área da saúde materno-infantil, com mães grávidas ou a amamentar.

2. A diretora do Instituto da Droga e Toxicodependência (IDT). Este instituto existe desde 2014, e foca-se essencialmente na prevenção de comportamentos aditivos, visto que os serviços de tratamento a nível nacional se mostram fracos ou mesmo inexistentes. O IDT é um parceiro do projeto estudado, sendo que a diretora também prepara as sessões em conjunto com a Helpo, bem como as aplica no terreno.
3. O agente de saúde de Angra Toldo, selecionado pelo Ministério da Saúde para estabelecer o elo de ligação entre a comunidade e as respostas de saúde. Este reconhece quais os pedidos e necessidades da comunidade e encaminha as pessoas para as respostas de saúde mais próximas e adequadas. Este senhor, com 45 anos, acaba por ser um dos elementos chave da comunidade sendo que as pessoas o respeitam e estimam, e recorrem ao mesmo quando precisam de algo.
4. O adjunto do agente de saúde principal de Angra Toldo, que foi também nomeado pelo Ministério da Saúde para fazer um trabalho como adjunto do agente de saúde caso o agente não esteja presente ou não possa dar resposta aos pedidos da comunidade. As pessoas recorrem principalmente ao agente, e apenas se dirigem ao adjunto quando o primeiro não está. Ambos tiveram formação na área de forma a conseguirem prestar o melhor apoio possível.
5. O secretário da Câmara Municipal de Caué, que trabalha na Câmara há 33 anos e acompanha a Helpo nas campanhas de sensibilização nas comunidades. Este é um dos responsáveis por distribuir um subsídio que a Câmara começou a dar a mães carenciadas. Assim, identifica junto da Helpo quais as mães mais necessitadas e gere esses subsídios, conhecendo bem todas as comunidades do distrito e necessidades locais.

5.3.3. Trabalhadores da Helpo

Relativamente aos trabalhadores da Helpo, foram escolhidas as seguintes pessoas:

1. A pessoa coordenadora do projeto do estudo de caso, pois foi a pessoa que mais me acompanhou no terreno em todo o processo de integração e de obter os resultados esperados. Por estar tão por dentro do tema e conhecer a realidade de perto, faria todo o sentido ser uma das vozes entrevistadas. Trabalha em São Tomé com a Helpo desde 2021 e, gerindo o projeto, fazem parte das suas funções assegurar a execução de todas as atividades, a gestão do orçamento e a relação com os respetivos parceiros e serviços.

2. A pessoa coordenadora de um projeto de educação em São Tomé, pois tem muita experiência na área e é uma pessoa muito proativa no que toca a solucionar problemas de comunicação e a experimentar novos métodos de transmitir melhor as mensagens às comunidades no âmbito do seu projeto. Trabalha com a Helpo desde 2020.
3. A supervisora da Helpo em São Tomé, que trabalhou muitos anos como enfermeira em hospitais da ilha, sendo coordenadora dos departamentos de saúde e nutrição. Desde 2021 que trabalha em conjunto com a Helpo como Supervisora Nacional, visto que tem uma vasta experiência é muito estimada pela comunidade, o que facilita muitos contactos entre a ONGD, os parceiros e a comunidade. Por ser uma voz com muita experiência na área da saúde e trabalhando há tanto tempo na área e junto das comunidades, faria todo o sentido ser incluída nas entrevistas.

5.3.4. Grupo focal

Sendo que a sessão decorreu no final do mês de pesquisa de terreno, delineou-se que as mulheres nomeadas para o grupo focal seriam as mesmas 15 participantes entrevistadas por já saberem do que se tratava a pesquisa e por ter havido uma facilidade em contactá-las sobre a sessão. Optou-se por não convidar mais que 15 mulheres, número que se considerou significativo e capaz de manter a produtividade da sessão. Contudo, esse número não foi respeitado pois apareceram mais mulheres do que as que estavam inicialmente previstas. Ainda que não fosse este o resultado previsto, optou-se por aceitar todas as participantes pelas razões explicadas anteriormente. Resta apenas referir que a maioria das mulheres tinha entre 30 a 50 anos.

5.4. Análise de dados recolhidos

De forma a compreenderem-se as temáticas estudadas da melhor forma possível, procurou-se analisar os dados recolhidos através de uma visão e método mais analítico, fazendo-se primeiramente o tratamento dos dados através de fichas de análise de vertical para as 23 entrevistas, bem como para a sessão de grupo focal (Anexos I,J,K,L). De seguida, dividiram-se as informações por temas principais com os contributos dos vários participantes sobre cada um deles (tal como se explicou na metodologia, recorde-se que se optou por distinguir as 15 participantes entrevistadas das participantes do grupo focal na análise de dados, pois estas não

eram as mesmas). Este cruzamento de informações fará com que, possivelmente, esta se torne numa leitura mais fácil, perceptível e interessante.

Neste sentido, foram selecionados cinco principais temas a explorar posteriormente:

- O nível de consumo de bebida alcoólicas
- As percepções, implicações e consequências desse consumo
- O papel e efeito das campanhas e meios de comunicação
- A comunicação aos olhos das ONGD's
- O papel das ONGD's e de outras instituições e serviços nesta temática

Passaremos então ao aprofundamento de cada um deles.

5.4.1. O nível de consumo de bebida alcoólicas

Tal como se descreveu no contexto e enquadramento do projeto e da comunidade estudada, um dos maiores problemas local de momento é o consumo excessivo de álcool por parte das mulheres e das mães grávidas ou a amamentar. Procurou-se perceber esta questão com mais profundidade, mas antes foram feitas algumas perguntas quantitativas, de forma a conhecer a problemática de forma mais generalizada. Ao perguntar-se às participantes entrevistadas quantos litros de álcool bebiam por dia, das 15 mulheres, a maioria disse beber entre 1 a 2 litros por dia (Figura 5.5). Quase todas afirmavam beber exclusivamente vinho de palma (das 13 que bebem, 12 apenas bebem vinho de palma, e 1 bebe mais cerveja).

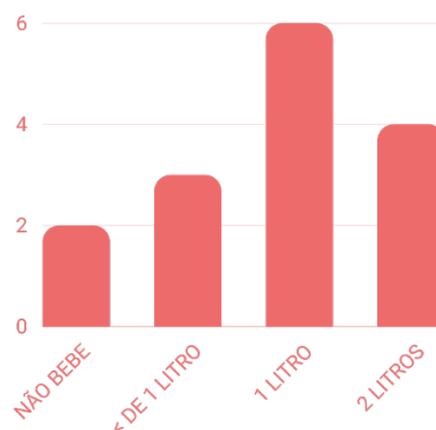


Figura 5.5: Quantidade que bebem por dia - respostas das 15 participantes entrevistadas

Ao fazer as mesmas perguntas às mulheres na sessão de grupo focal, a maioria afirmou também beber entre 1 a 2 litros por dia (Figura 5.6). Quase todas disseram beber apenas vinho de palma, sendo que uma das mulheres referiu beber cerveja, e outra vinho tinto.

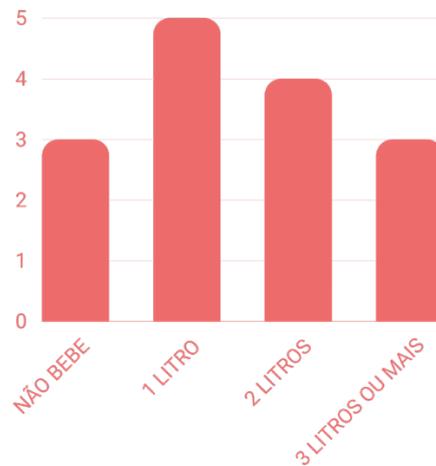


Figura 5.6: Quantidade que bebem por dia - respostas da sessão de grupo focal

O próprio adjunto do agente de saúde de Angra Toldo afirmou na sua entrevista beber entre 2 a 3 litros de vinho de palma por dia. Referiu também que essa quantidade seria normal, e que todos à sua volta - família e amigos - bebiam a mesma quantidade e a mesma bebida (vinho de palma). Um fator que pode também influenciar esta situação, é que a maioria dos homens da comunidade é vinhateiro e por isso leva álcool para casa diariamente.

Ainda neste sentido, procurou-se entender quem bebia mais: se mulheres, se homens. Das 15 mulheres entrevistadas, 12 afirmaram que ambos bebiam o mesmo, e as outras 3 afirmaram que os homens bebiam mais. A diretora do IDT, uma testemunha privilegiada, referiu na sua entrevista o facto de antigamente as mulheres não consumirem tanto, e hoje em dia serem as que mais consomem e estão dependentes. Acrescentou ainda que algumas sofrem de violência doméstica e não denunciam os parceiros porque acham que são elas próprias as culpadas, porque bebem e compram bebida em vez de alimentos com o único dinheiro que vão tendo. Esta conhece muitos casos de mulheres nesta situação, onde as mesmas lhe dizem que “querem parar de beber mas não conseguem nem sabem como”. Uma das técnicas da Helpo afirmou também na sua entrevista que “hoje em dias, as mulheres estavam a consumir mais que os homens”. Outra testemunha entrevistada que está todos os dias no terreno no centro de saúde, a Enfermeira, referiu na sua entrevista ver diariamente muitas mães grávidas a aparecer já muito alcoolizadas, o que faz com que na maioria dos casos o bebé acabe por falecer.

Ainda neste t3pico, algumas participantes referiram ainda que as crianças tamb3m bebiam quando os pais lhes pediam para ir comprar vinho de palma, e estas bebiam no caminho de casa. J3 uma das testemunhas privilegiadas, a diretora do IDT, afirmou tamb3m este facto. O trabalho da mesma tem passado muito por sensibilizar crianças em escolas, e ao longo da sua experi3ncia foi percebendo que as crianças bebiam 3s escondidas dos pais, sem sequer saberem o mal que lhes fazia.

5.4.2. As perce3es, implica3es e consequ3ncias desse consumo

Mais importante que perceber quanto bebem, 3 entender porque o fazem e quais as consequ3ncias disso. Assim, neste ponto falar-se-3 primeiramente das perce3es das mulheres relativamente ao seu consumo, e de seguida as raz3es para que este exista bem como as consequ3ncias dele.

Nas entrevistas 3s participantes, as 13 mulheres que bebem diariamente afirmaram que n3o acham problem3tico consumirem aquela quantidade por dia, e nem procuram beber menos por acharem que n3o 3 um problema. No entanto, quando confrontadas com a pergunta sobre se o 3lcool provoca problemas de sa3de, todas disseram que sim - s3 n3o sabiam dizer porqu3. H3 assim uma grande desinforma3o sobre as consequ3ncias do alcoolismo, e uma ideia muito enraizada de que 3 normal.

Quando as mesmas 15 entrevistadas responderam 3 pergunta “Porque bebem?”, a maioria diz beber “porque gosta,” e por ser “normal” (Figura 5.7). Na sess3o de grupo focal, mais mulheres responderam 3 pergunta “Porque bebem?”. Algumas respostas foram: “Porque estou acostumada”; “Para ficar quente”; “Para ficar ativa, para ativar”; “Para ficar com força”. E que caso n3o bebessem, ficariam “doentes”, “moles”, “estranhas” e “fracas”.

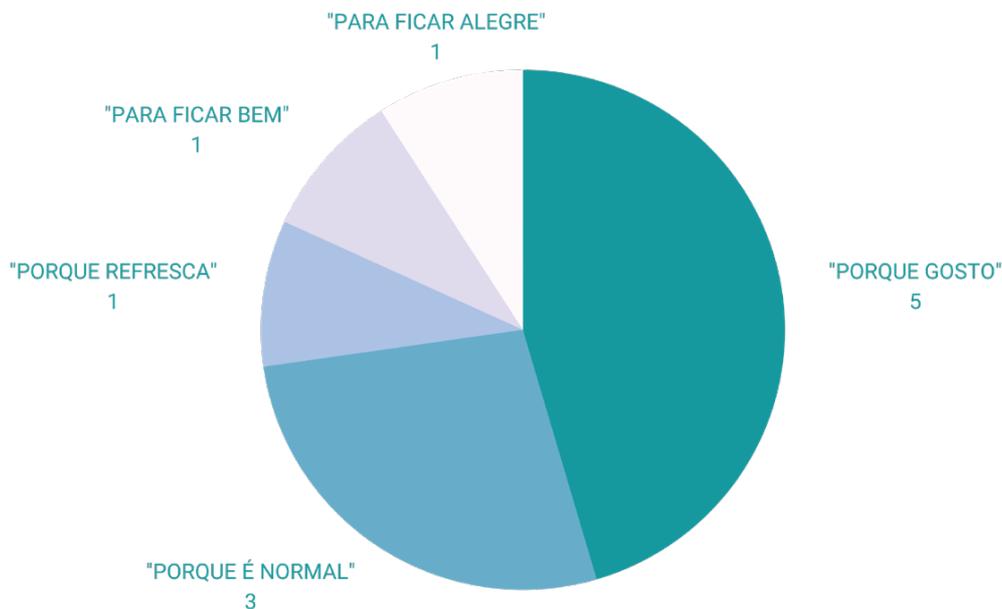


Figura 5.7: Porque bebem? - respostas das 15 participantes entrevistadas

Já as pessoas que observam o problema de fora, têm outra percepção sobre o tema. Uma das testemunhas privilegiadas, a Enfermeira, considera que a principal razão para as mulheres beberem tanto deve-se ao facto da maioria das mães não ter trabalho nem ocupação e, por isso, “vão bebendo à medida que o tempo vai passando”. Partilhou ainda que no centro de saúde onde trabalha e quando chegam mulheres muito alcoolizadas, às vezes lhes pergunta a razão por terem bebido tanto, ao que elas afirmam que bebem “porque não têm mais nada para fazer, então ficam em casa, a beber”.

Relativamente às consequências deste consumo em excesso, as 15 participantes entrevistadas não sabiam quais eram os danos concretos e físicos que o álcool provocava quando consumido em excesso. No entanto, não houve uma mulher que não fizesse referência à violência gerada na comunidade devido ao álcool. Este é realmente um tema. Referem que as pessoas ficam agressivas umas com as outras, e que a partir de uma certa hora do dia há muita violência devido a algumas pessoas se encontrarem alteradas. Uma das entrevistadas desabafou até que não saia à rua a partir de uma certa hora porque as pessoas começavam a criar confusões, e que às vezes aconteciam episódios graves de violência. A própria investigadora, como observadora participante, notava que a partir das 11h/12da manhã, já se tornava muito difícil conversar com muitas das mulheres porque já estavam bastante alcoolizadas, e outras agressivas

com o resto da comunidade. Até os próprios agente de saúde e adjunto referiram que os maiores problemas da comunidade em questão são “o álcool, a violência e o desemprego”.

Outra ideia apreendida nas entrevistas às participantes, foi a questão das mesmas acharem que o vinho de palma não tem álcool e que por isso, esta pode até substituir a água pois “refresca ainda mais”. Houve inclusive casos de mulheres que, quando se falava das consequências do álcool, diziam ser “mentira”, e que o álcool só servia “para distrair” e que por isso não fazia mal nenhum. Afirmavam até que os seus antepassados (pais, avós) sempre beberam, e viveram uma vida normal. A visão de uma das trabalhadoras da Helpo sobre este assunto é que as mulheres não estão de todo cientes da problemática: “É uma coisa tão enraizada e natural, a venda e o consumo. Beber álcool é como beber água. Não há grande consciência”. Esta reforça também a ideia dos mitos nas comunidades “As mulheres dizem-me, por exemplo, que as avós lhes davam bebida em crianças, e que estão ótimas mesmo assim. E que os filhos delas estão bem mesmo tendo elas consumido toda a gravidez”. Assim, a especialista diz que é uma “característica já muito enraizada na comunidade e normalizada aos olhos de quase todas as pessoas” e que, por isso, “é preciso ir fazendo as pontes para as consequências a longo prazo”.

Na visão da diretora do IDT, o alcoolismo é neste momento um dos maiores problemas a nível nacional, e esta acredita que essa realidade se deve ao facto de existir uma grande exposição e um fácil acesso às bebidas, sendo que muitas delas são produzidas de forma caseira sem controlo nem fiscalização. Esta explica que muitas vezes as pessoas “vão introduzindo ingredientes que nem são benéficos para a saúde, e vendem a qualquer hora, a qualquer preço”. Esta acredita que é preciso haver uma maior legislação sobre o tema, e refere que o governo está a criar novas leis que controlam a produção de álcool. No entanto, diz que “as leis não estão a funcionar e não funcionarão sozinhas. É necessário haver controlo e fiscalização”.

Constata-se então que existe um problema grave nesta comunidade advindo do álcool, e a maioria das pessoas locais não o reconhece. O secretário da Câmara que distribui subsídios estatais às mães mais carenciadas, refere na entrevista que muitas mães que recebem o apoio gastam em álcool e não em material escolar, ou para matricular os seus filhos na escola, ou para os alimentar melhor, sendo que seria esse o objetivo. “Como estão tão dependentes do álcool, quando se vêm com dinheiro não conseguem controlar a sua adição e acabam por gastar tudo em bebida”, afirma. A trabalhadora da Helpo que trabalha há muitos anos em hospitais e centros de saúde, refere até “que antes não se bebia tanto e que nunca tinha visto tanta gente a beber

como hoje, de forma tão exagerada“. Conta posteriormente que ”muitas mães desmamam as crianças com bebida. Dão bebidas alcoólicas para que as crianças durmam durante a noite e não acordem para mamar”.

Já a coordenadora do projeto, considera que as respostas governamentais ainda não são eficazes: “o governo criou uma comissão para discutir uma lei mais elaborada sobre a produção caseira do álcool e a sua fiscalização, mas tudo demora tempo e não é eficaz. Não há grandes respostas para este tema”, afirma. Partilhou também na sua entrevista que nestas pequenas comunidades, as próprias mulheres não se sentem confortáveis para assumir que têm um problema com o álcool, e contou que uma das mulheres participantes desabafou não poder entrar no encontro que estava a decorrer porque o marido não iria aceitar. É, assim, “um tema que traz muitos problemas consigo”, diz a coordenadora. É então necessário ter uma atitude resiliente na hora de o desconstruir por partes. “Mesmo na pedra rija, a água bate tanto, tanto, até que fura”, diz o agente de saúde de Angra Toldo, que acredita que é preciso continuar a sensibilizar e a trabalhar no sentido de informar e educar, para que algum dia a realidade melhore graças a esse esforço contínuo.

5.4.3. O papel e efeito das campanhas e meios de comunicação

Como é defendido na presente dissertação, acredita-se que a comunicação para o desenvolvimento possa ser não apenas um recurso, mas uma solução para muitos problemas de desenvolvimento.

Relativamente aos melhores meios de comunicação a utilizar na comunidade de Angra Toldo, as 15 participantes entrevistadas referiram que a televisão seria melhor do que a rádio, sendo que a maioria não tem rádio. (Figuras 5.8 e 5.9)



Figura 5.8: Têm Televisão? - respostas das 15 participantes entrevistadas

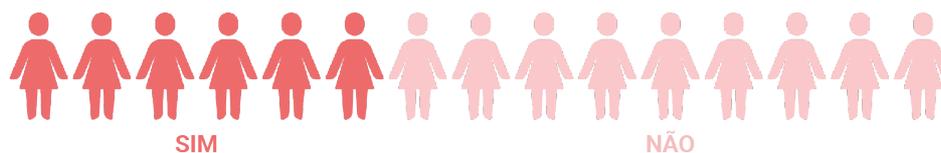


Figura 5.9: Têm Rádio? - respostas das 15 participantes entrevistadas

Na sessão de grupo focal, quando as mesmas perguntas foram feitas as mulheres referiram que a rádio ficava “só a passar”, e que não ligavam muito. Ao que a televisão quase todas afirmaram ver diariamente (neste caso, as que tinham acesso a ambos os meios).

As participantes referiram também os cartazes como uma ótima forma de comunicar. 14 das 15 senhoras referiram que iriam ler/ver os cartazes para compreender o que lá estava, e as que não sabiam ler contaram que por hábito perguntavam sempre às pessoas que o sabem uma tradução e explicação. Apenas 1 mulher afirmou que não dar atenção aos cartazes. A própria enfermeira entrevistada que trabalha diariamente em centros de saúde, mencionou que “os cartazes na sala de espera são eficientes”, “antes muitas mães não sabiam que o vinho de palma tinha álcool. Como há um cartaz sobre isso na sala de espera, ficaram a saber. Muitas ficam espantadas, e as que não sabem ler perguntam a outras mães ao lado, e acabam por perceber porque começam a falar sobre o assunto. É um meio útil de comunicar”. No entanto, a diretora do IDT chamou a atenção para que os cartazes não sejam demasiado complexos e difíceis de interpretar: “Se os cartazes tiverem imagens, chamam a atenção, mas se tiver muito texto não valerá a pena. Tem de partir de uma imagem para captar a atenção”.

Ainda assim, apesar de acharem úteis os meios, muitas entrevistadas referiram que não bastava uma campanha de comunicação em meios como TV, rádio e cartazes. “É preciso sensibilizar no terreno, em diálogo direto com a comunidade”, respondeu uma senhora. O adjunto de saúde concorda com essa visão, e considera que “seria bom andar de porta a porta a falar com as pessoas”.

Já o secretário da Câmara acredita que “o trabalho que tem sido feito pela Helpe é o ideal: falando diretamente com as pessoas. Mas para além disso, a mensagem poderá ser reforçada através de cartazes, visto que nestas zonas a TV e rádio não têm muita expressão nem alcance”.

O agente de saúde tem também uma visão positiva sobre os meios de comunicação utilizados. Este acredita que é importante passar a mensagem na televisão (pois a maioria das pessoas tem TV, e apanha-se TVS na região) e fazer cartazes. Quando a investigadora lhe pediu para escolher entre todos os meios o melhor a utilizar, respondeu que “todos são importantes, todos são comunicação”. Daí a importância de abranger o máximo de meios possíveis, de forma a chegar às comunidades por alguma dessas formas.

A diretora do IDT veio dar outro contributo a este tema pois, pela sua experiência, torna-se eficaz comunicar às crianças nas escolas, que serão o futuro do país.

Neste momento estamos a investir em crianças porque elas são o futuro do nosso país. Acredito que cada vez que vamos ao terreno vamos mudando o seu comportamento. Porque todas as crianças têm um sonho, e para alcançar esse sonho elas agora sabem com a nossa conversa, que têm de estar saudáveis (refere a diretora do IDT)

Assim, o foco do IDT tem sido abordar o tema em escolas e de sala em sala, “à conversa com os alunos”. Falam com as crianças principalmente sobre as bebidas e das suas consequências para a saúde. As três trabalhadoras da Helpo referem também a sensibilização nas escolas como essencial para o sucesso da comunicação. “As escolas são um bom ponto de partida pois tem de se começar a falar deste assunto desde cedo, para se ir cultivando uma mentalidade nova”, diz a supervisora nacional. A coordenadora do projeto refere também que “É importante reforçar às comunidades que nós não vamos acabar com o álcool. Nós sabemos que há muita gente a subsistir desta produção. Vamos sobretudo promover a saúde das futuras gerações e das crianças, que são o futuro do país”. E partilhou ainda: “Quando perguntamos nas escolas quem será o futuro presidente, as crianças até ficam espantadas com a pergunta. Acham sempre que há de ser alguém que não elas. E são elas o futuro”.

Aos olhos de muitos entrevistados, em termos de conteúdo o mais importante a comunicar e o essencial a transmitir são as consequências de beber álcool em excesso (sensibilizando também para as bebidas caseiras feitas sem controlo e pouco seguras para a saúde).

Também em termos visuais de como comunicar, a diretora do IDT fala por experiência do trabalho de terreno que tem. “Temos um ditado que diz: ver para crer. E por isso a informação tem de passar essencialmente com imagens ilustrativas. Só assim haverá mudança de comportamento”, diz a mesma. Esta acredita que as imagens ilustrativas com as consequências

são as mais eficazes e têm mais impacto nas pessoas. Com este *feedback*, decidiu-se assim levar para a reunião de grupo focal várias imagens para perguntar às mulheres qual o tipo de imagem que gostariam de ver mais em campanhas de comunicação. Entre as imagens haviam ilustrações abstratas, ilustrações/desenhos mais realistas, infografias, fotografias das consequências (como por exemplo um fígado num “antes” e “depois” de muito consumo; ou de violência doméstica). Nesta sessão, de entre os estilos sugeridos a grande maioria das mulheres escolheu a fotografia, ou seja, uma imagem mais realista, sendo que muitas que escolhiam a fotografia diziam gostar muito dos desenhos/ilustrações mais realistas. Pelo contrário, as ilustrações abstratas com mensagens subentendidas não foram escolhidas. Poucas escolheram as infografias, mas algumas referiram que seria uma boa ilustração para perceberem as unidades de medida, ou seja, a quantidade “saudável” que podiam beber de cada bebida consoante o nível de alcoolémia das mesmas. Sentiu-se também que mostrar as consequências através das imagens seria muito útil, visto que na sessão de grupo focal se levaram imagens de um “antes e depois” de órgãos afetados e pouco saudáveis, ou de crianças com síndrome alcoólico fetal (entre outras), e nesse momento as reações foram de espanto e preocupação, ficando todas as mulheres muito atentas às imagens. Daqui surgiu a necessidade de se criar uma campanha que representasse a realidade, de forma ilustrativa e adaptada.

Achava-se à partida que o teatro seria também uma forma de comunicar com muito sucesso, e que seria referida por muitos entrevistados. Mas não o foi. Quase nenhuma das participantes referiu o teatro, e quem referiu foram os técnicos que trabalham com as comunidades. A diretora do IDT acredita que “O teatro diz tudo quando é bem feito. E capta muito a atenção destas comunidades. As pessoas gostam muito de ver e a mensagem passa realmente bem”. As três trabalhadoras da Helpo também consideram o teatro bastante útil para transmitir uma mensagem e sensibilizar a população são-tomense.

Outros atores principais para passar mensagens e ideias - referiram as trabalhadoras da Helpo - são os líderes comunitários e os agentes de saúde, essenciais para divulgar e informar as comunidades, bem como fazer as pontes entre as mesmas e os serviços de saúde.

Ao olhar para esta problemática, parece-nos difícil ver uma alteração próxima de comportamento. Como uma das participantes referiu, “não sei se alguma campanha vai mudar o comportamento das pessoas. Já é um hábito”. A enfermeira entrevistada, também desabafa que “Por mais que se converse, é difícil mudar comportamentos”, mas mantém ainda assim

uma visão positiva: “vamos lutando contra este tema lentamente até ao dia que melhora”. A coordenadora do projeto também mostra esta atitude de perseverança: “Só sabemos que o problema é grande quando vamos desbravando o terreno. Aí é que se torna tudo ainda mais assustador. Mas é uma mudança de pensamento, e isso não se faz de um dia para o outro”.

E há, efetivamente, melhorias - mesmo que lentas. A diretora do IDT conta que a campanha da POPMISA (outro projeto da Helpo que teve uma forte campanha de comunicação) “correu muito bem, e hoje em dia a TVS ainda passa os episódios”. Diz ainda que “a população tem acompanhado, e algumas mães já têm mudado a sua atitude quando estão grávidas ou a amamentar”. Que “depois de verem as consequências ficam assustadas e alertadas para o assunto. As mães falam desses episódios, e as crianças também começam a alertar as mães que não podem beber quando estão grávidas ou a amamentar”.

Assim conclui-se esta secção, enfatizando a importância da comunicação neste tipo de projetos. Como refere uma das trabalhadoras da Helpo, “Se os produtos comunicacionais forem criados com as comunidades, as pessoas também se irão apropriar das ideias e terão orgulho e envolvimento na ação”. A chave, é tudo ser feito com as comunidades consoante as suas necessidades e vontades. Só assim se conseguirá transmitir uma mensagem da forma correta e adequada.

5.4.4. A comunicação aos olhos das ONGD's

Às trabalhadoras da Helpo, perguntaram-se algumas questões acerca de como era visto o tema da comunicação nos projetos e dentro da própria Helpo, e sobre como esta é, no geral, considerada ou não no mundo das organizações.

Uma das trabalhadoras, considera que a verba de comunicação alocada ao seu projeto é suficiente para se fazer algo, mas “à justa”. Conta que a verba para este fim foi bastante detalhada quando se desenhou o projeto, tendo-se estabelecido um valor para cada atividade de comunicação. Esse factor não tem sido benéfico, por haver pouca flexibilidade para adaptar a campanha comunicacional consoante a realidade do projeto e as especificidades da comunidade. Conta também que no seu projeto, “o foco tem de passar muito pela comunicação”, e que “para isso é importante ter uma verba para contratar alguém, ou alguma agência”, sendo que “ficar só com os recursos que temos é escasso”. Afirma também, que

idealmente o departamento de comunicação deveria ser reforçado de forma a que não tenha de ser necessário cada projeto recorrer a agências externas para o fazer.

Numa outra visão de outra trabalhadora da Helpo, é referido que "A comunicação é sempre um grande desafio. É sempre algo que desenhamos e que vai variando de projeto em projeto". Esta considera também a verba que tem alocada para a área da comunicação no seu projeto aceitável, "no entanto, esta área é muito lata. E para um projeto de quase 3 anos, temos que delinear claramente o que é que pretendemos". Em conversa, a entrevistada explica que "No geral, a comunicação nunca é uma prioridade das organizações. Procura-se esticar o dinheiro para mil e uma coisas, e a área de comunicação nunca é a prioritária".

Um outro problema referido pela mesma, é que se pressupõe que todos tenham de ser bons comunicadores, quando não é essa a sua especialidade: "Nós não somos especialistas da comunicação. Eu não sei trabalhar nos programas certos e nem tenho tempo para me dedicar a isso. Gosto muito e quero continuar a fazer parte de toda a parte conceptual de criar e pensar nos produtos de comunicação, com os meus contributos e experiência do terreno. Mas sendo que não sou especializada em comunicação, não consigo passar do conceptual e da ideia à prática - tenho de recorrer a alguém". Esclareceu ainda que às vezes há uma tendência para criar os produtos de comunicação nos países desenvolvidos, e que, pelo contrário, se deveriam usar "os recursos locais, das gráficas aos artistas, ou criá-los até com a própria comunidade". Acredita nas pessoas que estão na sede, especializadas em comunicação, mas menciona que estas não conhecem a realidade são-tomense, e que "Como não há esta sensibilidade, há uma limitação ao criar-se algo adaptado a nível local."

A mesma entrevistada aponta o facto de ser necessário as ONGD's apostarem nesta área. "É uma mais valia ter alguém nas organizações que dê resposta a isto". No entanto, reconhece que apostar na área implica novos encargos, que muitas não conseguem disponibilizar. "Porque estamos a falar de um recurso humano alocado a todos os projetos, mas todo o ano. Teria de se avaliar também financeiramente o que compensaria mais: se contratar externamente uma agência, se ter alguém contratado com essa função". Contou ainda que trabalham com algumas agências de comunicação com o dinheiro disponível nos projetos, mas que nem sempre essas agências estão cientes da realidade e da cultura local, para além de que fazem preços demasiado elevados para uma ONGD. "É importante que as agências de comunicação sejam sensibilizadas

para que possam colaborar com a área social, fazendo preços mais adaptados à realidade de uma ONG”, sugere.

Fica então em aberto a questão do que será mais vantajoso: se contratar alguém especializado que dê resposta a estas questões, ou se o custo não compensa e se torna mais vantajoso a contratação externa e pontual. O que não ficou em aberto, foi a certeza de que as questões de terreno têm de ser discutidas no terreno, junto das comunidades. “Não é suposto criar-se uma estratégia para os outros. É sim suposto criar-se uma estratégia com os outros, porque eles são quem vão beneficiar dela”, finaliza a entrevistada.

5.4.5. O papel das ONGD’s e de outras instituições e serviços nesta temática

O papel das ONGD’s e das várias instituições, serviços e atores locais são, sem dúvida alguma, essenciais para o desenvolvimento destas comunidades. Relativamente a este assunto, as 15 participantes entrevistadas referiram nas suas entrevistas que gostavam muito das atividades preparadas pela Helpo, porque gostavam de aprender, e porque assim tinham uma forma diferente de passar o seu tempo. Esta questão do empoderamento é fundamental, e muitas afirmaram gostar de aprender novas habilidades, para que depois com isso pudessem até, quem sabe, fazer o seu próprio negócio e assim sustentar-se. A enfermeira, uma das testemunhas privilegiadas, concorda com esta visão. Pensa que o factor que mais contribui para se consumir tanto álcool é o facto das mulheres não terem ocupações, e que “nesse sentido, o trabalho da Helpo é essencial porque lhes vai capacitar para criarem os seus próprios negócios. E isso vai levar a que tenham novas responsabilidades e ocupações”. Já a diretora do IDT concorda, e diz que “É importante que as sessões de Angra Toldo continuem porque enquanto as senhoras estão nas sessões, não estão a consumir. Assim mantêm-se ocupadas, e isso ajuda a que se mantenham afastadas do álcool”.

Ainda assim, algumas mulheres referiram que a presença das organizações no terreno deveria ser mais assídua, para que se obtivessem melhores resultados. A própria diretora do IDT reconhece esta necessidade de reforçar a sua presença nas comunidades: “O que temos feito é bom para consciencializar, mas não é suficiente para uma mudança de comportamento. Para haver essa mudança tem de haver uma presença sistemática”.

Estes métodos de intervenção levam-nos às questões do assistencialismo. É inegável o ótimo trabalho de muitas ONGD's no terreno. No entanto, também é certo que muitas não intervêm da melhor forma, e acabam por criar dependências nas comunidades, o que não contribui em nada para o seu desenvolvimento. “Uma das maiores dificuldades que senti no terreno, foi a questão das pessoas estarem muito dependentes dos subsídios e das ajudas de custo na área da saúde. Os enfermeiros, médicos, e agentes de saúde com quem tenho vindo a tentar colaborar para benefício da comunidade, perguntam logo se há algum benefício monetário se trabalharem em conjunto com a Helpo em algum momento”, conta uma das trabalhadoras da Helpo. “Quando há muitas organizações no terreno onde a maioria alimenta este assistencialismo, já há uma dependência destes apoios, e assim torna-se difícil quebrar o ciclo. É, sem dúvida, um obstáculo e uma barreira difícil de contornar”. Eu própria, no terreno, senti essa dificuldade pois no início, sempre que entrevistava alguém, tinha de esclarecer que não ia dar nada em troca - que seria apenas uma conversa. Nas primeiras vezes, tive assim de desconstruir este pensamento bastante assistencialista da comunidade.

Mas mesmo com estas dificuldades, o foco não desvanece para quem intervém contrariando o assistencialismo. Outra das trabalhadoras da Helpo, refere que “Há um investimento muito grande tanto em criar novas parcerias, bem como manter as existentes. Mas ainda há muito a fazer. Em São Tomé as organizações não funcionam em rede, há muito individualismo e pouca partilha. Não há nenhuma organização nem mecanismo que estabeleça essas relações. Por isso, temos de ser nós com as relações mais informais a estabelecê-las. Ainda há um longo caminho a fazer”.

Uma das testemunhas privilegiadas, a enfermeira, afirma que há outras organizações internacionais a trabalhar no terreno, mas de forma pouco eficiente. Diz que tanto a OMS como a UNICEF têm projetos em São Tomé, e todos os anos fazem palestras e grandes eventos sobre estes temas, passando mensagens fundamentais para os agentes de saúde. No entanto, o problema é que esses agentes de saúde não chegam a toda a gente, e “como as grandes organizações não vão ao encontro das comunidades, não despertam a atenção para esse tema“. Diz ainda que se tem de “falar diretamente, cara a cara com as comunidades sobre o tema. Até podem ir com um animador comunitário que vai traduzindo a mensagem para o dialeto para todas perceberem, mas o importante é ir ao terreno, dialogar”, sugere. Na perspetiva da enfermeira, é essa presença que vai demonstrar à comunidade “que alguém está a pensar no seu futuro e no futuro das crianças, que viverão com os problemas de agora”.

O trabalho das ONGD's passa então por apoiar as comunidades mais vulneráveis, quando o Estado não o consegue fazer por que motivo for. A diretora do IDT, expressou a sua frustração relativamente às respostas insuficientes do governo: “O governo de STP não aposta na prevenção. Por exemplo, eles não dão ao IDT nenhuma verba. Não fazem nenhum investimento há 5 anos no nosso trabalho. Só subsistimos graças a apoios das Nações Unidas, da Unicef, e de algumas organizações como a Helpo”. Esta acredita que “o governo deveria reverter a sua prioridade, e apostar mais na prevenção”, pois para quem trabalha diariamente nesta área há um grande sentido de impotência por não existirem sequer serviços públicos disponíveis para casos mais graves: “torna-se muito frustrante arranjar soluções para quem já está muito vulnerável”, partilha.

Neste sentido, o trabalho da coordenadora de projeto passa muito por investir na aproximação destes vários intervenientes. De criar redes entre a psiquiatria do hospital, a proteção social, os líderes comunitários, e muitos outros atores: “estamos a criar uma rede de referenciação”, explica a coordenadora, “este é um projeto piloto, por isso não há qualquer rede nem referência. O grande contributo que podemos dar é aproximar pessoas e serviços, e perceber o que resulta“. É então esta rede a possível solução para o problema? Só esta tentativa de a criar o poderá responder. No entanto, já se percebeu a importância dos agentes de saúde, dos líderes comunitários, das instituições públicas e locais, dos padres e pastores, e das organizações para combater o problema. “Nunca se pode deixar este tema morrer. Temos de falar e não nos podemos cansar, para ver se conseguimos realmente reverter esta realidade”, diz uma das trabalhadoras da Helpo, “e isso só acontecerá se também as próprias pessoas da comunidade se apoderarem do projeto como seu”.

5.5. Resultado - esboço da campanha de comunicação

Com base nas entrevistas, na observação participante, e na sessão de grupo focal, foram-se recolhendo muitas opiniões, sugestões e ideias. Quando a investigadora regressou, montou a campanha de comunicação para o projeto com base nesses mesmos *insights*. Acaba por ser, então, uma campanha de sensibilização co-construída e adaptada às necessidades e especificidades da comunidade de Angra Toldo, para que o entendimento da mensagem seja simples e eficaz.

Como já referido no subcapítulo anterior, com a análise dos dados recolhidos ficou claro que a forma mais eficaz para comunicar seria através de métodos menos tecnológicos, que não envolvessem eletricidade, ou dispositivos eletrónicos como televisão e rádio. Contudo, as senhoras na sessão de grupo focal disseram que quando havia energia, conseguiam acompanhar a rádio e a TV. Falaram também de uma rúbrica da Rádio e TV de um outro projeto da Helpo, que tinham visto e gostado muito. Assim sendo, optou-se por recorrer a vários meios - uns mais tradicionais e outros mais tecnológicos - para que a mensagem chegasse por algum desses meios, independentemente do contexto financeiro e das posses das senhoras. Descrever-se-ão agora os elementos criados.

A) Cartazes

Em conversas no terreno com muitas mulheres de Angra Toldo, ficou explícito que estas acham os cartazes distribuídos por vários sítios estratégicos na comunidade, a melhor forma de informar sobre diversos temas. Ao perguntar-se a muitas mulheres se paravam para ler esses cartazes, muitas afirmavam que sim. No terreno deu também para concluir que, quanto mais simples e gráfico fosse o cartaz, melhor seria transmitida a mensagem pois algumas não sabem ler, e uma ilustração conta uma história só por si. Assim, os cartazes criados são compostos por frases muito simples e diretas, e são baseados em cenários descritos pelas mesmas.

CARTAZ 1 - Cenário que representa crianças que bebem, e na escola têm um baixo aproveitamento, ficam mais lentas e muito sonolentas. Num lado está uma criança atenta e participativa VS no outro, está uma criança a dormir e sem energia (Figura 5.10.).

CARTAZ 2 - Retrata a violência doméstica gerada pelo álcool. Por um lado, está um pai a falar com o filho muito exaltado e agressivo VS um pai e filho numa relação saudável e pacífica.

CARTAZ 3 - Representa o desconhecimento de muitas mulheres relativamente às consequências de ingerir álcool durante a gravidez. Assim, de um lado estará uma mulher grávida saudável VS uma mulher a ingerir, com a representação do trajeto do álcool que vai até ao bebé (Figura 5.11.).

CARTAZ 4 - Demonstra as características e aparência de uma criança com Síndrome Alcoólica Fetal, com legendas explicativas.

CARTAZ 5 - Sistematiza o nível de alcoolemia entre as várias medidas padrão mais utilizadas (indicado para colocar nos quiosques e pontos de venda de álcool).

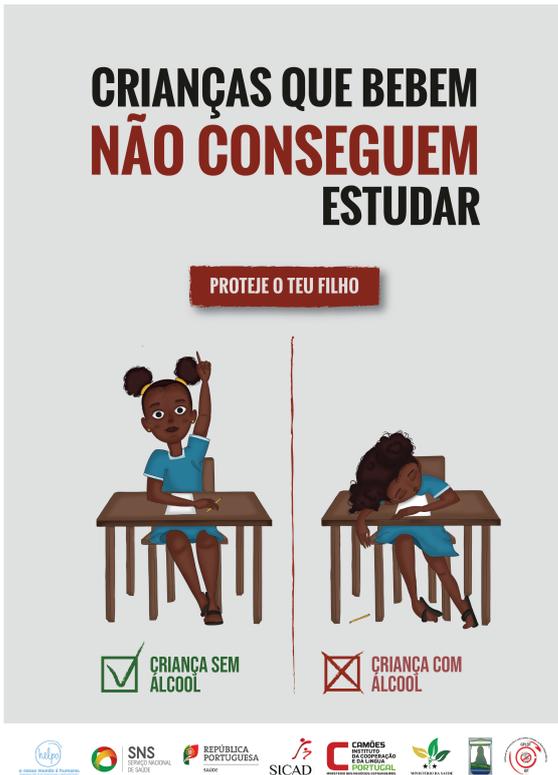


Figura 5.10: Cartaz 1

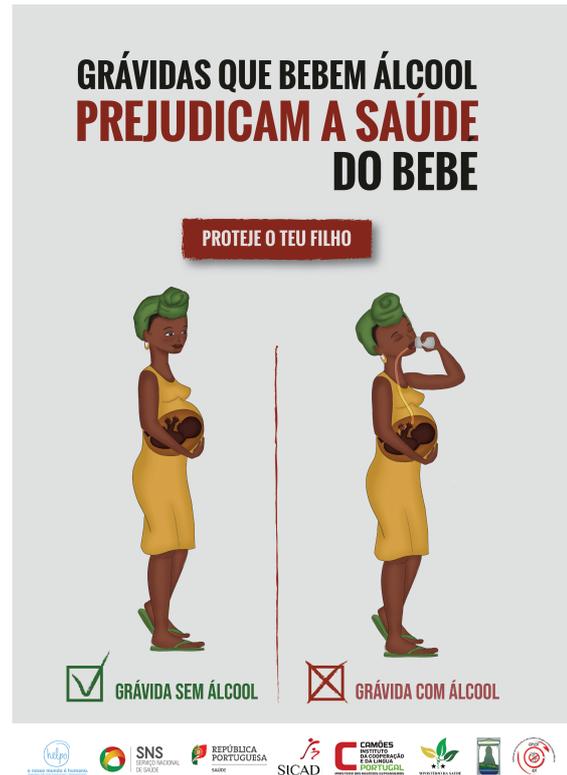


Figura 5.11: Cartaz 3

B) Stickers

Com o intuito da comunidade ficar mais por dentro da campanha e reconhecer as mensagens, os *stickers* foram uma forma simples, muito gráfica e visual de transmitir ideias. Assim, os *stickers* teriam a ilustração dos cartazes acompanhadas com frases simples e muito diretas. Estes autocolantes poderiam ser distribuídos por vários locais estratégicos, mas poderiam principalmente ser usados nos recipientes de grão que são reutilizados diariamente por todas as mulheres para beber Vinho de Palma (Figura 5.12.). Poderá ser uma peça gráfica constante e discreta que vai relembrando a comunidade das consequências do consumo de álcool em excesso.



Figura 5.12: Stickers

C) Rádio

Durante o período no terreno, foi possível concluir que a televisão não seria o melhor meio para comunicar visto que grande parte da população não tinha televisão, e que existiam grandes falhas de energia na região. Ainda assim, algumas mulheres tinham rádio e ouviam diariamente os vários programas enquanto faziam as lides domésticas. Citando as mesmas, “a rádio está sempre a dar ali, enquanto fazemos o almoço e arrumamos a casa”. Este meio poderá então ser uma boa forma de transmitir mensagens sobre o tema, visto que também se torna muito mais económico que a televisão. Assim, poderá ser útil criar vários pequenos episódios de 1 minuto com diferentes histórias descritas por algumas mulheres, onde se alerta para os principais problemas relativos ao consumo de álcool.

HISTÓRIA 1 - Deolinda, uma menina de 6 anos que todos os dias, antes de ir para a escola, vai buscar produtos à mercearia a pedido da mãe. Uma das coisas que traz diariamente é Vinho de Palma, e habituou-se a beber um pouco no regresso a casa. Quando chega à escola, enfrenta várias dificuldades na aprendizagem: os colegas gozam muito com ela porque a consideram lenta a responder às perguntas da professora, e os professores chateiam-se recorrentemente com ela por estar sonolenta e a dormir durante as aulas. Um dos professores deteta o problema do álcool na criança, e então há uma conversa em aula com os vários alunos sobre as consequências para uma criança que bebe álcool. Deolinda, no final dessa aula, vai conversar com o professor e diz que não sabia que o Vinho de Palma fazia mal a crianças, e que vai deixar de beber no caminho de casa para se sentir melhor durante o dia.

HISTÓRIA 2 - Feliciano e Ilídio são pai e filho. Num dia de chuva em que Ilídio chega a casa e se esquece de tirar os sapatos quando entra, o pai começa a gritar muito exaltado e violento. A criança protege-se, e começa a chorar com a reação do pai. A mãe interfere e pede ao pai para sair e se acalmar. Mais tarde, o pai regressa mais calmo e pede desculpa ao filho, explicando que estava alterado e não estava em si. A criança pede para que o pai não volte a falar assim, porque tem medo dele quando é violento, e pede também que ele deixe de beber tanto porque fica agressivo. O pai reconhece o seu problema e promete melhorar pelo bem da família.

HISTÓRIA 3 - Olívia e Paula, duas grávidas e muito amigas, conversam sobre os seus problemas. Olívia começa a desabafar com a amiga que se sente tonta e maldisposta todos os dias depois da hora de almoço. Paula começa a tentar perceber o que a amiga come todos os dias, até que lhe pergunta se esta se está a hidratar e a beber água. Olívia responde que não precisa de água, porque bebe Vinho de Palma para refrescar. Paula tem uma reação de espanto e explica que o álcool é prejudicial ao bebé de Olívia, e que se esta não deixar de beber corre o risco do bebé ficar com algumas deficiências (explica algumas características do Síndrome Alcoólico Fetal). Olívia fica incrédula, pois não sabia que tudo o que ela bebia e comia ia diretamente para o bebé, e pede ajuda à amiga para deixar este hábito porque não quer prejudicar o seu filho.

D) Teatro

O Teatro tem um papel muito importante em contextos africanos e, em muitos casos, resulta muito bem para transmitir mensagens. Com base nos cenários descritos pela população, é possível criar uma peça muito pertinente sobre o consumo de álcool e as suas consequências. Assim, achou-se interessante aproveitar a data especial de 7 de Abril, Dia Mundial da Saúde, para fazer uma encenação à comunidade.

O teatro poderia ser feito pelas crianças da escola de Angra Toldo, pois estas conseguem ter influência e despertar atenção na comunidade. Poderiam encenar as várias consequências do álcool bem como transmitir algumas boas práticas e mudanças. Caso a escola não consiga agilizar esta peça, poderia chamar-se algum grupo influente na região que tenha gosto em representar, e que faça um guião adaptado à realidade.

Segundo conversas com algumas mulheres, foi nítido o sucesso da campanha do POPMISA com os seus *spots* televisivos. Desta forma, seria interessante replicar este tipo de representação presencialmente, pois nem toda a comunidade tem acesso à televisão e rádio. Visto que o sucesso deste tipo de comunicação é nítido, a peça de teatro deveria dirigir-se a todas as idades, e adotar um tom sério, mas com algum humor de forma a tornar o tema menos pesado.

E) Manual de consumo para postos de saúde

Manual explicativo e ilustrativo, com:

- Informação muito sistematizada sobre as várias consequências do consumo excessivo de álcool;
- As “medidas padrão” para cada bebida alcoólica;
- Testemunhos de outras mães. Histórias e dicas de “mãe para mãe”;
- Contactos relevantes.

Este estaria em locais chave como bibliotecas, espaços culturais, escolas, mas principalmente em centros de saúde (nas salas de espera e consultórios), de forma a serem consultados principalmente pelas mães que estivessem à espera de consulta.

F) Mural

Sendo que Angra Toldo se posiciona numa estrada, seria interessante usar uma parede estratégica para um mural, visível para toda a comunidade. O estilo de ilustração seria na linha dos cartazes para reconhecerem a campanha mais facilmente, e assimilarem a mensagem por já terem uma referência do que se trata. Idealmente contratar-se-ia a um artista local para desenhar o mural.

Conclusões

Nas conclusões a retirar torna-se essencial, numa primeira fase, rever a utilidade do quadro teórico para o estudo de caso realizado posteriormente. Isto é, em que medida houve uma articulação benéfica entre a teoria e a prática, de forma a complementarem-se saberes e se fundamentarem opiniões.

Os conceitos teóricos descritos na presente dissertação serviram como um importante fundamento teórico à ideia que se pretendia demonstrar e valorizar: a importância da comunicação em processos e projetos de desenvolvimento. Visto que se falaram essencialmente de projetos de desenvolvimento, faria sentido iniciar-se o estudo com um “capítulo base” e introdutório sobre o desenvolvimento, percebendo a evolução histórica e conceptual do conceito e a sua mutação ao longo dos tempos. O desenvolvimento, que no seu início se apoiava numa visão meramente economicista, hoje em dia engloba outros princípios mais humanos e inclusivos. Esta leitura e revisão do termo desde que este foi criado foi bastante útil para se entender o tema de forma generalizada.

O conceito de desenvolvimento sustentável também se tornou relevante para o estudo, sendo que é um dos conceitos de desenvolvimento alternativo que mais peso e apropriações institucionais tem. Este, não só é usado pela ONU (ODS) como referência à escala mundial, como também serve de pilar basilar a muitas empresas, na forma como se posicionam e desenham as suas estratégias empresariais. Para além destes fatores, para a ONGD Helpo estudada no âmbito deste trabalho, o conceito de Desenvolvimento Sustentável rege muitos dos seus projetos visto que é com base nestes ODS que a organização desenha os seus projetos de intervenção comunitária, acabando por ser uma das formas de garantir o seu financiamento por parte de parceiros e financiadores. É certo que, com o passar do tempo, o termo “sustentabilidade” se tornou numa *buzzword* no discurso mediático, político e académico. Contudo, não deixa de ser essencial considerar todas as questões que não se encontram abrangidas pelo mesmo.

Por outro lado, por se considerar que o desenvolvimento comunitário seria o mais próximo do estudo de caso e das ideias que a dissertação defendia, procurou-se também explorar este conceito. Este, tendo aparecido na década de 80, veio propôr um novo método de intervenção que primeiramente se preocupava com a auscultação das comunidades sobre as suas

necessidades, e posteriormente com a mobilização das capacidades e recursos endógenos, assumindo uma perspectiva integrada e multidimensional dos problemas e das respectivas soluções. Assim, faria todo o sentido incluir este conceito que fundamenta a crença do autor por fazer parte dele esta grande proximidade e relação com a prática e, por isso, o envolvimento ativo, individual e/ou coletivo de uma comunidade, para que sejam satisfeitas as suas necessidades, melhoradas as suas condições de vida e valorizados os recursos locais. No terreno, o conceito de desenvolvimento comunitário tornou-se mais adequado do que o próprio conceito de desenvolvimento sustentável, visto que o projeto do estudo de caso em questão pretende dar a voz e poder à comunidade de Angra Toldo, sendo esta a exprimir por vontade própria as suas revoltas e preocupações, bem como as suas necessidades. Depois desta reflexão comunitária através de processos participativos, a comunidade é convidada a discutir ideias para possíveis soluções, bem como fundamentá-las e arranjar estratégias para concretizá-las. Foi também com base nestes princípios de participação, de *empowerment* e de visão integrada que se procurou realizar uma proposta de comunicação, com base nos contributos dos participantes.

Por fim, tornou-se também essencial explorar o tema da comunicação para o desenvolvimento, sendo que esta, “embora tenha surgido na década de 1960 e tenha mostrado claramente a sua utilidade e impacto nas ações de mudança e desenvolvimento, o seu papel ainda não é compreendido e apreciado ao ponto de ser rotineiramente incluído no planeamento do desenvolvimento” (Fraser & Restrepo-Estrada, 1998: 39). Por consequência, as necessidades reais dos chamados “beneficiários” raramente são levadas em consideração, pelo que as organizações oferecem pacotes “prontos a vestir” raramente correspondentes às prioridades e especificidades culturais de cada comunidade. Afirma-se neste estudo que o desenvolvimento nunca existirá de forma sustentável e sustentada sem um diálogo e uma comunicação contínua, respeitando as características culturais e sociais das pessoas que se pretendem beneficiar. Neste sentido, a comunicação para o desenvolvimento é vista como a partilha de conhecimentos e saberes, que tem em conta os interesses, as necessidades e as capacidades de todos os envolvidos. Só depois deste levantamento junto da comunidade poderá haver um consenso em relação à intervenção mais coerente e aos meios de comunicação a utilizar como facilitadores e motores do desenvolvimento. A comunicação nunca deveria ser considerada um apêndice do desenvolvimento. Pode-se afirmar que esta é, até, uma das bases mais decisivas para que exista efetivamente desenvolvimento.

Todos estes pontos estudados e aprofundados foram essenciais para que no terreno se optasse também por uma abordagem essencialmente participativa, recetiva a todos os contributos para que o resultado estivesse o mais próximo de satisfazer as necessidades possíveis. As entrevistas às participantes, às testemunhas privilegiadas, aos trabalhadores da Helpo e a sessão de grupo focal, procuraram recolher muitos contributos sinceros e verdadeiros, para que deles se desenhasse uma solução adaptada à realidade e capaz de promover o desenvolvimento da comunidade. Todos os materiais de comunicação pensados posteriormente foram, então, resultado dessa partilha de ideias junto de quem vai beneficiar deles. E essa preocupação de que tudo fosse participativo e inclusivo no estudo de terreno nasceu devido à teoria estudada anteriormente, que mostrava a importância e os benefícios de se usarem métodos participativos, sempre que o espaço aberto e transparente ao diálogo fortalecesse relações e fomentasse envolvimento e empoderamento.

Relativamente aos objetivos de partida definidos *à priori*, a presente dissertação conseguiu responder-lhes na medida que:

- **Clarificou, demonstrou e promoveu a importância da comunicação em projetos de desenvolvimento, bem como concluiu os benefícios para uma ONG ao apostar nesta área** - Tal como foi sendo explicado ao longo de toda a dissertação, acredita-se nos dias de hoje que a comunicação não serve somente para difundir mensagens para grandes audiências, numa lógica passiva e unilateral entre emissor e recetor. Esta é muito mais que isso. Se esta for dialógica e participativa, os homens passam a ser eles próprios atores de mudança, sendo capazes de decidir e agir por si. Tal como Paulo Freire defende, acredita-se numa comunicação com um papel tão relevante que leve à transformação social, pois esta pode-se tornar num processo de educação informal que dá espaço à consciencialização, à criticidade, ao desenvolvimento, à cidadania ativa, e à própria liberdade. A comunicação-ação permite que o “oprimido” se renuncie e prenuncie a sua voz, libertando-se do que o reprime e não o deixa avançar. Este apelo à adoção de teorias e práticas de comunicação mais humanas, igualitárias e participativas, contraria o “assistencialismo” e serve até como forma de protesto contra a perpetuação das desigualdades sociais e humana no mundo que nos rodeia. É, por todas estas características essenciais e transformadoras da comunicação, que se afirma a sua importância não só em projetos de desenvolvimento, mas em todos os contextos de intervenção social. E, por isso, as ONGD’s devem tornar esta área como um dos pilares

da sua intervenção para que não só haja sucesso no trabalho desenvolvido, mas também frutos duradouros dessa mesma intervenção.

- **Estudou alternativas simples de comunicar quando, numa comunidade, os recursos são reduzidos e limitados** - O facto de vivermos num mundo globalizado onde ao segundo podemos receber informações de qualquer lado, não significa que todos tenham esse privilégio e facilidade. Não é por uma informação estar disponível *online* que chegará a toda a gente, muito menos às pessoas mais vulneráveis. Esta exclusão digital e social faz-se sucessivamente, quando se tiram as conclusões precipitadas de que toda a população terá a oportunidade de se informar pela televisão, pela rádio ou pela internet, só por estar presente nos diferentes meios. Apresentaram-se então na presente dissertação, algumas alternativas quando a rádio, a televisão, a imprensa ou a internet não estão acessíveis às comunidades. Em Angra Toldo, por exemplo, muito poucas pessoas teriam acesso a qualquer tipo de informação se essa passasse exclusivamente por esses meios. Por isso se fala da importância de utilizar o maior número de meios adequados possível, para que a informação chegue por diferentes meios ao público. A maioria das organizações não se preocupa com esta “comunicação participativa”, pelo que há muito pouca “sincronização” com a realidade do terreno. Às vezes, nessas mesmas organizações, a pesquisa próxima das comunidades é escassa ou até mesmo inexistente. Quando os recursos são reduzidos e limitados numa comunidade, sugeriu-se então a importância de uma presença assídua, baseada na comunicação interpessoal. Este tipo de comunicação exige conhecimentos e habilidades relacionadas com a empatia, psicologia de grupo e individual, dinâmica de grupo, e requer também bastante sensibilidade às necessidades e opiniões dos outros, bem como habilidades de escuta ativa e de participação observante. É certo que alguns grupos do público podem obter informações de fontes impessoais como a rádio e televisão, no entanto essas informações terão pouco efeito para que exista uma mudança comportamental. E o desenvolvimento prevê precisamente essa mudança. Assim, os contactos interpessoais deverão estar na base de todos os processos de intervenção e decisão. É este modelo que enfatiza a colaboração recíproca em todos os níveis de participação que trará o verdadeiro desenvolvimento. Em complemento à comunicação interpessoal, referiu-se também a importância do teatro: muitas vezes, a representação dramática já faz parte da cultura local. As representações de histórias, os fantoches, as músicas, as danças, as comédias, são já familiares na maioria dos países em desenvolvimento para sensibilizar grandes grupos de pessoas. Este

representa uma forma genuína de comunicação participativa local, sendo que cada peça pode ser adaptada localmente não apenas em termos de língua ou dialeto, mas também levando em consideração a cultura, os ritos e as práticas diárias de quem assiste. Há então, várias alternativas mais simples de comunicar com comunidades que são escassas em meios mais comuns. Será apenas necessário puxar pela imaginação e marcar presença junto da comunidade, de forma criativa e cativante.

- **Reconheceu a necessidade de adaptar a comunicação consoante as necessidades e especificidades culturais e humanas das comunidades, bem como demonstrou a importância central dos seus contributos ativos e participativos** - A comunicação participativa deveria ser usada na pesquisa do terreno, nas decisões dos media e das estratégias a utilizar mais adaptadas para a realidade em questão. Essa preocupação pouco se observa, e muitos especialistas baseiam-se em estudos de caso de outros projetos e histórias de sucesso, tentando que o mesmo aconteça se for replicado numa outra realidade. Essas tentativas de replicar com base no que outros escreveram e fizeram, só contribuem para uma especulação que pouco tem a ver com a realidade. Se não houver uma pesquisa no terreno, dificilmente se saberá comunicar eficazmente. Assim, a participação tem ganho uma importância crescente na comunicação para o desenvolvimento, visto que veio suportar e dar dimensão aos conceitos de *empowerment* e sustentabilidade que se esperam ter presentes em qualquer projeto de desenvolvimento. Como Bella Mody sugere, a comunicação participativa pode ser construída enquanto canal de auto-expressão e auto-gestão para o auto-desenvolvimento, devendo por isso ser um elemento presente em todas as fases do projeto, e promovendo o papel das comunidades desde a tomada de decisões até à implementação e avaliação do mesmo (Mody, 1991). Existindo essa participação ativa das comunidades e tomando em consideração todos os contributos recolhidos, ter-se-á então uma intervenção estruturada, que tem em conta as necessidades e especificidades culturais e humanas das comunidades. Só assim se saberá como comunicar eficazmente com as comunidades, e só comunicando eficazmente com elas se potenciará o desenvolvimento das mesmas.

Ao mesmo tempo, o objetivo complementar, sequencial e indireto referido *à priori* também foi respondido, visto que se **alertou para a necessidade de existirem profissionais com competências especializadas em comunicação dentro de cada ONGD e/ou projeto de desenvolvimento**. Nos últimos anos, algumas organizações de renome internacionais como a

OMS aumentaram os seus esforços na comunicação para o desenvolvimento. No entanto, não encaixam o perfil do profissional à tarefa pedida, pelo que médicos, consultores ou outros profissionais têm de improvisar a sua função acrescida de comunicadores para o desenvolvimento. Como resultado, essas atividades de comunicação não correspondem a uma estratégia de comunicação coerente, e o problema de comunicação perpetua-se. Permitamo-nos a algumas perguntas: porque é que se pensa, à partida, que toda a gente terá a sensibilidade de comunicar da melhor forma com uma comunidade e com sócios e parceiros? Porque se tomam todos os especialistas do desenvolvimento como especialistas de comunicação? Pede-se a médicos que façam conteúdos audiovisuais para alimentar redes sociais, que escrevam sobre um tema para os media, que reportem as atividades de forma ilustrativa e apelativa a financiadores e que falem com as comunidades através de materiais adaptados. Pede-se que se tornem ao mesmo tempo designers, jornalistas e animadores culturais. Mas por que razão se tornou natural pedir a um técnico estes produtos, se não for essa a sua área de especialização? Jamais se pediria a um designer ou jornalista que prestasse cuidados de saúde. Neste sentido, acredita-se ser essencial apostar em bons comunicadores, especializados na área para que dentro de uma ONGD e/ou projeto de desenvolvimento, a comunicação para com a comunidade e para fora dela seja bem conseguida. A comunicação não pode mais ser vista como um luxo, mas como um investimento real e necessário.

Como foi referido nos capítulos anteriores, as respostas insuficientes do governo fazem com que seja necessário e fundamental as organizações intervirem, para que sejam colmatadas as lacunas do estado. O trabalho das ONGD's passa então por apoiar as comunidades mais vulneráveis quando o estado não o consegue fazer por que motivo for. Estas ONGD's investem também muito na aproximação dos vários intervenientes, criando redes e parcerias e aproximando as pessoas aos serviços. Um dos grandes problemas é que esses mesmos serviços de saúde, são também muito fracos e incapazes de responder a todas as necessidades que as comunidades precisam de satisfazer.

Na opinião de um dos entrevistados, o governo deveria reverter a sua prioridade e apostar mais na prevenção para questões como esta. E o problema é que a realidade descrita é comum nos países em desenvolvimento no geral: o estado pouco ou nada intervém em programas ou serviços que apoiem os mais vulneráveis, e pouco aposta no desenvolvimento do país. Assim, torna-se essencial alterar o rumo desta intervenção.

A realidade estudada é somente uma pequena percentagem do problema que existirá a nível nacional, e esta comunidade representa apenas as dificuldades sentidas por muitas outras pessoas no país. Claro está que as organizações da sociedade civil têm ajudado substancialmente estas pessoas a saírem do seu ciclo de pobreza, mas esta ajuda não pode ser prestada exclusivamente pelas organizações. Esta deveria partir inicialmente de um Estado. Um Estado que se fizesse presente, que ouvisse a voz e as necessidades do povo, e que adotasse uma série de políticas públicas de apoio ao desenvolvimento mais adequadas, mais concretas, e mais eficazes. Se se continuar também a apostar numa lógica assistencialista que muitas organizações optam por tomar, só se irá perpetuar esta dependência das ajudas externas ao desenvolvimento, e os países em desenvolvimento não terão o sentido de independência necessário para resolver os seus próprios problemas estruturais e sociais. Assim, este apoio das ONGD's deve ser equilibrado e equilibrado com uma aposta contínua do estado de melhorar as condições de vida do seu povo bem como garantir que os direitos humanos e o direito a uma vida digna e justa são respeitados. A mudança social só se verá quando os atores locais forem os principais atores do seu próprio desenvolvimento.

Posto isto, algumas políticas públicas a adotar podem passar por:

- Envolver as comunidades em processos participativos. Muitas vezes as pessoas mais vulneráveis não são incluídas nesse planeamento e não contribuem nem participam, pelo que não se apropriam dos projetos nem consideram as propostas adequadas às suas vontades. Ao promover-se este diálogo e participação, mobiliza-se a população para o envolvimento ativo nas políticas locais e nacionais.
- Criar legislações significativas que façam respeitar os direitos humanos e as condições mínimas para uma vida digna e sustentável, bem como incluir nessas políticas o direito à informação e à liberdade de expressão, pois muitas das comunidades mais pobres não têm ainda direito à informação/comunicação.
- Investir e financiar projetos de comunicação, sendo que esses recursos se deveriam direcionar às comunidades. Os governos devem investir em projetos de *media* comunitária, assim como apoiar iniciativas de desenvolvimento local que sejam abertas e acessíveis a todas as pessoas e não apenas a poucos privilegiados. O apoio à diversidade cultural local e o direito à língua precisam também de ser vistos como partes integrantes dos investimentos em comunicação para o desenvolvimento.

- Apostar-se na educação, na formação especializada e na capacitação de membros da comunidade, e não esperar pelas pessoas externas a esta. No que toca à comunicação para o desenvolvimento também faria sentido capacitar a população local para que esta fosse hábil a criar conteúdos jornalísticos e comunicacionais, visto que são os escritores e artistas locais os mais adequados para relatar e representar as realidades vividas. Para além do empoderamento, este investimento permitirá contrariar-se problemas como o desemprego, e fará com que outras vozes sejam ouvidas em contextos distantes e, quem sabe, em locais e ambientes onde as decisões são tomadas.

As próprias ONGD's devem também reforçar e incentivar este pedido de intervenção estatal para que os projetos sejam bem-sucedidos e passem a ser implementados por atores locais. Estas não devem esperar ser necessárias a longo prazo, mas apenas no tempo necessário para criar pontes entre os intervenientes, para preparar o terreno para a mudança social, e para demonstrar ao Estado outras formas de intervenção sustentáveis e a adotar por parte do governo e autarquias.

A presente dissertação abriu também as portas para novas investigações, vindas de temas que foram surgindo como interrogações ao longo da escrita do trabalho. Algumas das questões que poderão ser objeto de análise e com potencialidade para um aprofundamento são:

- Em projetos de comunicação para o desenvolvimento, não será mais benéfico contratar apenas trabalhadores locais, sendo que são eles que melhor que ninguém conhecem a realidade vivida, sabem as dificuldades e as necessidades locais, e por isso lhes é quase inato fazer algo adaptado à realidade?
- Para as organizações, não será mais sustentável contratar alguém que cumpra as funções de comunicador especializado em vez de estar constantemente a contratar agências externas com orçamentos elevados para cada projeto?
- Por que razão estarão os governos dos países em desenvolvimento tão dependentes de organizações da sociedade civil para responder aos problemas das suas próprias comunidades? Por que motivo não é o Estado o primeiro interveniente no desenvolvimento do seu país?
- Que mais valias existirão se houver uma aposta no empoderamento das comunidades locais, para que estas se desenvolvam de forma mais autónoma?

- Terão as ONGD's interesse em manter esta dependência de ajuda em países em desenvolvimento? Contribuirão elas para contrariá-la?

Ficam assim lançadas possíveis propostas para futuras investigações, que terão sempre como fim um propósito único: melhorar as condições de vida das populações locais e dignificá-las, dando-lhes o valor e os direitos básicos e fundamentais que estas merecem, tal como todos.

Referências Bibliográficas

- A Nossa Terra é Sagrada. Carta do Chefe Índio Seattle ao Grande Chefe de Washington, Franklin Pierce* (1854), obtido em Outubro de 2022 (Disponível em: <http://www3.uma.pt/jesussousa/PolíticasEducativasBrasil/1Anossaterrasagrada.pdf>).
- Amaro, Rogério Roque (2003), “Desenvolvimento – um conceito ultrapassado ou em renovação? Da teoria à prática e da prática e da prática à teoria”, *Cadernos de Estudos Africanos*, 4, pp.35-70.
- Amaro, Rogério Roque (2009), “A Economia Solidária da Macaronésia – Um Novo Conceito”, *Revista de Economia Solidária*, 1, pp.11-28.
- Amaro, Rogério Roque (2016), “A Sustentabilidade das organizações de Economia Solidária – proposta de conceptualização e de avaliação”, *Revista de Economia Solidária*, 10, pp.98-123.
- Amaro, Rogério Roque (2017), “Desenvolvimento ou Pós-Desenvolvimento? Desenvolvimento e... Noflay!”, *Cadernos de Estudos Africanos*, 34, pp.75-111.
- Amaro, Rogério Roque (2018), *Manual de Práticas e Métodos sobre Grupos Comunitários*, Lisboa, Leigos para o Desenvolvimento.
- Amaro, Rogério Roque (2019), “Desenvolvimento sustentável”, *Desenvolvimento Sustentável* (comunicação apresentada no *V Semana Social Nacional*, 22 a 24 de Janeiro de 2019), pp.15-40.
- Amaro, Rogério Roque (2022), “Desenvolvimento comunitário em Portugal: caminhos para o aprofundamento da democracia”, *Economia local, comunitária e solidária. O desenvolvimento visto de baixo*, Navegar é Preciso, 4, pp.192-282.
- Beaud, Stéphane & Florence Weber (2007), “Observar”, *Guia para pesquisa de campo: Produzir e analisar dados etnográficos*, pp.95-112.
- Beltrán, Luis Ramiro (1980), “A farewell to Aristotle: “Horizontal” Communication”, *Communication*, 5, pp.5-41.
- Bliss, Frank & Stefan Neumann (2008), *Participation in international development discourse and practice: “State of the art” and challenges* (INEF Report, 94/2008), Duisburg, Institute for Development and Peace/University of Duisburg-Essen.
- Brown, Tim (2008), “Design Thinking”, *Harvard Business Review*, 86 (6), pp.84-92.
- Burgess, Robert George (1997), *A pesquisa de terreno. Uma introdução*, Oeiras, Celta Ed.
- Carson, Rachel (1962), *Silent Spring*, Nova Iorque, Houghton Mifflin Company.
- Clark, David (1973), “The Concept of Community: A Reexamination”, *Sociological Review*, 21, pp.397-417.
- Cochrane, Allan & Kathy Pain (2000), “A Globalizing Society”, *A Globalizing World? Culture, Economics, Politics*, pp.5-45.
- Colle, Royal (2008), “Threads of Development Communication”, *Communication for Development and Social Change*, pp.96-157.
- Craveiro, Maria Clara (2007), *Formação em contexto: um estudo de caso no âmbito da pedagogia da infância*, Tese de Doutoramento em Estudos da Criança apresentada ao Instituto de Estudos da Criança da Universidade do Minho, Braga, IEC/UM.
- Dicionário da Língua Portuguesa (DLP)* (2011), Lisboa, Porto Editora.
- Doorley, Scott, Sarah Holcomb, Perry Klebahn, Kathryn Segovia & Jeremy Utley (2018), *Design Thinking Bootleg*, Stanford, Institute of Design at Stanford/Stanford University.
- Duran, Dan Cristian, Alin Artene, Luminita Maria Gogan & Vasile Duran (2015), “The objectives of sustainable development – ways to achieve welfare”, *Procedia Economics and Finance*, 26, pp.812-817.

- Escobar, Arturo (2005), “El “postdesarrollo” como concepto y prática social”, *Políticas de economia, ambiente y sociedade n tempos de globalización*, Caracas, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales/Universidad Central de Venezuela, pp.17-31.
- FAO (1984), *Expert Consultation on Communication for Development*, Roma, FAO.
- FAO (2014a), *Communication for Rural Development. Guidelines for planning and project formulation*, Roma, FAO.
- FAO (2014b), *Communication for Rural Development. Sourcebook*, Roma, FAO.
- Fair, Jo Ellen (1989), “29 Years of Theory and Research on Media and Development: The Dominant Paradigm Impact”, *Gazette*, 44, pp.129-150.
- Featherstone, Mike (1990), *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity*, Londres, Sage Publications.
- Featherstone, Mike (1995), *Undoing Culture*, Londres, Sage Publications.
- Ferreira, Paula (2016), “A utilização da metodologia de investigação-acção na intervenção social: uma reflexão teórica”, *Lusiada. Intervenção Social*, 32-34, pp.217-236.
- Ferreira, Bárbara & Rita Raposo (2017), “Evolução do(s) Conceito(s) de Desenvolvimento. Um Roteiro Crítico”, *Cadernos de Estudos Africanos*, 34, pp.23-51.
- Fragoso, António & Emilio Lucio-Villegas (2001), “Local development and social change: some reflections on na ongoing research”, *Wider Benefits of Learning: Understanding and Monitoring the Consequences of Adult Learning*, pp.197-201.
- Fragoso, António (2005), “Desenvolvimento Participativo: uma sugestão de reformulação conceptual”, *Revista Portuguesa de Educação*, 18 (1), pp.23-51.
- Fragoso, António & Emilio Lucio-Villegas (2014), “A mediação na comunidade e no desenvolvimento comunitário: tendências e potencialidades”, *Revista Lusófona de Educação*, 28, pp.55-69.
- Fraser, Colin & Jonathan Villet (1994), *Communication – A key to human development*, Rome, FAO.
- Fraser, Colin & Sonia Restrepo-Estrada (1998), *Communicating for Development. Human Change for Survival*, Londres, Tauris.
- Freire, Paulo (1970), *Pedagogia do Oprimido*, Rio de Janeiro, Paz e Terra.
- Friedmann, John (1992), *Empowerment: The Politics of Alternative Development*, Oxford, Blackwell.
- Gomes, Marisa (2009), *A Comunicação no desenvolvimento: Análise de tendências no uso da comunicação em projectos de desenvolvimento*, Dissertação de Mestrado em Desenvolvimento, Diversidades Locais e Desafios Mundiais – Análise e Gestão apresentada ao Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa, Lisboa, ISCTE.
- Gómez, Ricardo & Benjamín Casadiego (2002), “Letter to Aunt Ofelia. Seven Proposals for Human Development Using New Information and Communication Technologies”, *Regional development dialogue*, 23 (2), pp.3-21.
- Gumucio-Dragon, Alfonso (2008) (2008), “Vertical Minds versus Horizontal Cultures: An Overview of Participatory Process and Experiences”, *Communication for Development and Social Change*, pp.68-81.
- Health Communication Partnership (2003), *The new P-Process, steps in strategic communication*, Baltimore, Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health, Center for Communication Programs.
- Helpo (s.a.-a) *Visão e Princípios Orientadores*, obtido em Outubro de 2022 (Disponível em: <https://www.helpo.pt/pt/visao-e-principios-orientadores>).
- Helpo (s.a.-b), *Grávida sem álcool, bebé com saúde. Intervenção comunitária dos PLA no Distrito de Caué, em São Tomé e Príncipe*, obtido em Outubro de 2022 (Disponível em: <https://www.helpo.pt/library/files/ficha%20de%20projeto%20Gravida%20sem%20alcool.pdf>).

- Hogan, Christine (2007), *Facilitating multicultural groups: A practical guide*, Londres, Kogan Page.
- Hopkins, Antony Gerald (2002), *Globalization in World History*, Londres, Pimlico.
- Huesca, Robert (2008), “Tracing the History of Participatory Communication Approaches to Development: A Critical Appraisal”, *Communication for Development and Social Change*, pp.180-198.
- INE (2012), *IV Recenseamento Geral da População e da Habitação 2012*, São Tomé, Instituto Nacional de Estatística.
- Kildal, Nanna (1999), “Justification of Workfare: The Norwegian Case”, *Critical Social Policy*, 19 (3), pp.353-370.
- Kumar, Sanjiv, Neeta Kumar & Saxena Vivekadhish (2016), “Millennium Development Goals (MDGs) to Sustainable Development Goals (SDGs): Addressing Unfinished Agenda and Strengthening Sustainable Development and Partnership”, *Indian Journal of Community Medicine*, 41 (1), pp.1-4.
- Latouche, Serge (1995), “Les quereles de mots du développement”, *Chroniques du SUD* (Bulletin du Département SUD de l’ORSTOM), 14, pp.20-27.
- Lie, Rico (2008), “Rural HIV/AIDS Communication/Intervention: From Using Models to Using Frameworks and Common Principles”, *Communication for Development and Social Change*, pp.279-295.
- Lodéa, Andrei Luiz (2010), “Entendimento e linguagem: uma compreensão da teoria da ação comunicativa de Jürgen Habermas”, *Guairacá – Revista de Filosofia*, 26, pp.55-79.
- MacBride, Sean (1980), *Many Voices, One World: Communication and Society. Today and Tomorrow*, Paris, UNESCO.
- McQuail, Denis (2003), *Teoria da Comunicação de Massas*, Lisboa, Gulbenkian.
- Meier, Gerald Marvin (2005), *Biography of a subject: Na evolution of development economics*, Oxford & Nova Iorque, Oxford University Press.
- Moby, Bella (1991), *Designing Messages for Development Communication: An Audience Participation – Based Approach*, Nova Deli, Sage Publications.
- ONU (2000), *2030 Agenda for Sustainable Development* (Disponível em: <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N15/291/89/PDF/N1529189.pdf?OpenElement>).
- ONU (2015), *Overview of the Sustainable Development Summit* (Disponível em: https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/8316Overview_Sustainable_Development_Summit_Final.pdf).
- ONU (2022), *World Population Prospects 2022*, United Nations Department of Economic and Social Affairs, Population Division. (Consultado a 20 de Setembro de 2022; Disponível em: <https://www.un.org/development/desa/pd/>).
- Panikkar, Raimon et. al. (1984), “Endogenous development?” (comunicação apresentada no *Namur Colloquium*, 28 de Junho-2 de Julho de 1983), *Interculture*, 17 (3), pp.32-62.
- Peruzzo, Cicilia Maria Krohling (2017), “Ideias de Paulo Freire aplicadas à Comunicação popular e comunitária”, *Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia*, 24 (1), n.p.
- Quivy, Raymond & Luc Van Campenhoudt (1998, 2ª ed.), *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, Lisboa, Gradiva.
- Ribeiro, Fernanda Pereira (2013), “Paulo Freire na Comunicação e os meios de “comunicados”, *Rizoma*, 1 (2), pp.78-91.
- Rist, Gilbert (2008), *The history of development: From Western origins to global faith*, Londres, Zed Books.
- Rogers, Everett (1993), “Perspectives on Development Communication”, *Perspectives on Development Communication*, pp.35-46.
- Sachs, Wolfgang (1999), *Planet dialectics: Explorations in environment and development*, Londres, Zed Books.

- Shanahan, Peader (1996), "Exclusion, the European Union and community participation", *Community, Education and Social Change*, Roskilde, Roskilde University Centre, pp.51-113.
- Serra, Joaquim Paulo (2007), *Manual de Teoria da Comunicação*, Covilhã, Livros Labcom.
- Servaes, Jan & Rico Lie (1997), *Media and Politics in Transition. Cultural Identity in the Age of Globalization*, Leuven, Acco.
- Servaes, Jan (1999), *Communication for Development. One World, Multiple Cultures*, Cresskill, Hampton Press.
- Servaes, Jan (2008), "Communication for Development Approaches of Some Government and Non-Governmental Agencies", *Communication for Development and Social Change*, pp.201-218.
- Servaes, Jan & Rico Lie (2008), "Media Globalization through Localization", *Communication for Development and Social Change*, pp.58-67.
- Street, John (1997), "Across the Universe: The Limits of Global Popular Culture", *The Limits of Globalization*, pp.75-89.
- Thomas, Pradip (2008), "Communication and the Persistence of Poverty: The Need for a Return to Basics", *Communication for Development and Social Change*, pp.31-44.
- UNESCO (2008), "UNESCO's Contributions to Cultural Diversity and Communication for Development", *Communication for Development and Social Change*, pp.219-231.

Anexos

Anexo A: Quadro-resumo sobre as vantagens e desvantagens/limitações de cada um dos meios de comunicação.

Media	Advantage	Limitation
Folk media (e.g. puppetry, community theatre, storytelling)	<ul style="list-style-type: none"> • Can be easily understood by all members of the community • Intrinsically adapted to local cultural scene • Can use familiar dialects for the most intimate and local communication at the village level • Appeals at the personal level • Does not depend on technology that is liable to break down • Comparatively cheap to produce since most of the resources needed are available in the community 	<ul style="list-style-type: none"> • Requires skilled crafting of development messages into the fabric of the folk media • May lack prestige vis-à-vis more modern media in some societies • May be difficult to organize and calls for close working relationship between development workers and folk media artists
Radio	<ul style="list-style-type: none"> • Wide coverage and availability/accessibility even in rural areas • Low production cost • Delivery of information can be localized • Well-segmented audience 	<ul style="list-style-type: none"> • Weak as a medium for training and education since it is audio only • Constant competition with other programmes in other stations • Fleeting message • With nothing to watch, listeners more subject to distractions, limiting their attention-span • Some concepts can be portrayed more clearly in visual than in auditory terms • Requires skills in broadcasting and programme planning, designing, production, and management
Television	<ul style="list-style-type: none"> • Wide coverage • Combines sight, sound, and motion, thus, more attention grabbing • High prestige 	<ul style="list-style-type: none"> • Tends to be monopolized by powerful interests because of its prestige • Not widely available especially in all rural areas • High production cost • Difficult to localize information for agriculture unless there are local TV stations, still rare in developing countries
Video	<ul style="list-style-type: none"> • Combines sight, sound, and motion, thus, more attention grabbing • Highly persuasive • Constantly improving technology is making production ever cheaper and more reliable • Can be played back • Allows more than one language to be recorded as commentary on a single tape 	<ul style="list-style-type: none"> • Multiplicity of standards/formats • Requires talent, skill, and experience to produce good programmes for development • Requires rather sophisticated repair and maintenance facilities • Dependent on the use to which it is to be put, may call for quite large capital investment • Colour/visual quality mediocre in some standards
Printed materials (e.g. leaflet, brochure, magazine, newspaper)	<ul style="list-style-type: none"> • Relatively cheap, simple, and easy to produce • Can be taken home, consulted, and kept as a permanent reminder • Particularly valuable for extensionists, technicians, and community leaders 	<ul style="list-style-type: none"> • Limited to literate audience • Some formats tend to be boring most especially if there are no visual images
Visual media (e.g. flipchart, poster, billboard, comics)	<ul style="list-style-type: none"> • Cheap and simple to produce and use • Good for training and extension support in areas where there is no electricity • Use of images helps people recall and remember concepts better • Easy to use 	<ul style="list-style-type: none"> • Care required to make drawings understandable to illiterates • Lack the attraction of audio-visual materials • May be thought of as "second-rate" by people with experience in electronic media • Suitable only for small group discussions
Mobile phones	<ul style="list-style-type: none"> • Capable of a variety of tasks such as sending and receiving messages, recording audio and visual images, playing video and audio files, browsing the Internet, and organizing files • Compact and easy to use 	<ul style="list-style-type: none"> • Limited information can be stored based on mobile phone's capacity • Dependent on electricity • Not widely available in some rural communities because of poor signal/reception • Privacy and confidentiality of information are at a great risk • May not be affordable in some communities
Internet and social media	<ul style="list-style-type: none"> • Facilitates the exchange of information among stakeholders regardless of geographical boundaries • Links all stakeholders • Encourages interactivity • More flexible in delivering information 	<ul style="list-style-type: none"> • May not be accessible/ available to intended stakeholders • Special skills are needed to operate the technology and to access the information • Computer technology is expensive • Language barrier

Communication for Rural Development Sourcebook (FAO 2014b: 106)

Anexo B: Descrição e exemplos dos objetivos de comunicação SMART.

SMART principle	Description and examples
1. Simple	Reflects a single idea at a time; not more than one behavioural objective at a time
Simple	By the end of one year, at least 50 percent of community members are able to demonstrate at least two strategies for disaster risk management
Not simple but compound	By the end of one year, at least 50 percent of community members are able to demonstrate at least two strategies for disaster risk management and provide leadership training for other members in the community
2. Measurable	Observable, visible, uses an operative verb
Measurable	By the end of one year, at least 40 percent of women members occupy major positions in the local disaster risk management committee.
Not measurable	By the end of one year, women are empowered members in disaster risk management.
3. Attainable	Can be accomplished given existing resources (time, people, money)
Attainable	By the end of one year, at least 20 percent of women members occupy major positions in the local disaster risk management committee
Unattainable	By the end of one year, all major positions in the local disaster risk management committee are occupied by women members.
4. Realistic	Can be accomplished given the normal human capability and based on typical experiences
Realistic	Able to produce at least two radio programmes on women's roles in disaster risk management.
Unrealistic	By the end of one year, women members of the local community are able to produce five daily radio broadcasts on women's role in disaster risk management
5. Time bound	Sets the time period by which the target behaviour should have been accomplished
Time bound	By the end of one year, at least 20 percent of women members occupy major positions in the local disaster risk management committee.
Open ended	Women members occupy major positions in the local disaster risk management committee.

Communication for Rural Development Sourcebook (FAO 2014b: 89)

Anexo C: Métodos e ferramentas participativas a utilizar na fase de desenvolver os materiais de comunicação.

STAKEHOLDER PARTICIPATION [PRCA Report • ComDev Strategy • ComDev Plan • Message Specifications]	
Steps in ComDev Materials development	Participatory methods and tools
1. Materials design	<ul style="list-style-type: none"> • Brainstorming sessions • Creative strategy discussion groups • Concept development meetings • Writing workshops • Storyboarding sessions • Prototype production sessions • Review and critiquing trials • Validation meetings • Pre-testing activities • Focus group discussion • Key informant interview • Group interview • Matrix ranking • Stakeholder scriptwriting exercises • Stakeholder sketching using pen-and-pencil drawing • Feedback form
2. Production plan	
3. Pre-testing	
4. Materials production	
5. Use in the field	

Communication for Rural Development Sourcebook (FAO 2014b: 159)

Anexo D: Guiões de entrevista semi-diretiva: um para as participantes do projeto; outro direcionado para os observadores participantes/testemunhas privilegiadas; e outro para os trabalhadores da Helpe.

GUIÃO DE ENTREVISTA SEMI-DIRETIVA A PARTICIPANTES DO PROJETO (máx 10)

TEMA	OBJETIVOS	EXEMPLOS DE QUESTÕES	OBSERVAÇÕES
INTRODUÇÃO, MOTIVAÇÃO E LEGITIMAÇÃO DA ENTREVISTA	<ul style="list-style-type: none"> - Informar os entrevistados sobre o objetivo e contexto da entrevista - Valorizar a importância do entrevistado e do seu contributo - Garantir o anonimato e a confidencialidade dos dados - Esclarecer questões que possam ter - Pedir autorização para gravar a entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> - Este projeto está a servir de objeto de estudo para a escrita da minha tese no âmbito do mestrado Estudos de Desenvolvimento. O tema da tese é "A importância da Comunicação em projetos de Cooperação para o Desenvolvimento", e o principal objetivo da entrevista é descrever, analisar e interpretar as práticas deste projeto e qual é a vossa perceção sobre o mesmo. A partir daí podemos, juntas, tentar melhorar o que estiver menos bem. - Esta entrevista é importante, na medida em que me permite conhecer-vos a vocês e às vossas perspetivas, vontades e preocupações. - Agradeço desde já a sua participação, e aproveito para dizer que os dados recolhidos serão tratados de forma a garantir a confidencialidade e o anonimato. Nada do que me disser irá interferir com a sua vida, e nunca irei tirar juízos de valor. - Quero que se sinta à vontade para interromper caso alguma questão pareça menos clara. Há algum aspeto que não tenha ficado claro? Quer colocar alguma questão? - Para facilitar o registo e tornar mais fiel o tratamento e análise de dados, autoriza que grave um áudio da entrevista? 	<ul style="list-style-type: none"> Agradecer antecipadamente a participação. Criar um clima informal, descontraído e de confiança. Colocar o entrevistado à vontade para interromper. Enfatizar que é tudo anónimo e que nada irá interferir com a vida pessoal delas. Adaptar sempre a linguagem e as palavras.
DADOS PESSOAIS E HISTÓRIA DE VIDA	<ul style="list-style-type: none"> - Recolher os dados pessoais - Compreender o seu contexto familiar e as dificuldades vividas - Identificar o seu nível de integração na sociedade - Reconhecer se há vontade de mudança 	<ul style="list-style-type: none"> - Idade, género, nacionalidade, nível de escolaridade, sabe ler e escrever? - Com quem vive? Quantos filhos tem? Trabalha? Há mais alguém que trabalhe em sua casa? - Quais as suas principais dificuldades e necessidades? O que sente que faz falta à sua família? Tem ajuda familiar? - Qual é a sua rotina e como passa o seu tempo? - Como é viver em Angra Toldo? Quais são as suas maiores dificuldades em Angra Toldo? Sente que a comunidade é unida para ultrapassar os problemas? - O que gostaria que melhorasse ou mudasse na sua vida? 	<ul style="list-style-type: none"> Adaptar sempre as perguntas tendo em conta o rumo que a entrevista tomar.
PROJETO	<ul style="list-style-type: none"> - Compreender como conheceu a Helpe e o projeto - Conhecer o grau de satisfação com as atividades e qual deveria ser a frequência das sessões 	<ul style="list-style-type: none"> - Como conheceu a Helpe? - Gostou dos workshops da Helpe? Gostaria de ter mais deste género para ocupar tempo? - Costuma participar e contribuir para os workshops, e partilhar o que sabe? Ou é mais ouvir e aprender? - Sabia que o tema do álcool na gravidez e na amamentação é uma preocupação da Helpe? 	<ul style="list-style-type: none"> Manter-me atenta às questões levantadas pelas entrevistadas que não estejam contempladas no guião, mas cujo interesse mereça exploração.

	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar o grau de participação das sessões - Perceber a utilidade do projeto 	<ul style="list-style-type: none"> - Acha que este projecto é importante e útil para a comunidade e para vocês? 	
ALCOOL	<ul style="list-style-type: none"> - Conhecer como surgiu a questão do álcool na sua vida e compreender qual foi sendo a sua relação com o álcool até aos dias de hoje - Compreender se reconhecem os impactos do álcool de forma geral e na sua vida - Identificar o problema em Angra Toldo e o que se bebe mais - Refletir o problema a nível nacional 	<ul style="list-style-type: none"> - Com quantos anos experimentou beber pela primeira vez? Com que idade é que começou a beber com mais frequência? Quanto bebe diariamente? Qual é a principal razão de beber? - Sente que precisa de mudar hábito? Ou acha que o seu consumo é saudável? Acha que ao beber prejudica alguma coisa na sua vida? Sabe quais são as consequências do álcool? - Acha que em Angra Toldo se bebe muito álcool? Quem bebe mais? Homens ou Mulheres? A partir de que idade se começa a beber? - Qual é a bebida que consome mais? Vinho de palma, vinho tinto, cerveja, aguardente? - Sabia que o vinho de palma tem álcool? (se amamentar...) a sua criança bebe? (vai dizer que não, mas explicar a ligação) - Existe um grande problema de consumo álcool a nível nacional, sabia? 	<ul style="list-style-type: none"> - Não pressionar se perceber que se trata de um assunto sensível.
COMUNICAÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> - Perceber o alcance do projeto. - Compreender os métodos comunicativos mais utilizados e quais poderão passar a ser usados - Identificar se comunicam elas próprias o projeto e com quem - Conhecer a proximidade com os formadores - Refletir sobre a problemática a nível nacional - Criar um espaço de brainstorming para gerar ideias de - "como podemos chegar a mais mulheres como eu?" 	<ul style="list-style-type: none"> - Como é que sabem quando a Helpo vem cá dar um workshop? Quem é que a avisa? - Todas as mulheres da comunidade sabem sobre o projeto? São avisadas por quem? - Falam destes encontros em reuniões ou conversas da comunidade? Vai à missa a alguma igreja? (se sim) Achava útil que as formações fossem anunciadas no final da missa? - Como acha que se deve comunicar a todas as senhoras estas sessões? Através de alguma pessoa da comunidade? Ou por outro meio? - Tem TV em casa? E rádio? Como sabe das notícias nacionais? - Ouve rádio? Vê TV? Apanha a TVS ou só canais estrangeiros? Lê os cartazes que andam espalhados por aí? Tem telemóvel? E internet? - Qual é a forma mais direta de informar sobre assuntos com comunidades como Angra Toldo? Imprimindo cartazes? Ou rádio? Ou TV? Ou passa a palavra? Ou através de um encarregado? Ou falar nas escolas sobre o assunto? Ou teatro? - Se tivesse o poder de deixar uma mensagem sobre o problema do álcool em São Tomé para que o consumo reduzisse, qual seria? - Complete a frase comigo! O álcool _____ 	<ul style="list-style-type: none"> - Perceber quais os meios de comunicação que cada uma acha mais eficiente, e de que forma se pode chegar a mais gente - Perguntar ao entrevistado no final se tem alguma questão para mim. - Perguntar ao entrevistado no final se quer acrescentar mais alguma coisa. - Agradecer muito pela participação essencial e pelo tempo dispensado.

GUIÃO DE ENTREVISTA SEMI-DIRETIVA A OBSERVADORES PRIVILEGIADOS (max 10)

TEMA	OBJETIVOS	EXEMPLOS DE QUESTÕES	OBSERVAÇÕES
INTRODUÇÃO, MOTIVAÇÃO E LEGITIMAÇÃO DA ENTREVISTA	<ul style="list-style-type: none"> - Informar os entrevistados sobre o objetivo e contexto da entrevista - Valorizar a importância do entrevistado e do seu contributo - Garantir o anonimato e a confidencialidade dos dados - Esclarecer questões que possam ter - Pedir autorização para gravar a entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> - Este projeto está a servir de objeto de estudo para a escrita da minha tese no âmbito do mestrado Estudos de Desenvolvimento. O tema da tese é “A importância da Comunicação em projetos de Cooperação para o Desenvolvimento”, e o principal objetivo da entrevista é descrever, analisar e interpretar as práticas deste projeto e qual é a vossa perceção sobre o mesmo. - Esta entrevista é importante, na medida em que me permite conhecer quem observa o projeto de fora, e perceber a vossa visão sobre o mesmo. - Agradeço desde já a sua participação, e aproveito para dizer que os dados recolhidos serão tratados de forma a garantir a confidencialidade e o anonimato. Nada do que me disser irá interferir com a sua vida, e nunca irei tirar juízos de valor. - Quero que se sinta à vontade para interromper caso alguma questão pareça menos clara. Há algum aspeto que não tenha ficado claro? Quer colocar alguma questão? - Para facilitar o registo e tornar mais fiel o tratamento e análise de dados, autoriza que grave um áudio da entrevista? 	<ul style="list-style-type: none"> Agradecer antecipadamente a participação. Criar um clima informal, descontraído e de confiança. Colocar o entrevistado à vontade para interromper. Enfatizar que é tudo anónimo e que nada irá interferir com a vida pessoal delas. Adaptar a linguagem e as palavras.
DADOS PESSOAIS E ENQUADRAMENTO LOCAL	<ul style="list-style-type: none"> - Recolher os dados pessoais. - Identificar as suas relações com o projeto 	<ul style="list-style-type: none"> - Idade, género, nacionalidade, nível de escolaridade - Quem conhece que usufrua dos apoios da Helpeo? - Como é viver em Angra Toldo (ou são tomé caso o entrevistado não seja de Angra Toldo)? Quais são as maiores dificuldades que se sentem? 	<ul style="list-style-type: none"> Adaptar sempre as perguntas tendo em conta o rumo que a entrevista tomar.
ALCOOL E PROJETO	<ul style="list-style-type: none"> - Compreender a sua perceção sobre a localidade e o problema do álcool - Perceber o grau de proximidade com o projeto - Questionar a utilidade e efeitos do projeto 	<ul style="list-style-type: none"> - Sabia que o álcool é um grande problema a nível nacional? - No seu núcleo de família e amigos, vê muita gente a beber álcool em excesso? - Sente que o problema do álcool está a ser resolvido aos poucos ou tem vindo a acentuar-se? Há esforços do governo ou ONG's ou nas escolas para contrariar o problema? - Sabe quais são as consequências do álcool em excesso? - Qual o seu grau de proximidade com o projeto? Como conheceu o projeto? - Vendo de fora, sente que o projeto tem sido útil para a comunidade? Como tem ajudado estas senhoras? 	<ul style="list-style-type: none"> Não pressionar se perceber que se trata de um assunto sensível.

		- Acha os workshops úteis para ocupar o tempo da comunidade?	
COMUNICAÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> - Perceber o alcance do projeto. - Compreender os métodos comunicativos mais utilizados e quais poderão passar a ser usados - Identificar se comunicam o projeto e com quem - Refletir sobre a problemática a nível nacional - Criar um espaço de brainstorming para gerar ideias de - "como podemos chegar a mais pessoas?" 	<ul style="list-style-type: none"> - Acha que o projeto está bem divulgado? Toda a gente sabe dele? É fácil chegar até a estes apoios? - Já ouviu falar do projeto em reuniões ou conversas da comunidade? As formações são anunciadas? Acha que se deviam imprimir cartazes? Ou falar nas escolas sobre o assunto? Ou falar pela rádio? Como acha que se deve divulgar o projeto? - Fala do projeto a outras pessoas? Quando vê uma senhora que acha que pode usufruir do projeto, fala-lhe sobre ele? - Sendo que este problema existe a nível nacional, como acha que devemos falar sobre ele? De que forma e em que contextos? - De que forma acha que podemos chegar a mais pessoas? - Para comunicar sobre um certo assunto, que meios de comunicação acha que chegam a mais Santomenses? Rádio, TV, Teatro, Cartazes, Formações nas escolas e comunidades? - Se tivesse o poder de deixar uma mensagem sobre o problema do álcool em São Tomé para que o consumo reduzisse, qual seria? - Complete a frase comigo! O álcool _____ 	<p>Perceber quais os meios de comunicação que cada uma acha mais eficiente, e de que forma se pode chegar a mais gente</p> <p>Perguntar ao entrevistado no final se tem alguma questão para mim.</p> <p>Perguntar ao entrevistado no final se quer acrescentar mais alguma coisa.</p>

GUIÃO DE ENTREVISTA SEMI-DIRETIVA A TRABALHADORES DA HELPO (duas ou três)



TEMA	OBJETIVOS	EXEMPLOS DE QUESTÕES	OBSERVAÇÕES
INTRODUÇÃO, MOTIVAÇÃO E LEGITIMAÇÃO DA ENTREVISTA	<ul style="list-style-type: none"> - Informar os entrevistados sobre o objetivo e contexto da entrevista - Valorizar a importância do entrevistado e do seu contributo - Garantir o anonimato e a confidencialidade dos dados - Esclarecer questões que possam ter - Pedir autorização para gravar a entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> - Este projeto está a servir de objeto de estudo para a escrita da minha tese no âmbito do mestrado Estudos de Desenvolvimento. O tema da tese é "A importância da Comunicação em projetos de Cooperação para o Desenvolvimento", e o principal objetivo da entrevista é descrever, analisar e interpretar as práticas deste projeto e qual é a vossa perceção sobre o mesmo. - Esta entrevista é importante, na medida em que me permite conhecer-vos a vocês e às vossas perspetivas, vontades, preocupações. - Agradeço desde já a sua participação, e aproveito para dizer que os dados recolhidos serão tratados de forma a garantir a confidencialidade e o anonimato. - Quero que se sinta à vontade para interromper caso alguma questão pareça menos clara. Há algum aspeto que não tenha ficado claro? Quer colocar alguma questão? - Para facilitar o registo e tornar mais fiel o tratamento e análise de dados, autoriza que grave um áudio da entrevista? 	<ul style="list-style-type: none"> Agradecer antecipadamente e a participação. Criar um clima descontraído e de confiança. Colocar o entrevistado à vontade para interromper. Enfatizar que é tudo anónimo e que nada irá interferir com a sua vida pessoal.
DADOS PESSOAIS E HISTÓRIA DENTRO DA HELPO	<ul style="list-style-type: none"> - Recolher os dados pessoais - Compreender a sua história dentro da ONGD. - Identificação com os valores e princípios - Caracterização do trabalho 	<ul style="list-style-type: none"> - Idade, género, nacionalidade, formação - Como iniciou o seu caminho na Helpo? Há quanto tempo trabalha para a ONGD? E nos projetos de São Tomé? - Quais são os valores e princípios que mais valoriza na Helpo? - Qual o seu papel dentro do projeto? (desde que este é pensado, até implementado e avaliado) 	<ul style="list-style-type: none"> Adaptar sempre as perguntas tendo em conta o rumo que a entrevista tomar.
FUNCIONAMENTO DA HELPO E DOS SEUS PROJETOS	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar as áreas mais fortes da Helpo - Reconhecer as áreas que precisam de maior investimento futuro - Compreender as maiores dificuldades 	<ul style="list-style-type: none"> - Que áreas de trabalho/departamentos acha que estão melhor organizados em termos de pessoal e trabalho? - Que áreas de trabalho/departamentos acha que devem ter uma maior aposta num futuro, para que sejam mais eficientes? - Quais são as maiores dificuldades que enfrenta no seu dia a dia de trabalho? Como considera o ambiente de trabalho? 	<ul style="list-style-type: none"> Não pressionar se perceber que se trata de um assunto sensível.

	<ul style="list-style-type: none"> - Perceber o nível de participação das comunidades - Identificar se o trabalho é feito em rede 	<ul style="list-style-type: none"> - Como considera a prática de intervenção da Helpe perto das comunidades? Pouco, razoavelmente ou altamente participativa? - Como vê a relação entre equipas e dentro da equipa? - Quais as vantagens e desvantagens de um ambiente interdisciplinar? - Como avaliam o vosso trabalho em rede e parceria? Contam com parcerias locais? Com o Estado? Com outras entidades? 	
COMUNICAÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> - Refletir sobre a comunicação da Helpe com as comunidades - Compreender o alcance dos projetos e as dificuldades sentidas na sua divulgação - Identificar os métodos de comunicação mais eficientes em cada contexto - Conhecer as técnicas e metodologias de trabalho usadas - Perceber o nível de participação das comunidades envolvidas - Refletir sobre a problemática a nível nacional - Criar um espaço de brainstorming para gerar ideias de - “como podemos chegar a mais pessoas?” - Compreender se concorda com o funcionamento da Helpe na parte da comunicação, ou se acha certos pontos deveriam melhorar 	<ul style="list-style-type: none"> - De 0 a 10, como classificaria a comunicação da Helpe para com as comunidades? - Acha que os projetos têm o seu alcance máximo? Ou sente dificuldade em chegar a mais pessoas? Costuma ter alguma dificuldade com a divulgação do projeto? - Que métodos de comunicação acha mais eficientes nos projetos de São Tomé? E nos de Portugal? - Como referência e tenta chegar à comunidade com que pretende trabalhar? Usa alguma metodologia para o fazer? - Considera que os projetos sejam construídos de forma participativa com as comunidades? - Sendo esta problemática do álcool de uma dimensão nacional, como acha que devemos falar sobre ele? Através de que meios de comunicação? - Há esforços do governo ou ONG's (para além da Helpe) ou nas escolas para contrariar o problema? - Acha que a verba que tem alocada à comunicação em cada projeto é suficiente para que todos os objetivos neste setor sejam alcançados? - Concorda com o sistema de contratação externa de empresas para elaborar as campanhas de comunicação? Ou acha que seria útil haver mais pessoal dentro da área da comunicação dentro da Helpe, que se encarregasse de fazer essas campanhas e tudo o que fosse de comunicação e design? - O que melhoraria a nível da comunicação (ou noutra área) na Helpe? 	<p>Perceber quais os meios de comunicação que cada uma acha mais eficiente, e de que forma se pode chegar a mais beneficiários</p>

<p>PROJETO “MÃE SEM ALCOOL, BEBÉ COM SAÚDE”</p> <p>(esta secção de perguntas apenas se aplica se a entrevista for feita a um membro da Helpo que trabalhe diretamente com o projeto em questão)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Conhecer o projeto com mais profundidade. - Reconhecer as metodologias utilizadas - Perceber quais as suas metas e objetivos, e de que forma estão a ser alcançados - Identificar quantas pessoas trabalham para o projeto e quantas pessoas beneficiam do mesmo - Compreender como chegam até aos beneficiários - Perceber o nível de participação das comunidades envolvidas e a proximidade das beneficiárias com os colaboradores - Reconhecer as melhorias já observadas no terreno - Compreender que melhorias precisam de ser feitas - Identificar a eficiência da comunicação no projeto 	<ul style="list-style-type: none"> - Qual a história do projeto? - Como está a ser o processo de construção do projeto? - Quais as metas e objetivos do projeto? De que forma estão a pensar alcança-los? - Como é composto o cronograma de atividades? Qual o ritmo e periodicidade do projeto? - Quantas pessoas estão envolvidas do projeto? Quantos colaboradores e quais as suas funções? Quantos beneficiários? - Como referenciam as mães? Como podem chegar a mais mães? - Qual o grau de participação da comunidade nas formações e atividades? - Qual o nível de proximidade e confiança das mães com os colaboradores da Helpo? - Qual o nível de envolvimento da comunidade com o tema e com o projeto? Estão conscientes da problemática? - O que precisa de ser trabalhado e onde é preciso investir no projeto? - Como avalia a eficiência da comunicação com a comunidade? Qual a maneira mais direta de comunicar que, pela sua experiência, resulta melhor nesta comunidade? - Se tivesse o poder de deixar uma mensagem sobre o problema do álcool em São Tomé para que o consumo reduzisse, qual seria? - Complete a frase comigo! O álcool _____ 	<p>Perguntar ao entrevistado no final se tem alguma questão para mim.</p> <p>Perguntar ao entrevistado no final se quer acrescentar mais alguma coisa.</p>
---	--	--	--

Anexo E: Ficha de observação participante.

Por preencher

TEMA	CONTEÚDO A OBSERVAR
COMUNIDADE	<ul style="list-style-type: none"> - Qual a dimensão populacional da comunidade? - Quais os grupos étnicos e os grupos religiosos dentro da comunidade? - Quem são os protagonistas mais influentes na comunidade? - Qual o nível de proximidade e entreajuda das pessoas? - Quais os maiores problemas e necessidades da comunidade? - Quais as principais atividades económicas no território? - Quais os esforços e dinâmicas comunitárias para a resolução de problemas? - Que projetos de intervenção existem no terreno? - Qual o nível de aceitação dos apoios de entidades exteriores? Que projetos são melhores aceites? E quais são alvos de maior desconfiança?
PROBLEMÁTICA DO ALCOOL	<ul style="list-style-type: none"> - Há produção? Em que escala? - Que expressão tem o problema do álcool nesta região? - Desde quando é um problema? - Quais as razões de consumo? - Quais as implicações desse consumo? - Que percentagem da comunidade bebe em excesso? - A partir de que idade é normal ser introduzido o consumo álcool? - Qual é a perceção das pessoas sobre o peso deste problema? - Que esforços comunitários e esforços públicos (estado e iniciativas locais) estão a fazer para contrariar o problema? - Como é que cada Igreja e cada grupo étnico aborda a questão de álcool? - Existe estigmatização relacionada a esta problemática?
HELPO	<ul style="list-style-type: none"> - Quais os passos na criação e lançamento de um projeto? - Como referenciam os beneficiários? - Que primazia dão à construção de soluções de forma participativa, em conjunto com as comunidades? - Que dificuldades ou em que áreas encontram mais dificuldades? - Quão interdisciplinar é uma equipa de trabalho? - Quais as relações de poder entre trabalhadores? Qual a cultura organizacional? - Qual a relação com o estado, centros de saúde e outras instituições? A que nível se trabalha em parceria? - Como divulgam os seus projetos com as comunidades?
PROJETO “MÃE SEM ALCOOL, BEBÉ COM SAÚDE”	<ul style="list-style-type: none"> - Qual a história do projeto? - Como está a ser o processo de construção do projeto? - Como referenciam as mães? - Qual o nível de participação da comunidade nas formações e atividades? - Qual o nível de proximidade e confiança das mães com os colaboradores da Helpo? - Qual a relação entre as mulheres participantes? - Qual o nível de envolvimento da comunidade com o tema e com o projeto? - O que precisa de ser trabalhado e onde é preciso investir no projeto? - Quais os níveis de parceria no projeto? Com quem articulam? - Quais as relações de poder entre trabalhadores? Qual a cultura organizacional?
COMUNICAÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> - Como comunicam com a comunidade? - De que forma a comunicação será construída da forma participada? Pensam-se usar os modelos de comunicação tradicionais da comunidade? - De que forma os parceiros se envolvem no projeto de comunicação e serão também atores na divulgação? - Que veículos mais usam para comunicar com a comunidade? - Quais os chavões de comunicação do projeto? - Como acham que poderiam chegar a mais pessoas? - Que dificuldades sentem na comunicação do projeto? - De que forma a comunidade acha a comunicação do projeto eficiente? - De que forma é que a comunicação gerou conhecimento novo na comunidade? - De que forma foi um veículo de empowerment para as participantes deste projeto? - Combateu a estigmatização das mesmas? - Como é adaptada a comunicação aos diferentes públicos (idade, género, grupos étnicos e religiosos)? - Como é feita a comunicação interna entre colaboradores?

Preenchida

TÓPICO	O QUE ME DISSERAM	OBSERVAÇÕES E COMENTÁRIOS
<p>Manhã em Angra Toldo</p> <p>29 Set</p> <p>DESCRIÇÃO Passeámos pela comunidade. Conhecemos tudo: as casas, a praia, o rio onde lavam a roupa e vão buscar água, o quiosque onde se vende álcool. Foi a c que nos mostrou tudo.</p> <p>No quiosque tivemos uma “aula” com a Dona v que nos explicou os preços, as bebidas e as medidas usadas.</p> <p>Assim fomos tendo várias conversas informais ao longo da manhã</p>	<p>- Numa conversa informal no quiosque, Dona v: disse com muita naturalidade que bebe pelo menos 2 litros de vinho da palma por dia; Afirmou que todas bebem- mããs e não mããs; Explicou que o que se vende mais é cerveja (nacional para as mulheres e super bock para os homens), vinho da palma, mas também bebem aguardente e vinho tinto;</p> <p>- x e y disseram que as mulheres bebem mais que os homens;</p> <p>- Ambas disseram que há muitas intrigas entre as mulheres. Elas próprias só falam com o seu grupo de “amigas”. Não há espírito de entreajuda e às vezes as informações não passam entre as mulheres porque umas “calam boca”.</p>	<p>- O quiosque da Dona v está aberto o dia todo, e à noite é o filho da Dona x que fica acordado a vender (a noite toda, e tem aulas no dia seguinte)</p> <p>- Em Angra Toldo, as mulheres de manhã vão ao rio lavar a roupa. Depois voltam para fazer almoço, mas não têm mais nada para fazer. Por isso costumam arrumar a casa, cozinhar e ver televisão, e beber ao longo do dia. Há algumas que têm negócio e vendem búzio ou vegetais.</p> <p>- O f é o marido da Dona v e é vinhateiro e ao mesmo tempo agente de saúde. Ele é um bom ponto de contacto porque conhece tanto as pessoas que vivem na comunidade, como os vinhateiros, como profissionais de saúde.</p>
<p>Sessão com Vinhateiros em Angra Toldo</p> <p>13 Out</p> <p>DESCRIÇÃO Fizemos uma sessão com os vinhateiros de Angra toldo. Contámos com a presença de 25 homens que falaram sobre os seus problemas e sobre a sua perceção sobre o problema do álcool na comunidade.</p> <p>Explicámos que não lhes queríamos tirar o trabalho que é a fonte de rendimento deles, mas estávamos só a alertar para que o consumo reduzisse.</p>	<p>- “As mulheres bebem muito. Quando voltamos elas estão bêbadas e agressivas, e não dá para conversar com elas”; “Elas gastam o dinheiro que nós ganhamos para beber álcool”;</p> <p>- “O que se bebe mais é vinho da palma. Toda a gente bebe”</p> <p>- “Não conseguimos trabalhar se não bebermos 2 litros de vinho da palma. Ficamos a tremer muito e sem força para subir”;</p> <p>- “Onde podemos encontrar ajuda?”</p>	<p>- Tudo o que dizíamos parecia uma grande novidade; estavam boquiabertos com algumas informações e não sabiam coisas tais como: o facto de beber sem comer cria “feridas no estomago”; o fígado não tem capacidade de expulsar tanto álcool em excesso do nosso corpo; não sabiam a questão das grávidas, e que o álcool que ingeriam passava para o leite e criava problemas nas crianças; não sabiam que os tremores que sentem tem a ver já com a sua dependência do álcool; não tinham a noção que o corpo da criança não é capaz de expulsar o álcool e fica retido.</p> <p>- Uns 5 homens não conseguiram assinar na folha de presenças porque estavam a tremer muito das mãos;</p> <p>- Sabiam que não podiam mandar as crianças comprar álcool porque elas provavam no caminho;</p> <p>- Mostraram com vontade de melhorar e perguntaram como poderiam ficar melhores.</p>

<p>Sessão com Vinhateiros em Ribeira Peixe</p> <p>14 Out</p> <p>DESCRIÇÃO Fizemos uma sessão com os vinhateiros de Angra Toldo. Contámos com a presença de homens produtores de vinho de palma e aguardente, e mulheres comerciantes (com quiosque) que falaram sobre os seus problemas e sobre a sua percepção sobre o problema do álcool na comunidade.</p> <p>Explicámos que não queríamos tirar o trabalho que é a fonte de rendimento deles, mas estávamos só a alertar para que o consumo reduzisse.</p>	<p>- Duas comerciantes chegaram mais cedo e estiveram a desabafar sobre o problema do álcool na vida delas. Não bebiam, mas uma das senhoras teve a contar-nos: que o marido estava muito dependente, e criava violência em casa; que os filhos queriam sair de casa por causa do mau ambiente; que havia dias que o marido nem se conseguia levantar, tal era a embriaguez e dor de cabeça; que ele lhe estava a destruir a vida. Contou também que toda a família do lado do marido tinha graves problemas com álcool, e que estavam pessoas destruídas. Os filhos, felizmente, não seguiram o exemplo e não bebem.</p> <p>- Quando estávamos a falar das crianças que bebem, um dos vinhateiros contou com normalidade que o seu filho de 12 anos bebia muito e desde sempre vinho de palma. O pai não lhe dizia nada por achar normal. No entanto, na altura em que o IDT foi à escola de Ribeira Peixe falar sobre as consequências da bebida, a criança deixou de beber por iniciativa própria. É uma criança que já reprovou muitas vezes e que não se consegue concentrar. Explicámos ao pai que essas características se deviam ao álcool.</p>	<p>- Reconheceram comportamentos que dizíamos (como mau aproveitamento escolar, sonolência, feições específicas) nalgumas crianças da comunidade. Começaram a falar de exemplos da comunidade entre eles.</p> <p>- Uma criança de um ano que lá brincava e que estava acompanhada pelo pai vinhateiro, tinha feições na cara de uma criança que bebe; no final perguntámos ao pai e ele admitiu que dava álcool à criança. Explicámos-lhe as consequências disso.</p> <p>- Falaram de um avô que dava a provar ao seu neto aguardente, para ver se estava boa. O neto estava sempre a dormir nas aulas e “não era bom”</p> <p>- Explicaram que muita gente bebe, mas principalmente mulheres que depois gastam todo o dinheiro que os homens ganham em bebida em vez de comida. Estavam ainda cientes que o álcool provocava muita violência e confusão na comunidade.</p> <p>- Afirmaram que era impossível falar com as pessoas que bebiam muito- estas ficavam agressivas e não mudavam.</p> <p>- Estavam também muito estupefactos com algumas das consequências do álcool que nós enumeramos.</p> <p>- Uma das senhoras dona de um quiosque, confirmou que vendia muita aguardente e vinho de palma.</p>
<p>Sessão Grupo Focal com mulheres em Angra Toldo</p> <p>15 Out</p> <p>DESCRIÇÃO Preparei uma sessão com as mulheres de Angra Toldo. Foram convocadas 15, mas apareceram muitas mais e muitas adolescentes também.</p>	<p>- Uma senhora que já estava alterada pelo álcool, afirmava que se não bebesse assim que acordasse ficava “mole, doente, tímida, fraca”. Tinha de beber para “ativar, ficar com força”</p> <p>- Explicaram que não conseguem falar com mulheres que já estão bêbadas, porque criam muita confusão.</p>	<p>- A maioria acorda e começa logo a beber para “ativar” para o resto do dia</p> <p>- Muitas estavam já muito alcoolizadas, e a sessão começou às 11h da manhã. Essas estavam mais expressivas, e perturbavam a sessão por falarem muito alto e a rir-se muito.</p> <p>- Ficaram fixadas nas imagens que mostrei das consequências. As reações foram de grande surpresa quando</p>

<p>Nesta sessão falamos sobre os seguintes temas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - A quantidade que cada uma bebe por dia; - O que cada uma bebe normalmente; - Doses máximas diárias para cada uma das bebidas; - Porque bebem - Consequências de beber em excesso - Meios de comunicação mais eficazes - Estilo comunicativo mais eficaz - O que podem fazer no futuro para ajudar a resolver o problema. 	<ul style="list-style-type: none"> - A maioria afirmou beber entre 2 a 3 litros por dia. - O que bebem mais é vinho da palma. - Enumeraram algumas consequências como tensão, “bebê nasce com problema”, “órgãos do bebê não desenvolvem”, “criança não consegue estudar”, “problemas de estômago”, confusão e violência... o resto acrescentámos nós ao longo da conversa - Disseram que viam televisão e a TVS, e que rádio “estava só a passar” enquanto faziam as suas tarefas; - Afirmaram que prestavam atenção a cartazes, e as que não sabiam ler perguntavam a outra pessoa o que queria dizer; - Falaram dos episódios do POPMISA, e do episódio da mãe a parir e querer beber para diminuir a dor. Disseram que estava errado ela fazer isso 	<p>mostrei o fígado “doente”, e imagens de bebê prematuro, criança desnutrida, SAF, etc. Com imagens elas ficam muito atentas e percebem melhor o que se explica. É a melhor forma de comunicar-demonstrar com imagens enquanto se fala e sensibiliza.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Muitas adolescentes ouviam também atentamente o que dizíamos. - Na sessão não havia nenhuma grávida, mas havia duas mães a amamentar. Uma não bebia (E), mas a outra bebe (C). Explicámos à C as consequências para a bebé. - Duas senhoras não bebiam por causa da religião. - Ao falar de quantidades de bebidas, a comunicação é mais fácil se falarmos de dinheiro (quantas dobras gastam por dia em bebida) - Quando perguntei sobre o estilo de comunicação que mais gostavam, a maioria disse que fotografia era melhor. Mas muitas gostaram da infografia com as medidas do álcool, e outras da ilustração da mãe a ingerir e o álcool a descer para o bebê - Estavam atentas quando explicámos a dose máxima que deviam beber para cada tipo de bebida. - As frases que escreveram no final como “mensagem” foram muito pouco elaboradas.
---	---	---

Anexo F: Guião para caracterização do projeto.

<p>CARACTERIZAÇÃO DO PROJETO</p>	<ul style="list-style-type: none">- Qual a história do projeto?- Como está a ser o processo de construção do projeto? Qual a metodologia utilizada? (aprofundar de que forma foi participativo ou não)- Quais as metas e objetivos do projeto? De que forma pretendem alcança-los?- Quais das atividades planeadas e no que é que consistem?- Como é composto o cronograma de atividades?- Quantos colaboradores estão envolvidos no projeto e quais as suas funções?- Com quantos participantes contam?- Como referenciam as mães?- Como podem chegar a mais mães?- Qual o grau de participação da comunidade nas formações e atividades?- Qual o nível de proximidade e confiança das mães com os colaboradores da Helpo?- Qual o nível de envolvimento da comunidade com o tema e com o projeto?- Qual o ritmo e periodicidade do projeto?- Quais as melhorias já observadas?- Quais as metodologias de comunicação têm utilizado?- O que precisa de ser trabalhado e onde é preciso investir no projeto?
--------------------------------------	---

Anexo G: Guião orientador para a sessão de grupo focal.

PERGUNTA	DINÂMICA	OBSERVAÇÕES
Quantos litros de álcool bebem por dia?	Ter uma garrafa de grão que se pinta com o que elas bebem, e depois ter uma marca de referência com o máximo que elas deveriam beber por dia. (mãe grávida e mãe não grávida).	Explicar que tudo será confidencial e usado apenas por mim, para ajudarmos a Helpo a construir uma campanha de comunicação Explicar-lhes a importância delas nesta sessão: vão ajudar a construir esta campanha que vai chegar ainda a mais mulheres
O que bebem mais?	Ter desenhos das várias bebidas e ir contando o que cada uma bebe; cada bebida tem a quantidade máxima que se deveria beber por dia.	
Quais as consequências do álcool?	Para esta pergunta estarei a escrever numa folha grande as consequências ditas por elas, e completar com todas as outras que elas não digam. (no final mostrarei imagens das consequências)	
Quais os melhores meios de comunicação numa campanha para mulheres grávidas ou que amamentam e bebem em excesso? E o que se deve falar sobre o álcool?	Ter os vários desenhos da TV, rádio, cartazes, murais, teatros, etc... cada uma pode escolher os 3 meios que acha melhor.	
O que é mais atrativo?	Mostrar três estilos: fotografia, infografia e ilustração. Elas votam no que gostam mais.	
O que podemos fazer quando vemos alguém a beber demasiado álcool?	Explicar que devem estar atentas às senhoras de risco e quando estas tiverem sóbrias, tentar sensibilizar; <u>Falar</u> com o F; investir na educação em casa com os próprios filhos	
Qual é a frase que devia ser o slogan da campanha?	Elas escrevem numa folha uma frase sobre "porque é que o álcool faz mal".	

Anexo H: Fotografias do diário de pesquisa



Anexo I: Fichas de análise vertical – Trabalhadores da Helpo (3 entrevistas)

FICHAS DE ENTREVISTADOS _ TRABALHADORES DA HELPO - BRUNA

PERGUNTAS	IDEIA PRINCIPAL DAS RESPOSTAS	OBSERVAÇÕES
- Idade, nacionalidade, formação	Portuguesa, 34 anos, enfermeira	
Há quanto tempo trabalha para a ONGD?	Trabalha em STP desde 2021	
- Quais são os valores e princípios que mais valoriza na Helpo?	Transparência (tanto na gestão de projeto como no apadrinhamento das crianças)	
- Qual o seu papel dentro do projeto?	Gestora do projeto. A Bruna é que assegura a execução de todas as atividades e a gestão do orçamento	
- Que áreas de trabalho/ departamentos acha que devem ter uma maior aposta num futuro, para que sejam mais eficientes?	A Helpo cresceu de uma forma muito rápida nos últimos anos com muitas candidaturas aprovadas, e por isso as equipas aumentaram muito. E às vezes é um pouco difícil perceber a quem nos temos de dirigir. Ainda não é muito óbvio esse circuito, mas será uma questão de organização	Não funcionam como departamentos nos países africanos. Só na sede é que há esses departamentos.
- Quais são as maiores dificuldades que enfrenta no seu dia a dia de trabalho? Como considera o ambiente de trabalho?	“No terreno, a questão das pessoas estarem muito dependentes dos subsídios e das ajudas de custo na área da saúde. Enfermeiros, médicos, perguntam logo se há algum benefício se trabalharem em conjunto com a helpo em algum momento “	“Quando há muitas organizações no terreno, onde todas alimentam este assistencialismo, já há uma dependência disto e é difícil de quebrar o ciclo. É um obstáculo e uma barreira. Tem de se criar uma relação primeiro”
- Como considera a prática de intervenção da Helpo perto das comunidades? Pouco, razoavelmente ou altamente participativa?	“Pegando no meu projeto, tento envolver bastante a comunidade. Ainda assim, às vezes sinto que é uma luta muito minha. Às vezes é preciso envolver as pessoas, os parceiros.”; “mas ouvimos muito as comunidades e as suas necessidades, e através de grupos de trabalho com os vários parceiros desenhamos os projetos da melhor forma”; na comunidade as senhoras também estão confortáveis para partilhar. “Elas é que decidem o que precisam e gostavam de aprender”	Começaram com as sessões de culinária por ser uma vontade delas, e as senhoras da comunidade é que vão decidindo as atividades do projeto
- Como vê a relação entre equipas e dentro da equipa?	Há boas relações, devido às reuniões de equipa semanais que se iniciaram com o novo coordenador. Há pessoas muito proativas, que tentam ajudar os colegas. Só agora é que se está a criar o “espírito Helpo”	Já estavam em STP sem coordenador há uns meses, e conta que por isso a equipa estava desorganizada e sobrecarregada
- Como avaliam o vosso trabalho em rede e parceria? Contam com parcerias locais? Com o Estado? Com outras entidades?	Há muito esse cuidado da Helpo em ir ao encontro das instituições locais, desde o desenho do próprio projeto	O papel do coordenador de país também é manter essas relações com as respostas estatais
- De 0 a 10, como classificaria a comunicação da Helpo para com as comunidades?	“Ao longo deste último ano temos dado muita visibilidade na ilha ao nosso trabalho, mas a comunicação externa para com parceiros mesmo assim deveria melhorar. Com a população local temos de fazer um trabalho de nos diferenciarmos. Porque há tantos projetos e tantas organizações de tanto lado, que é difícil perceberem que é a Helpo “	
- Acha que os projetos têm o seu alcance máximo? Ou sente dificuldade em chegar a mais pessoas? Costuma ter alguma dificuldade com a divulgação do projeto?	“Nós rentabilizamos bastante bem os recursos, de forma a chegar ao maior número possível de beneficiários. Por isso às vezes até sinto que chegamos a mais pessoas do que o que estava previsto”	

- Que métodos de comunicação acha mais eficientes nos projetos de São Tomé?	Caué é muito isolado a nível de comunicação e energia, por isso acaba por ser mais a rádio que a TV. Por isso o terreno é essencial. O porta a porta, no terreno	“Estava à espera de encontrar mais rádios locais. Os líderes comunitários e os agentes de saúde são importantes também para divulgar e informar as comunidades. “ A Bruna fez uma formação para agentes e líderes da comunidade
- Como referência e tenta chegar à comunidade com que pretende trabalhar? Usa alguma metodologia para o fazer?	Com o tempo vai-se fazendo essa referênciação. Tem tentado limitar o grupo ao longo do tempo, para que seja um trabalho mais personalizado	A Bruna vai fazendo também formações aos profissionais de saúde. Há a possibilidade das senhoras que querem fazer tratamento terem consultas mensais com a psicóloga através do projeto
- Sendo esta problemática do álcool de uma dimensão nacional, como acha que devemos falar sobre ele? Através de que meios de comunicação?	O foco ainda é apenas o distrito onde se consome mais. Só depois virá a preocupação a nível nacional. Este é um projeto piloto, por isso sente que ainda não há qualquer rede nem referência. “O grande contributo que podemos dar é aproximar pessoas e serviços, e perceber o que resulta. “ “O teatro é uma ótima forma de comunicar e retêm muita a informação”	Dia de Luta Contra a Droga iniciou logo com uma sessão de Teatro, que as pessoas gostam bastante “Como toda a gente se conhece em comunidades pequenas como estas, as senhoras não se sentem muito confortáveis para assumir que têm um problema com o álcool. Uma senhora partilhou com um membro do IDT que não podia entrar no encontro que estava a decorrer, porque se o marido soubesse não iria reagir bem, iria bater-lhe.. é um tema que traz muitos problemas consigo “
. Há esforços do governo ou ONG's (para além da Helpe) ou nas escolas para contrariar o problema?	“O governo criou uma comissão para discutir uma lei mais elaborada sobre a produção caseira do álcool e a sua fiscalização, mas tudo demora tempo e não é eficaz. Não há grandes respostas para este tema. “ Nas escolas o tema também não é muito abordado.... Há ainda muita falta de informação	Q’ualquer pessoa tem a sua barraca e produz como quer. As pessoas fazem as suas misturas como quiserem, sem regulamentação “
- Acha que a verba que tem alocada à comunicação em cada projeto é suficiente para que todos os objetivos neste setor sejam alcançados?	Sim, é suficiente mas “à justa”. Está é muito detalhada. Quando se desenhou o projeto, detalhou-se demasiado e alocou-se um valor para cada atividade de comunicação. E isso nem sempre é benéfico	
- Concorda com o sistema de contratação externa de empresas para elaborar as campanhas de comunicação? Ou acha que seria útil haver mais pessoal dentro da área da comunicação dentro da Helpe, que se encarregasse de fazer essas campanhas e tudo o que fosse de comunicação e design?	Há pessoas de comunicação na Helpe. No entanto estão na Sede e estão bastante sobrecarregados, por isso custa-lhe pedir muitas coisas. Só pede para coisas pontuais e simples. Acha que neste projeto o foco tem de ser muito na comunicação, por isso é importante ter verba para contratar alguém, ou uma agência.	“é importante ter verba para contratar alguém, ou uma agência. Ficar só com os recursos que temos é escasso. Idealmente o departamento de comunicação deveria ser reforçado de forma a que não tenhamos de recorrer a estes apoios externos”
- Quantas pessoas estão envolvidas do projeto? Quantos colaboradores e quais as suas funções? Quantos beneficiários?	O grupo fixo de trabalho, que reúne de 2 em 2 meses, tem 6 pessoas (Bruna, duas pessoas do IDT, 2 da área de saúde de Caué, e 1 representante da Câmara). Pensam todos nas sessões e nas formações, e distribuem o trabalho	
- Qual o nível de proximidade e confiança das mães com os colaboradores da Helpe?	Ainda estão na fase de aproximação. Há umas senhoras mais disponíveis e muito participativas. Mas no geral há abertura e receptividade para se criar esta relação	
- Qual o nível de envolvimento da comunidade com o tema e com o projeto? Estão conscientes da problemática?	Não estão, de todo. “É uma coisa tão enraizada e natural, a venda e o consumo - beber é como beber água - que não há grande consciência”; falam dos mitos do consumo da bebida “a minha avó dava-me e eu estou ótima. Os meus filhos estão bem e eu consumo. É preciso ir fazendo estas pontes das consequências a longo prazo”	Alguns exemplos que o consumo de álcool é uma característica já muito enraizada na comunidade, e normalizada aos olhos de quase todas as pessoas. Não fazem a ligação de problemas de saúde ao consumo de álcool

<p>- O que precisa de ser trabalhado e onde é preciso investir no projeto?</p>	<p>O que já investiu muito foi na relação com os parceiros, e por isso há uma boa relação. O que poderá investir mais é na aproximação de mais intervenientes... explorar a psiquiatria do hospital, a proteção social, etc. uma rede de referência tem de ser criada. Tem também de haver uma boa comunicação, que ainda é fraca</p>	<p>“É uma diferença brutal ser alguém local, que conhece a realidade, a passar a informação”</p>
<p>- Se tivesse o poder de deixar uma mensagem sobre o problema do álcool em São Tomé para que o consumo reduzisse, qual seria?</p>	<p>“É importante reforçar às comunidades que nós não vamos acabar com o álcool. Vamos sobretudo promover a saúde das futuras gerações e das crianças que são o futuro do país”; “Quando perguntamos nas escolas quem será o futuro presidente, as crianças até ficam espantadas com a pergunta. Aham sempre que há de ser alguém que não eles. E são eles o futuro” “Só sabemos que o problema é grande quando vamos desbravando terreno. Aí é que se torna ainda mais assustador. Mas é uma mudança de pensamento, e isso não se faz de um dia para o outro”</p>	<p>A ideia de não irem acabar com o álcool é importante principalmente para as famílias que subsistem dessa produção e do vinho de palma</p>

FICHAS DE ENTREVISTADOS _ TRABALHADORES DA HELPO - X

PERGUNTAS	IDEIA PRINCIPAL DAS RESPOSTAS	OBSERVAÇÕES
- Idade, nacionalidade, formação	33 anos, Portuguesa, Mestrado	
- Há quanto tempo trabalha para a ONGD? E nos projetos de São Tomé?	Começou em 2020 a trabalhar com a Helpo em São Tomé num projeto de educação	“O trabalho de terreno é muito apaixonante mas também muito exigente”
- Quais são os valores e princípios que mais valoriza na Helpo?	“A Helpo cresceu muito em pouco tempo, e o que gosto mais é o trabalho em equipa. Quer seja com a coordenação em Portugal, como entre equipa que está no terreno. Cada um de nós tem diferentes experiências e conhecimento, e por isso acabam por ser partilhas muito interessantes”	Considera que há mais cooperação e trabalho em equipa
- Qual o seu papel dentro do projeto? (desde que este é pensado, até implementado e avaliado)	Projeto em Lembá na área da educação que: capacita as equipas educativas através de formações que trabalham a parte artística, cultural e pedagógica; faz um diagnóstico e observação da realidade local, com entrevistas e focus Group com pais e educadores sobre o desenvolvimento da criança; fomentar o envolvimento parental, através de formações e de encontros, bem como aproximá-los de forma individualizada “Há sede de ter acesso a formações, a experiências, a conhecimento”	Deu vários exemplos de atividades desenvolvidas no projeto Pretende-se fazer um acompanhamento aproximado e individualizado do desenvolvimento das crianças, tanto por parte das educadores como dos pais Estão a desenhar um modelo piloto e de teste, que depois idealmente será replicado em outros jardins de infância
- Quais são as maiores dificuldades que enfrenta no seu dia a dia de trabalho?	“Por ser um projeto piloto, está muita coisa a ser criada de raiz. As relações com as educadoras, com os pais, com os parceiros demoram talvez mais a ficar fortes, e isso às vezes é uma dificuldade, não haver tanto trabalho feito neste sentido. Também as estratégias de intervenção estão constantemente a adaptar-se”	Partilhou que os aspetos culturais às vezes impedem que o planeamento seja cumprido como esperado. Diz que tem de ser tudo muito flexível, e que têm de se adaptar às realidades e tempos da comunidade
- Como vê a relação entre equipas e dentro da equipa?	A relação é muito boa. Há entre-ajuda e companheirismo, e considera as equipas multidisciplinares	Como é a única pessoa a trabalhar em educação no país acaba por discutir não só com a equipa mas também com parceiros e com outra consultoria pedagógica
- Como avaliam o vosso trabalho em rede e parceria? Contam com parcerias locais? Com o Estado? Com outras entidades?	Tem muitos parceiros e agentes chave no terreno, que a ajudam a tomar decisões, a delinear estratégias, e a pensar com outras perspetivas. Nunca está sozinha no projeto. Há um investimento muito grande tanto em criar novas parcerias como manter as existentes. “E recorremos às parcerias mesmo para tomar decisões. Há um grande envolvimento das mesmas”	“Se as pessoas não se apoderarem do projeto, não fará sentido nenhum” “Mas ainda há muito a fazer. Em São Tomé as organizações não funcionam em rede, há muito individualismo e pouca partilha. Não há nenhuma organização nem mecanismo que estabeleça essas relações, por isso temos de ser nós com relações mais informais. E por isso há um longo caminho a fazer”
- Como classificaria a comunicação da Helpo para com as comunidades?	“A comunicação é sempre um desafio. É sempre algo que desenhamos e que vai variando de projeto em projeto” “A nossa comunicação com a comunidade é muito por passar a palavra, através de elementos chave que passam mensagem a quem queremos chegar”	Estão a aprimorar os meios de comunicar com a comunidade, e a testar novas formas de passar mensagens chave. Através de recados, através de mensagens, etc

<p>- Acha que a verba que tem alocada à comunicação em cada projeto, é suficiente para que todos os objetivos neste setor sejam alcançados?</p>	<p>“Considero que este projeto até tem uma rubrica aceitável para a área de comunicação. No entanto esta área é muito lata. E para um projeto de quase 3 anos, temos que delinear claramente o que é que pretendemos”</p> <p>“No geral, essa nunca é uma prioridade das organizações. Procura-se esticar o dinheiro para mil e uma coisas, e a área de comunicação nunca é a prioritária”</p> <p>“E outro problema é que nós não somos especialistas da comunicação, eu não sei trabalhar nos programas certos e nem tenho tempo de me dedicar a isso. Quero fazer parte de toda a parte conceptual de criar e pensar nos produtos de comunicação, com os contributos e experiência do terreno”</p> <p>“Sendo que não sou especializada em comunicação, posso ter a parte conceptual da ideia, mas para pôr em prática tenho de recorrer a alguém. Às vezes esses produtos vêm de Portugal, e nós queremos usar os recursos locais - das gráficas aos artistas ou com a própria comunidade”</p> <p>“Estas coisas têm de ser discutidas no terreno. Não é criar uma estratégia para os outros. É criar uma estratégia com os outros, porque eles são quem vão beneficiar dela”</p>	<p>Optaram por fazer 5 vídeos que vão passar por valorizar aspetos culturais e da área de educação, mas como ainda sobra verba quer fazer materiais didáticos, campanha de sensibilização</p> <p>Se os produtos comunicacionais forem criados com as comunidades, eles também e irão apropriar das ideias, terão orgulho e envolvimento na ação.</p> <p>Partilhou exemplos de materiais de comunicação feitos localmente e muito valorizadas pelas comunidades</p>
<p>- Concorda com o sistema de contratação externa de empresas para elaborar as campanhas de comunicação? Ou acha que seria útil haver mais pessoal dentro da área da comunicação dentro da Helpe, que se encarregasse de fazer essas campanhas e tudo o que fosse de comunicação e design?</p>	<p>“Vejo vantagens e desvantagens das duas. Só temos pessoas de comunicação na sede, que não recorremos a muitas das coisas do Terreno”</p> <p>“As pessoas da sede são muito boas na área, mas não conhecem a realidade são-tomense. Como não há esta sensibilidade, há uma limitação ao criar-se algo adaptado a nível local. É uma mais valia ter alguém nas organizações que dê resposta a isto, se bem que isso tem recursos muito elevados. Porque estamos a falar de um recurso humano alocado a todos os projetos, mas todo o ano. Teria de se avaliar também financeiramente o que compensaria mais: se contratar externamente, se ter alguém alocado a essa função”</p>	<p>Trabalham também com uma agência no âmbito do projeto</p> <p>“É importante que as agências de comunicação sejam sensibilizadas para que possam colaborar com a área social, fazendo preços mais adaptados à realidade de uma ONG”</p>

FICHA DE ENTREVISTADO_ TRABALHADORES DA HELPO - Y

PERGUNTAS	IDEIA PRINCIPAL DAS RESPOSTAS	OBSERVAÇÕES
- Autoriza que grave um áudio da entrevista?	Sim	
- Idade, género, nacionalidade, nível de escolaridade	68 anos, formação em Nutrição, Angolana	Trabalhou muitos anos em Hospitais de São Tomé, foi coordenadora de departamentos de saúde e nutrição. Desde 2021 que trabalha em conjunto com a Helpo. Neste momento é a Supervisora Nacional
- Quem conhece que usufrua dos apoios da Helpo?	Acompanha a Bruna em idas ao terreno, e na aproximação à comunidade. Acompanha vários projetos da Helpo	
- Envolvimento com a comunidade e o projeto	Como sempre trabalhou perto de comunidades, sente uma grande facilidade no trabalho. Tem uma aceitação da população muito grande. Diz que 80% das pessoas de STP a conhecem	“Faltam muitos recursos materiais para centros de saúde. Também faltam apoios à nutrição. O trabalho assim fica mais exigente, mas tem corrido bem na mesma”
- A intervenção da Helpo passa pela capacitação?	Sim. Capacitamos médicos, enfermeiros, e agentes de saúde	É positiva relativamente ao futuro
- Há um esforço da Helpo para que exista um trabalho em parceria?	“A Helpo procura muitas parcerias com o estado ou outras organizações, tanto nacionais como internacionais”	
- Como referenciam as mães que precisam de mais apoio?	Com as equipas móveis que vão diretamente às comunidades, dá para avaliar o estado de cada mulher e definir se as mesmas e as crianças precisam de apoio.	As mães precisam de mais apoio por serem carentes economicamente, e por falta de conhecimento. Por exemplo, têm muitas oportunidades de usar produtos muito nutritivos locais, mas como não sabem estes são desaproveitados
- Sente que o problema do álcool está a ser resolvido aos poucos ou tem vindo a acentuar-se? Há esforços do governo ou ONG's ou nas escolas para contrariar o problema?	“Antes não se bebia tanto. Nunca vi tanta gente a beber como hoje, de forma tão exagerada. Há muitas mães bêbadas, e com grandes adições”. Encontra algumas crianças com Síndrome Alcoólica Fetal. “Muitas mães desmamam as crianças com bebida.” Nesses casos as mães não levavam normalmente para o hospital. “Dão bebidas alcoólicas para que as crianças durmam durante a noite.” Tem a percepção que as mulheres bebem mais que os homens. Há casos de mulheres que bebem uma grade inteira de cerveja	Tenta alertar durante as consultas para esse problema, de forma a diminuírem gradualmente. “Tem de se bater muitas vezes na mesma tecla até se mudar o comportamento”
O governo está a fazer algo para contrariar este problema?	Espera que sim, mas não vê muita coisa a acontecer	“Nunca se pode deixar morrer este tema”
- Qual o seu grau de proximidade com o projeto? Como conheceu o projeto?	Neste momento é a supervisora nacional. Acha o trabalho da Helpo muito bom, porque as pessoas são muito ativas, muito comprometidas	É o elo, o ponto de ligação entre o Ministério e a Helpo
- Sendo que este problema existe a nível nacional, como acha que devemos falar sobre ele? De que forma e em que contextos?	O mais relevante é falar das consequências, e insistir várias vezes	

Anexo J: Fichas de análise vertical –Testemunhas privilegiadas/observadores participantes (5 entrevistas)

FICHA DE ENTREVISTADO_ OBSERVADOR PRIVILEGIADO - DIRETORA DO IDT

PERGUNTAS	IDEIA PRINCIPAL DAS RESPOSTAS	OBSERVAÇÕES
- Autoriza que grave?	Sim	
- Idade,nacionalidade, nível de escolaridade	Licenciada, 45 anos, diretora do Instituto da Droga e Toxicodependencia	O IDT existe deste 2014. Foca-se na área de prevenção
- Neste momento qual é dos maiores problemas de São Tomé?	Neste momento, maior problema é do consumo de bebidas alcoólicas. Há muito consumo, e uma grande exposição e fácil acesso às bebidas. Também devido ao facto de haver muita produção de bebidas de forma caseira, que não são controladas nem fiscalizadas e cada um faz à sua maneira e ao seu preço, introduzindo coisas que às vezes nem são benéficas para a saúde.	A droga que mais está a afetar as comunidades é o álcool. “Todos os cantinhos de STP vendem álcool, a qualquer hora”
- Como é que o IDT está a tentar intervir?	Campanhas de sensibilização em escolas maioritariamente. De sala em sala à conversa com os alunos. Falam das bebidas e da sua consequência para a saúde. “Neste momento estamos a investir em crianças porque elas são o futuro do nosso país”. Também fazem sensibilizações em comunidades, onde falam das causas e consequências de beber em excesso, e focam a sua atenção nas bebidas caseiras sem controlo e muito pouco seguras.	Antes faziam em auditórios mas sentiam que não captavam a atenção, e por isso começaram a fazer de sala em sala. Sente que é mais difícil convencer adultos que crianças.
- Sente que as pessoas na comunidade estão interessadas com as campanhas e retêm as vossas mensagens mudando a mentalidade?	“É muito difícil mudar mentalidades mas o nosso trabalho é para isso. As pessoas sabem que faz mal, mas não sabem o que acontece realmente. Não sabem que as consequências ficarão no futuro”	O trabalho deles é alertar para estas consequências para o futuro, que serão sentidas mais tarde. As consequências nem sempre são visíveis logo, no momento presente.
- Levam materiais?	“Levamos imagens das consequências para elas verem. Por ex: um pulmão, um fígado, com fotos do antes e depois, para verem a diferença entre os órgãos saudáveis e afetados.”	“Temos um ditado que diz ver para crer”, e por isso a informação tem de passar essencialmente com imagens ilustrativas. Só assim haverá mudança de comportamento
- Com as crianças também levam fotografias das consequências?	“Levamos sim, e elas ficam muito espantadas. Muitas bebem à escondidas dos pais, e elas não sabem que faz esse mal. Fazem um exercício que é perguntar: o que querem ser quando forem grandes? Elas respondem. Após as respostas, eles explicam que para ter essa profissão elas precisam de estar saudáveis e depois explicam como.”	As crianças acham que um gole só às escondidas não fará mal, e eles tentam desconstruir esse pensamento. “Acredito que cada vez que vamos ao terreno vamos mudando o comportamento. Porque todas as crianças têm um sonho, e para alcançar esse sonho agora sabem que têm de estar saudáveis”
- Que serviços estão disponíveis na ilha?	Neste momento têm um gabinete de atendimento para as pessoas que querem reduzir o consumo. Têm uma psicóloga que acompanha, mas quando esta vê que a pessoa está muito dependente, reencaminha-a para o hospital, para o serviço de psiquiatria, onde as pessoas são tratadas.	Diz que em São Tomé há um Tabu em relação à psiquiatria. As pessoas acham que é para pessoas doidas, pessoas loucas, e por isso é muito difícil levar a que alguém seja lá tratado.
- O governo reúne esforços para melhorar este tema?	“O governo de STP não aposta na prevenção. Por exemplo, eles não dão ao IDT nenhuma verba, não fazem um investimento há 5 anos no nosso trabalho. O apoio que dão é só para material de secretaria e gasolina. Só subsistimos graças a apoios das Nações Unidas, da Unicef, e a algumas organizações como a Helpo” “O governo deveria reverter a sua prioridade, e apostar mais na prevenção”	São parceiros diretos da Helpo neste projeto. Eles tentam alertar o Governo para esta urgência, mas é inglório. Ela já fez um trabalho grande para lhes mostrar a necessidade desta aposta no IDT, mas não se mudou ainda nada

- Lei que está à espera de aprovação	“Como não há nenhuma lei sobre quem faz as bebidas, como vende, a que horas vende, quanto vende, está a ser criada uma lei. Mas o problema é que não basta haver uma lei... tem de haver fiscalização por parte do Governo, se não vai continuar igual”	As leis não estão a funcionar, e por isso é necessário haver mais controlo e fiscalização
- Quem consome mais?	Antigamente as mulheres não consumiam tanto. Hoje consomem mais que aos homens até. Muitas já estão dependentes, outras sofrem de violência doméstica e não conseguem denunciar porque acham que são culpadas, porque beberam e compraram bebida em vez de alimentos. Conhece muitos casos destes nas comunidades, onde as mulheres dizem que “querem parar de beber mas não conseguem”	Primeira pessoa a falar de violência doméstica. Há um sentido de impotência por não conseguirem chegar a todo o lado. Nem há serviços disponíveis para casos mais graves por isso torna-se muito difícil
- Corre bem a parceria com a Helpo?	“Está a correr muitíssimo bem, e quando vamos ao terreno no distrito de Caué apercebemo-nos que não há nenhuma informação sobre as bebidas alcoólicas. Para os jovens o álcool não é droga. Por ser permitido, acham que não é nenhuma droga”	Tentam desconstruir essa ideia e dar a conhecer que álcool também é droga. “O que temos feito é bom para consciencializar, mas não é suficiente para uma mudança de comportamento. Para haver essa mudança tem de ser uma presença sistemática” “Nem tudo fica. Algumas coisas ficam, e por isso temos de persistir. É preciso batalhar”
- Como foi a Campanha com a POPMISA, projeto com o qual também tinham parceira com a Hepo?	“A campanha correu muito bem, e hoje em dia a TVS ainda passa os episódios. A população tem acompanhado, e algumas mães já têm mudado a sua atitude quando estão grávidas ou a amamentar depois de verem as consequências. As mães falam desses episódios, e as crianças também começam elas próprias a alertar as mães”	Já são as crianças a alertar os pais, devido ao trabalho contínuo
- Para uma próxima campanha de comunicação, como é que se poderá falar com a população?	“A melhor forma de comunicar sobre o tema é falando boca a boca com a comunidade e com recurso a imagens, para ser uma forma mais visual. Uma ótima forma é também a Rádio. Os cartazes, se tiverem imagens, também chamam a atenção. Se tiver muito texto não valerá a pena. Tem de ser uma imagem para captar a atenção. O teatro tem muito sucesso, as pessoas gostam muito e a mensagem passa realmente.”	“O teatro diz tudo quando é bem feito. E capta muito mais a atenção destas comunidades”
- O que é preciso melhorar na comunicação do projeto?	O que pode ser preciso melhorar é a verba, para se fazerem mais coisas e chegar-se a mais pessoas	
- As sessões que têm sido feitas são boas para ocupar o tempo das senhoras?	“É muito bom porque enquanto elas estão nessas sessões, elas não estão a consumir. Assim mantêm-se ocupadas, e isso ajuda-as a manter afastadas do álcool”	Explicou que às vezes é difícil ser-se totalmente produtivo nas sessões, porque aparecem muito mais senhoras que o previsto. Isso é bom, mas por outro lado dificulta bastante
- Sendo um problema nacional, deve-se já alargar para todos os territórios?	“Não, devemos começar localmente e ir alargando para a escala nacional. Assim vamos ganhando experiência e vamos corrigindo e aprimorando o projeto para o alargarmos depois para outros distritos”	É um projeto piloto, que será depois utilizado para avançar para outros distritos
- Se tivesse o poder de deixar uma mensagem sobre o problema do álcool em São Tomé para que o consumo reduzisse, qual seria?	“Nós próprios temos de ganhar consciência e pensar no nosso bem estar e no da nossa família. Não podemos pensar só em nós, temos de pensar no futuro. Quando um comerciante vende bebida a uma criança, não só está a afetar a criança como também está a afetar o futuro do país. Tem de ser esse o pensamento” “O que precisa de mudar em STP é a consciência. Nós é que estamos a deixar que tudo isto aconteça. O problema está em nós e no nosso comportamento, por isso somos nós que temos de mudar”	É uma pessoa muito interessante, muito ciente dos problemas e muito ativa neste tema de mudar consciências e comportamentos

FICHA DE ENTREVISTADO_ OBSERVADOR PRIVILEGIADO - ENFERMEIRA

PERGUNTAS	IDEIA PRINCIPAL DAS RESPOSTAS	OBSERVAÇÕES
- Autoriza que grave um áudio da entrevista?	Sim	
- Idade, género, nacionalidade, nível de escolaridade	Enfermeira em Caué há 17 anos, Licenciada, São-Tomense	
- O que tem encontrado no posto de saúde em relação à problemática do álcool? Qual é a sua percepção sobre esse tema?	“Estamos numa comunidade em que muitas mães não trabalham, só fazem o trabalho doméstico e por isso como não têm nada para fazer, vão bebendo. Começam no primeiro copo, e vão bebendo lentamente até atingir um limite muito pouco saudável. É um problema bem grave”	“É muito frustrante porque muitas mães que vêm para o centro de saúde vêm altamente alcoolizadas, e o bebé acaba por morrer”
- O que fazem quando entram aqui as mães já alcoolizadas? Tentam conversar sobre as consequências do álcool?	Tentam informar as mães sobre o álcool. Uma diz que não sabem, mas a maioria diz que sabe e mesmo assim consomem. “Vamos lutando contra este tema lentamente até ao dia que isto melhora”	Afirmou que elas sabem que faz mal, mas não sabem exatamente ao que é que faz mal. Diz que pergunta diretamente às senhoras porque consomem, e elas dizem que é porque não têm mais nada para fazer, então ficam em casa a beber. “Por mais que se converse é difícil mudar o comportamento”
- O problema tem aumentado ao longo dos anos? Ou vê-se menos gente a consumir?	Quase todas as que estão daquela sala consomem. E a maioria não tem vergonha de responder isso. A maioria bebe vinho de palma	Há muitas mães que já se aperceberam que o vinho de palma tem álcool porque viram o cartaz a dizer isso no centro de saúde. Ficam espantadas. Elas lêem, e as que não sabem ler perguntam às outras senhoras e entendem porque começam a falar sobre o assunto
- Qual o seu grau de proximidade com o projeto?	Enfermeira do distrito de Caué, onde está inserido Angra Toldo. Já conhece a Helpo há vários anos em contexto de trabalho	
- Vendo de fora, sente que o projeto tem sido útil para a comunidade? Como tem ajudado estas senhoras?	“O projeto da helpo é muito importante para levar informação para as mães sobre o álcool” “Tenho sentido que este projeto tem melhorado a realidade, porque está a despertar às pessoas estes temas” “alguém está a pensar na comunidade e no futuro dessas crianças que viverão com os problemas de agora”	Na comunidade as mulheres poderão fazer outro trabalho com a ajuda da helpo, e assim já ocupam o seu tempo e não têm de consumir. Sente que a helpo tem ajudado bastante a sensibilizar e informar sobre o tema
- Acha os workshops úteis para ocupar o tempo da comunidade?	Acha muito bons porque as entretêm, e para além disso ensinam a fazer outras coisas que poderão ser a distração que precisavam	
- O Estado ou outras organizações estão a contribuir para a melhoria deste tema?	Desde sempre que a OMS e Unicef têm estado a apostar neste tema e a “lutar contra as drogas”	Essas organizações todos os anos fazem palestras e falam sobre esses temas, passando as mensagens para os técnicos. O problema é que esses agentes de saúde não chegam a toda a gente, e como as grandes organizações não vão ao encontro das comunidades, não despertam para esse tema

- Para comunicar sobre um certo assunto, que meios de comunicação acha que chegam a mais Santomenses? Rádio, TV, Teatro, Cartazes, Formações nas escolas e comunidades?	A forma mais eficaz no sul é como a Helpo está a fazer. Falar diretamente, cara a cara sobre o tema. Até pode ir com um animador comunitário que vai traduzindo a mensagem para o dialeto, para todas perceberem.	Na percepção dela, a rádio não é acessível a toda a gente, por isso o contacto direto com a comunidade é o ideal. Passar só na rádio não funciona. Também diz que o ideal é mostrar as consequências, para elas verem - por ex, o fígado, as crianças com síndrome alcoólica fetal, etc. Assim, elas conseguem ver que é real e talvez vão diminuindo aos poucos
- Se tivesse o poder de deixar uma mensagem sobre o problema do álcool em São Tomé para que o consumo reduzisse, qual seria?	“Eu diria a todas as mães de Caué que não devemos consumir porque faz mal ao organismo. Tardiamente o álcool levará a um futuro mau, por isso aquelas que não têm nada que fazer vamos tentar arranjar atividade ou um negócio para que consigam dar um futuro melhor aos filhos. Com esse dinheiro dos novos negócios vamos investir no futuro das crianças, a comprar coisas para a escola e alimentação delas que é o que realmente elas precisam.	

FICHA DE ENTREVISTADO_ OBSERVADOR PRIVILEGIADO - SECRETÁRIO DA CÂMARA

PERGUNTAS	IDEIA PRINCIPAL DAS RESPOSTAS	OBSERVAÇÕES
- Autoriza que grave um áudio da entrevista?	Sim	
- Idade, género, nacionalidade, nível de escolaridade	É de Angolares, e trabalha como secretário na Câmara de Caué há 33 anos.	
- Qual o seu grau de proximidade com o projeto? Como conheceu o projeto?	Acompanha a Helpo nas campanhas de sensibilização e distribui os subsídios a mães carentes	
- Sente que o problema do álcool está a ser resolvido aos poucos ou tem vindo a acentuar-se? Há esforços do governo ou ONG's ou nas escolas para contrariar o problema?	Muitas das mães de Caué utilizam muito álcool, e sente que algumas mães têm entendido a mensagem	Há um subsídio da Câmara para mães carentes, e este vê que quando muitas mães recebem esse apoio, gastam em álcool e não em material escolar, ou para matricular crianças, ou para alimentação - que seria o objetivo. Como são dependentes do álcool, quando se vêm com dinheiro não conseguem controlar e gastam tudo em bebida
- Vendo de fora, sente que o projeto tem sido útil para a comunidade? Como tem ajudado estas senhoras?	Sente que o problema está a diminuir graças ao trabalho da Helpo	
- Para comunicar sobre um certo assunto, que meios de comunicação acha que chegam a mais Santomenses? Rádio, TV, Teatro, Cartazes, Formações nas escolas e comunidades?	O trabalho que tem sido feito é o ideal. Falando diretamente com as pessoas. Mas para além disso, o melhor também são os cartazes. Nestas zonas a TV e rádio não têm muita expressão. Em relação ao conteúdo da mensagem, o essencial é falar sobre as consequências do álcool	O trabalho conjunto com o agente também é muito importante
- Se tivesse o poder de deixar uma mensagem sobre o problema do álcool em São Tomé para que o consumo reduzisse, qual seria?	“É preciso ter um programa. Um plano de trabalho semanal que inclua conversas com as mães”	

FICHA DE ENTREVISTADO_ OBSERVADOR PRIVILEGIADO - AGENTE DE SAÚDE

PERGUNTAS	IDEIA PRINCIPAL DAS RESPOSTAS	OBSERVAÇÕES
- Autoriza que grave um áudio da entrevista?	Sim	
- Idade, género, nacionalidade, nível de escolaridade	45 anos, são-tomense, é agente de saúde e é vinhateiro, estudou até ao 6º ano	Foi selecionado pelo ministério da Saúde para fazer este trabalho de agente de saúde, que percebe quais os pedidos e necessidades da comunidade e encaminha para respostas de saúde
- Quem conhece que usufrua dos apoios da Helpo?	A comunidade com quem trabalha, visto que o Feliciano é o agente de saúde de Angra Toldo	É uma das pessoas chave da comunidade, sendo que as pessoas recorrem ao Feliciano quando precisam de algo. É uma pessoa respeitada e estimada por todos
- Como é viver em Angra Toldo (ou são tomé caso o entrevistado não seja de Angra Toldo)? Quais são as maiores dificuldades que se sentem?	A dificuldade maior é a água potável, que não existe. As pessoas dão-se normalmente, mas há alguma confusão	Falou também da violência, mas diz que antes ainda era pior
- Sente que o problema do álcool está a ser resolvido aos poucos ou tem vindo a acentuar-se? Há esforços do governo ou ONG's ou nas escolas para contrariar o problema?	A questão do álcool tem vindo a melhorar porque ultimamente não há tanta confusão. Mas as pessoas bebem muito vinho da palma, normalmente. As grávidas não bebem tanto quando são jovens	
- Qual o seu grau de proximidade com o projeto? Como conheceu o projeto?	Conheceu a Helpo através da M, que é de projetos de Nutrição da Helpo	
- Vendo de fora, sente que o projeto tem sido útil para a comunidade? Como tem ajudado estas senhoras?	Tem sido bastante importante para a comunidade, deviam continuar a existir as sessões	“Mesmo na pedra rija, a água bate tanto tanto até que fura”, é a sua perspetiva em relação ao trabalho de persistência da Helpo
- Como é que comunica às pessoas sobre o projeto, quando a Bruna lhe liga?	Este sabe onde é que as senhoras normalmente costumam estar, então comunica a informação e depois elas passam informação umas entre as outras	Não vai pela comunidade comunicar a toda a gente, comunica só a algumas pessoas e espera que a mensagem se espalhe
- Para comunicar sobre um certo assunto, que meios de comunicação acha que chegam a mais Santomenses? Rádio, TV, Teatro, Cartazes, Formações nas escolas e comunidades?	É importante passar na televisão e fazer cartazes. A maioria das pessoas tem TV, e apanha-se TVS. Muita gente tem rádio também, por isso é bom comunicar por todos esses meios. As pessoas têm também os cartazes	Perguntei-lhe: “qual dos meios acha melhor?” ao que ele respondeu “todos são importantes, todos são comunicação”
- Se tivesse o poder de deixar uma mensagem sobre o problema do álcool em São Tomé para que o consumo reduzisse, qual seria?	“Não exagerem. Bebam pouco a pouco, porque tudo o que é demais faz mal”	

FICHA DE ENTREVISTADO_ OBSERVADOR PRIVILEGIADO - ADJUNTO DE SAÚDE

PERGUNTAS	IDEIA PRINCIPAL DAS RESPOSTAS	OBSERVAÇÕES
- Autoriza que grave um áudio da entrevista?	Sim	
- Idade, género, nacionalidade, nível de escolaridade	38 anos, sabe ler e escrever, é agente de saúde e vinhateiro	A maioria dos homens em Angra Toldo trabalha como vinhateiro. Diz que apesar de ser também agente de saúde, a maior parte das pessoas recorre ao Feliciano quando precisa de algo
- Como é viver em Angra Toldo (ou são tomé caso o entrevistado não seja de Angra Toldo)? Quais são as maiores dificuldades que se sentem?	Os principais problemas são a falta de emprego e o alcoolismo. Tanto homens e mulheres como grávidas, bebem	Ele tenta falar com as pessoas sobre o excesso, mas elas não ligam
- No seu núcleo de família e amigos, vê muita gente a beber álcool em excesso?	Toda a gente bebe vinho de palma no seu núcleo. O próprio também bebe 2 litros por dia, porque já está habituado	Diz não ficar mal demais devido à bebida, na sua perspectiva é tudo normal
- Sabe quais são as consequências do álcool em excesso?	Sabe e costuma passar a informação como agente de saúde	
- Vendo de fora, sente que o projeto tem sido útil para a comunidade? Como tem ajudado estas senhoras?	Sente que tem sido útil, e que é importante existirem mais sessões de sensibilização	
- Fala do projeto a outras pessoas? Quando vê uma senhora que acha que pode usufruir do projeto, fala-lhe sobre ele?	Faz parte do trabalho dele comunicar com as senhoras sobre as sessões que vão sendo feitas pela Helpeo	Este avisa apenas ao núcleo mais próximo, daí muitas não saberem
- Para comunicar sobre um certo assunto, que meios de comunicação acha que chegam a mais Santomenses? Rádio, TV, Teatro, Cartazes, Formações nas escolas e comunidades?	Seria bom andar porta a porta a falar com as pessoas. A televisão e rádio também acha útil. Os cartazes também considera uma boa forma de comunicar	Ele próprio viu a campanha de POPMISA e gostou
- Se tivesse o poder de deixar uma mensagem sobre o problema do álcool em São Tomé para que o consumo reduzisse, qual seria?	“Se bebem dois litros, diminuem porque o álcool é uma droga que estraga o copo, os órgãos e gera confusões”	

Anexo K: Fichas de análise vertical – Participantes (15 entrevistas)

FICHA DE ENTREVISTADO_ PARTICIPANTE B

PERGUNTAS	IDEIA PRINCIPAL DA RESPOSTA	OBSERVAÇÕES
- Autoriza que grave um áudio da entrevista?	Sim	
- Idade, nacionalidade, escolaridade?	34 anos, São-tomense, não sabe ler nem escrever	Não consegue perceber as infos dos cartazes por não saber ler
- Com quem vive? Quantos filhos tem? Trabalha? Há mais alguém que trabalhe em sua casa?	Vive desde criança em Angra Toldo, tem três filhos: um rapaz de 21, uma rapariga de 19 e outra de 14. Um filho morreu pequeno. Trabalha no mato - Satocao. Deixou de trabalhar lá por causa da sua saúde quando perdeu o bebé, e começou o marido a trabalhar lá.	Sempre viveu naquela realidade, e tudo o que vive é normal aos seus olhos
- Quais as suas principais dificuldades e necessidades? O que sente que faz falta à sua família? Tem ajuda familiar?	Não sente problemas nem dificuldades; já perdeu um bebé e teve problemas de saúde, mas resolveu. O bebé nasceu com uma deficiência nas costas e morreu passado um tempo	Não explicou bem a deficiência ou a razão da morte do bebé, mas pareceu que era algo físico, de deformação óssea
- Qual é a sua rotina e como passa o seu tempo?	Fica em casa, limpa, vai ao rio lavar roupa, vende búzios na estrada	Acha o seu dia a dia muito normal
- O que gostaria que melhorasse ou mudasse na sua vida?	“Está tudo bem”	
- Gostou dos workshops da Helpe? Gostaria de ter mais deste género para ocupar tempo?	Gostou, e gostava que houvessem mais sessões de conversa	Gosta da presença da Helpe
- Acha que este projecto é importante e útil para a comunidade e para vocês?	“Sim, quero que continuem”	
- Quanto bebe diariamente? Qual é a principal razão de beber?	Bebe 2 litros por dia; para “ficar bem”	Eram 11 da manhã e já tinha bebido 1 litro
- Sente que precisa de mudar hábito? Ou acha que o seu consumo é saudável? Acha que ao beber prejudica alguma coisa na sua vida? Sabe quais são as consequências do álcool?	Acha que não faz mal, porque na sua perspetiva não bebe muito. Mas sabe que só se devia beber uma caneca por dia, “só um pedacinho”	Queria que bebesse com ela uma caneca, não faria mal nenhum. Insistiu bastante. Pareceu consciente de que o álcool criava problemas de saúde, mas não achava estar a beber demasiado
- Acha que em Angra Toldo se bebe muito álcool? Quem bebe mais? Homens ou Mulheres? A partir de que idade se começa a beber?	“Muita gente bebe, homens e mulheres. As pessoas que bebem mais criam confusões e discussões, insultam e falam muito mal com toda a gente. As grávidas e as mulheres a amamentar também bebem, e “caem no chão” e alguém tem de carregar. As crianças não bebem”	Foi sincera ao dizer que ela própria também criava confusão quando se “metiam” com ela
- Qual é a bebida que consome mais?	Vinho de Palma	
- Sabia que o vinho de palma tem álcool? (se amamentar...) a sua criança bebe? (vai dizer que não, mas explicar a ligação)	Tem álcool mas não é muito, por isso não cria problemas	Acha que o vinho de palma não tem problema nenhum, é como se não tivesse álcool quase
- Tem TV em casa? E rádio?	Não tem TV; não tem Rádio	
- Qual é a forma mais direta de informar sobre assuntos com comunidades como Angra Toldo? Imprimindo cartazes? Ou rádio? Ou TV? Ou passa a palavra? Ou falar nas escolas sobre o assunto? Ou teatro?	O filho, irmão e cunhado lêem os cartazes por ela porque não sabe ler, mas ela pede sempre que lhe expliquem a informação	Parece interessada com os cartazes, por pedir sempre que lhe traduzam as infos mesmo não conseguindo ler
- Se tivesse o poder de deixar uma mensagem sobre o problema do álcool em São Tomé para que o consumo reduzisse, qual seria?	“Quem bebe muito tem de beber pouco. Faz mal ao organismo”	Não sabia as consequências, ou a que órgãos fazia mal

FICHA DE ENTREVISTADO_ PARTICIPANTE N

PERGUNTAS	IDEIA PRINCIPAL DA RESPOSTA	OBSERVAÇÕES
- Autoriza que grave um áudio da entrevista?	Sim	
- Idade, género, nacionalidade, nível de escolaridade, sabe ler e escrever?	45 anos, são-tomense, vivia em porto alegre e mudou-se para angra toldo quando se juntou. Sabe ler e escrever o básico, tem até ao 4º ano	
- Com quem vive? Quantos filhos tem?	Tem 5 filhos e vive com todos e com o marido. O mais novo tem 5 anos	A menina de 5 anos não está na escola e não há jardim de infância no local
- Quais as suas principais dificuldades e necessidades? O que sente que faz falta à sua família? Tem ajuda familiar?	Costuma ter tudo sem problemas, o dinheiro que fazem dá para comer e viver	
- Qual é a sua rotina e como passa o seu tempo?	Vai à cidade comprar coisas para vender no seu quiosque: óleo, azeite... fica no quiosque a vender o dia todo. O marido trabalha na Satocao	Muita gente trabalha nesta empresa de cacau em Morro Peixe, Satocao
- Como é viver em Angra Toldo? Quais são as suas maiores dificuldades em Angra Toldo? Sente que a comunidade é unida para ultrapassar os problemas?	Gostava do ambiente, mas diz que agora toda a gente bebe demais e começam-se a insultar	Ela não gosta do abuso e da agressividade das pessoas que estão alcoolizadas
- Gostou dos workshops da Helpo? Gostaria de ter mais deste género para ocupar tempo?	Não foi a algumas sessões, porque não sabia que tinham existido. Gostava de aprender mais sobre costura	A vizinha avisou de uma das sessões, mas ela mesmo assim não soube de todas. Acha que a forma mais eficaz é o de passa a palavra, e avisos entre vizinhos
- Sabia que o tema do álcool na gravidez e na amamentação é uma preocupação da Helpo?	O doutor avisa as grávidas sobre os problemas, mas elas continuam a beber mesmo assim	
- Quanto bebe diariamente? Qual é a principal razão de beber?	1 litro por dia; "para ficar alegre"	Não acha que fique com problemas de saúde devido ao álcool
- Sente que precisa de mudar hábito? Ou acha que o seu consumo é saudável? Acha que ao beber prejudica alguma coisa na sua vida? Sabe quais são as consequências do álcool?	Não sente que seja um problema	Há muita gente a comprar no seu quiosque de todas as bebidas. Ofereceu-me várias vezes bebida
- Acha que em Angra Toldo se bebe muito álcool? Quem bebe mais? Homens ou Mulheres? A partir de que idade se começa a beber?	"Homens bebem muito, mas mulheres nem tanto. A mulher só gosta de vinho de palma. As grávidas também bebem. Crianças não bebem."	Quando ela disse que as mulheres só bebiam vinho de palma, eu disse que isso tinha na mesma álcool. Ela começou-se a rir muito, a perguntar se o vinho de palma tinha mesmo álcool
- Qual é a bebida que consome mais? Vinho de palma, vinho tinto, cerveja, aguardente?	Vinho de palma	Acha que não faz mal porque nem tem álcool
- Como é que sabem quando a Helpo vem cá? Quem é que a avisa?	Às vezes a vizinha	
- Todas as mulheres da comunidade sabem sobre o projeto? São avisadas por quem?	Nem todas sabem. Ela foi avisada de algumas pela vizinha	
- Tem TV em casa? E rádio?	Não tem TV; Não tem rádio	Sabe das notícias pelos vizinhos
- Se tivesse o poder de deixar uma mensagem sobre o problema do álcool em São Tomé para que o consumo reduzisse, qual seria?	"Não bebam muito porque faz mal"	Não soube aprofundar, quando lhe perguntei ao que é que fazia mal

FICHA DE ENTREVISTADO_ PARTICIPANTE C

PERGUNTAS	IDEIA PRINCIPAL DA RESPOSTA	OBSERVAÇÕES
- Autoriza que grave um áudio da entrevista?	Sim	
- Idade, género, nacionalidade, nível de escolaridade, sabe ler e escrever?	49, Sabe ler e escrever, fez até ao 7º ano, sempre viveu na comunidade de Angra Toldo	
- Com quem vive? Quantos filhos tem? Trabalha? Há mais alguém que trabalhe em sua casa?	Vive com marido e 4 filhos, que já são crescidos e trabalham. Só um é que ainda estuda. Estão todos organizados. Ela tem o negócio que vende bem, mas quebrou por causa do covid. O marido é pescador e traz peixe para ela vender	Todos os filhos trabalham, e ela tem o negócio do quiosque. O filho mais novo está a acabar o secundário, outro é pescador, outra é professora
- Quais as suas principais dificuldades e necessidades? O que sente que faz falta à sua família? Tem ajuda familiar?	Dificuldades com o covid, o negócio ficou "frio" porque as pessoas têm menos dinheiro para comprar	Tem uma estrutura familiar forte, e uma boa base de sustento devido ao seu negócio
- Qual é a sua rotina e como passa o seu tempo?	Quisque desde as 4 da manhã até as 21h, quando tem peixe vai vender à cidade	Diz não ter tempo para mais nada por causa do trabalho
- Como é viver em Angra Toldo? Quais são as suas maiores dificuldades em Angra Toldo? Sente que a comunidade é unida para ultrapassar os problemas?	Gosta de viver lá e não sente que existam problemas. Não tem problemas com ninguém, é amiga de todos	Apaziguadora, e muito respeitada pela comunidade ao que parece
- Gostou dos workshops da Helpe? Gostaria de ter mais deste género para ocupar tempo?	Gosta muito das conversas. Gostava que existissem mais, porque são importantes. Gosta mais dos de culinária	Diz se importante falar e conversar em sessões para se saber o que se passa, o que existe, o que se tem de melhorar
- Costuma participar e contribuir para os workshops, e partilhar o que sabe?	Costuma partilhar, para orientar as outras mulheres e explicar-lhes	Tem um sentido de comunidade e entre ajuda muito assente nela
- Sabia que o tema do álcool na gravidez e na amamentação é uma preocupação da Helpe?	Ela sabe e as grávidas também sabem, mas bem na mesma	Olha para elas com julgamento
- Acha que este projecto é importante e útil para a comunidade e para vocês?	Sim, é importante	
- Com quantos anos experimentou beber pela primeira vez? Com que idade é que começou a beber com mais frequência? Quanto bebe diariamente? Qual é a principal razão de beber?	Só já em adulta, e bebe apenas para acompanhar a refeição ou quando não há movimento no quiosque para refrescar um pouco. 1 cerveja, ou 1/2 copos de vinho	
- Sente que precisa de mudar hábito? Ou acha que o seu consumo é saudável? Sabe quais são as consequências do álcool?	Bebe pouco. Sabe quais são as consequências do álcool	
- Acha que em Angra Toldo se bebe muito álcool? Quem bebe mais? Homens ou Mulheres? A partir de que idade se começa a beber?	Todos bebem, até crianças/jovens, a partir dos 15 anos. Sabe que é um grande problema da comunidade, e que cria adição física. Ficam agressivos. "As pessoas bebem a qualquer hora do dia, e os homens muito ao fim de semana"	As crianças já sabem que não podem ir comprar ao quiosque dela porque ela se zanga com eles. Vão a outros sítios
- Qual é a bebida de consome mais? Vinho de palma, vinho tinto, cerveja, aguardente?	Cerveja e Vinho de Palma	Diz que tem negócio e que por isso não pode beber, tem responsabilidades
- Sabia que o vinho de palma tem álcool?	Sim, sabe	
- Como é que sabem quando a Helpe vem cá dar um workshop? Quem é que a avisa?	O agente de saúde é que costuma avisar as pessoas, mas nem todas as pessoas são avisadas e ele só avisa algumas sessões	Deu a entender que a comunicação não é muito eficaz... a informação não chega no todo e a todos

<p>- Falam destes encontros em reuniões ou conversas da comunidade? Vai à missa a alguma igreja? (se sim) Achava útil que as formações fossem anunciadas no final da missa?</p>	<p>O padre quando celebra a missa e as irmãs quando lá vão falam sobre o assunto, alertam, e “ralham” aos pais que dão às crianças ou às mães grávidas que bebem</p>	<p>É muito consciente de todos os problemas relacionados com o álcool, e não compreende porque é que as pessoas consomem tanto sabendo o quão prejudica</p>
<p>- Tem TV em casa? E rádio? Como sabe das notícias nacionais?</p>	<p>Sim, tem TV; Sim, tem Rádio</p>	
<p>- Ouve rádio? Vê TV? Apanha a TVS ou só canais estrangeiros? Lê os cartazes que andam espalhados por aí? Tem telemóvel? E internet?</p>	<p>Vê mais TV, vê TVS</p>	<p>Viu a campanha da POPMISA, e diz que não gostou porque o que eles estavam a fazer teatro e ela não gosta</p>
<p>- Qual é a forma mais direta de informar sobre assuntos com comunidades como Angra Toldo? Imprimindo cartazes? Ou rádio? Ou TV? Ou passa a palavra? Ou através de um encarregado? Ou falar nas escolas sobre o assunto? Ou teatro?</p>	<p>A televisão passa melhor a mensagem, mas não através do teatro pois é assunto sério. Ela também lê os cartazes, para se informar</p>	
<p>- Se tivesse o poder de deixar uma mensagem sobre o problema do álcool em São Tomé para que o consumo reduzisse, qual seria?</p>	<p>“ O álcool prejudica a saúde, não bebam. O álcool mata.”</p>	<p>Muito consciente das consequências do álcool</p>

FICHA DE ENTREVISTADO_ PARTICIPANTE G

PERGUNTAS	IDEIA PRINCIPAL DA RESPOSTA	OBSERVAÇÕES
- Autoriza que grave um áudio da entrevista?	Sim	
- Idade, género, nacionalidade, nível de escolaridade, sabe ler e escrever?	29 anos, nunca foi à escola	A mãe nunca a pôs na escola
- Com quem vive? Quantos filhos tem? Trabalha? Há mais alguém que trabalhe em sua casa?	4 filhos; não trabalha, e o marido é vinhateiro	
- Quais as suas principais dificuldades e necessidades? O que sente que faz falta à sua família? Tem ajuda familiar?	A maior dificuldades “é o ambiente da zona”. “Aqui é diferente, as pessoas são esquisitas umas com as outras, não se dão”	Diz que não tem muitas amigas, que há muitas intrigas e que não há união. “Mesmo a avisar sobre as sessões elas não partilham”
- Qual é a sua rotina e como passa o seu tempo?	Vai ao rio lavar roupa, volta a casa para fazer as refeições, e depois volta para a cama	Enquanto descansa bebe vinho de palma
- Como é viver em Angra Toldo? Quais são as suas maiores dificuldades em Angra Toldo? Sente que a comunidade é unida para ultrapassar os problemas?	Gostava que houvesse mais união, mais compreensão. Quer mostrar que angra toldo é pequeno, mas que se podem unir para melhorar os problemas	Gostava de ser mais prestável, a avisar as pessoas sobre as sessões. O agente de saúde é que ajuda mais as pessoas
- Como conheceu a Helpo?	Conheceu através das sessões	Diz gostar muito da Bruna
- Gostou dos workshops da Helpo? Gostaria de ter mais deste género para ocupar tempo?	Gosta muito das sessões e gosta mais de culinária	
- Acha que este projecto é importante e útil para a comunidade e para vocês?	Acha muito importante e diz que deviam existir mais, com mais frequência	Mais uma pessoa que diz que é preciso ser assíduo nas idas ao terreno
- Com quantos anos experimentou beber pela primeira vez? Com que idade é que começou a beber com mais frequência? Quanto bebe diariamente? Qual é a principal razão de beber?	Bebe todos os dias quando está a descansar, mas sente que é perfeitamente normal porque não bebe assim tanto	
- Sente que precisa de mudar hábito? Ou acha que o seu consumo é saudável? Acha que ao beber prejudica alguma coisa na sua vida? Sabe quais são as consequências do álcool?	Não considera ter nenhum hábito errado	Diz que a maioria das pessoas não sabe quais as consequências de beber álcool em excesso. “É muito importante falar disso”
- Acha que em Angra Toldo se bebe muito álcool? Quem bebe mais? Homens ou Mulheres? A partir de que idade se começa a beber?	Vê muita gente a beber. “Bebem vinho para distrair, mas vinho não é distrair. Vinho prejudica pessoa. Quando se bebe demais, fala-se mal e faz barulho com pessoa. Faz coisas que não deve fazer”. “Bebem todos, homens e mulheres. Começam a beber com 20 anos.”	Todas referem as confusões que o vinho provoca, falam mais desta consequência do que das consequências de saúde
- Qual é a bebida que consome mais? Vinho de palma, vinho tinto, cerveja, aguardente?	Vinho de palma	Diz que o marido vende tudo na ponte, não leva para casa
- Sabia que o vinho de palma tem álcool?	Sim sabe, “pessoa fica feia quando bebe”	
- Como é que sabem quando a Helpo vem cá dar um workshop? Quem é que a avisa?	A vizinha ou o agente costumam avisar, mas é pouco eficiente	Diz que as outras pessoas não são avisadas. Mas agora que a Bruna tem o telemóvel dela, esta vai começar a avisar
- Todas as mulheres da comunidade sabem sobre o projeto? São avisadas por quem?	O agente de saúde é que costuma avisar	

- Falam destes encontros em reuniões ou conversas da comunidade? Vai à missa a alguma igreja? (se sim) Achava útil que as formações fossem anunciadas no final da missa?	Era das testemunhas de Jeová, e é proibido beber: é pecado. Deixou de frequentar a igreja pois já não lhe fazia sentido	“A maior parte das pessoas é da igreja evangélica, onde não é pecado beber”
- Como acha que se deve comunicar a todas as senhoras estas sessões? Através de alguma pessoa da comunidade? Ou por outro meio?	Através do agente, ou ela mesma pode começar a avisar todas	
- Tem TV em casa? E rádio?	Não tem TV; mas tem rádio	Ouve bastante rádio
- Ouve rádio? Vê TV? Apanha a TVS ou só canais estrangeiros? Lê os cartazes que andam espalhados por aí? Tem telemóvel? E internet?	Lê os cartazes, para entender o que está no papel. Mas como não sabe ler, chama alguém para lhe explicar	Quase todas as que não sabem ler, pedem que lhe traduzam
- Qual é a forma mais direta de informar sobre assuntos com comunidades como Angra Toldo? Imprimindo cartazes? Ou rádio? Ou TV? Ou passa a palavra? Ou através de um encarregado? Ou falar nas escolas sobre o assunto? Ou teatro?	As sessões são importantes para informar. A rádio é útil e muita gente ouve.	Diz que há pessoas que, quando se fala das consequências do álcool, dizem que “é mentira”. Que o álcool só serve para distrair e que não faz mal.
- Se tivesse o poder de deixar uma mensagem sobre o problema do álcool em São Tomé para que o consumo reduzisse, qual seria?	“O corpo fica feio. Dá doença de fígado, febre tifóide, o corpo não alimenta bem, fica sem força” “É melhor deixar porque faz mal, seja adulto seja criança”	É muito querida e prestável, acompanhava-me para todo o lado e gostava muito de sentir que contribuía

FICHA DE ENTREVISTADO_ PARTICIPANTE H

PERGUNTAS	IDEIA PRINCIPAL DA RESPOSTA	OBSERVAÇÕES
- Autoriza que grave um áudio da entrevista?	Sim	
- Idade, género, nacionalidade, nível de escolaridade, sabe ler e escrever?	29 anos, nasceu em Angra Toldo, não sabe ler nem escrever	Muito tímida, fala muito pouco
- Com quem vive? Quantos filhos tem? Trabalha? Há mais alguém que trabalhe em sua casa?	Tem 6 filhos, o mais novo de 15 anos. Vive com o marido. Ela vende coco e búzio. Compra ali e vende na cidade. O marido é vinhateiro	Teve o primeiro filho com 16 anos
- Qual é a sua rotina e como passa o seu tempo?	Vai ao rio, faz a lide doméstica, compra o búzio na praia e vai vender à cidade	
- Como é viver em Angra Toldo? Quais são as suas maiores dificuldades em Angra Toldo? Sente que a comunidade é unida para ultrapassar os problemas?	Gosta de viver na zona, não tem nenhum problema	
- Gostou dos workshops da Helpe? Gostaria de ter mais deste género para ocupar tempo?	Não foi a nenhum porque não sabia. Mas gostava de começar a ir	Vive ao pé da ponte e muitas vezes não é avisada porque mora mais longe
- Com quantos anos experimentou beber pela primeira vez? Com que idade é que começou a beber com mais frequência? Quanto bebe diariamente? Qual é a principal razão de beber?	Bebe 1 litro, 1 litro e meio por dia. Bebe "porque gosta"	Sabe que o álcool faz mal mas não sabe as consequências
- Sente que precisa de mudar hábito? Ou acha que o seu consumo é saudável? Acha que ao beber prejudica alguma coisa na sua vida? Sabe quais são as consequências do álcool?	Diz que não bebe muito. Não fica agressiva, diz-se "controlada". Não sabe quais são as consequências do álcool	O marido também bebe
- Acha que em Angra Toldo se bebe muito álcool? Quem bebe mais? Homens ou Mulheres? A partir de que idade se começa a beber?	"Bebem todos muito, mas os homens bebem mais"	
- Qual é a bebida de consome mais?	Vinho de palma	
- Sabia que o vinho de palma tem álcool? (se amamentar...) a sua criança bebe? (vai dizer que não, mas explicar a ligação)	Sim, sabia	
- Todas as mulheres da comunidade sabem sobre o projeto? São avisadas por quem?	Nem todas são avisadas	Ela própria não sabia
- Tem TV em casa? E rádio? Como sabe das notícias nacionais?	Não tem eletricidade; Não tem TV; Não tem rádio	Não sabe as informações porque nem pergunta a ninguém
- Ouve rádio? Vê TV? Apanha a TVS ou só canais estrangeiros? Lê os cartazes que andam espalhados por aí? Tem telemóvel? E internet?	Não leria os cartazes porque não sabe ler. Nem o marido sabe	Não perguntaria a ninguém as informações de um cartaz. Parecia não estar a vontade para tal
- Se tivesse o poder de deixar uma mensagem sobre o problema do álcool em São Tomé para que o consumo reduzisse, qual seria?	"Não bebam muito, para ficarem felizes"	

FICHA DE ENTREVISTADO_ PARTICIPANTE D

PERGUNTAS	IDEIA PRINCIPAL DA RESPOSTA	OBSERVAÇÕES
- Autoriza que grave um áudio da entrevista?	Sim	
- Idade, género, nacionalidade, nível de escolaridade, sabe ler e escrever?	44 anos, em Angra Toldo desde os 17 anos, não sabe ler nem escrever; 3ª classe	
- Com quem vive? Quantos filhos tem? Trabalha? Há mais alguém que trabalhe em sua casa?	Vive com o marido, e com os filhos que estão a estudar. Ela faz bolos em casa e vende na estrada. Vende "leve leve", não tem pressa para sair. O marido é vinhateiro	Os filhos estão na escola de Angra Toldo. O negócio não é suficiente para subsistir.
- Quais as suas principais dificuldades e necessidades? O que sente que faz falta à sua família? Tem ajuda familiar?	Precisa de ajuda para vender mais, e para conseguir mais dinheiro para comprar os ingredientes. "Custa bué, é difícil"	Gostava de ser mais produtiva no trabalho para ter uma melhor vida
- Qual é a sua rotina e como passa o seu tempo?	Passa a manhã a cozinhar para depois vender, vai ao rio lavar roupa, cozinha, vende na estrada	
- Como é viver em Angra Toldo? Quais são as suas maiores dificuldades em Angra Toldo? Sente que a comunidade é unida para ultrapassar os problemas?	Gosta de viver em Angra Toldo. Gosta das pessoas, diz que não há muita confusão	
- O que gostaria que melhorasse ou mudasse na sua vida?	Ter mais rendimento para viver melhor	
- Gostou dos workshops da Helpo? Gostaria de ter mais deste género para ocupar tempo?	Gosta. Foi às sessões e gosta de culinária e pastelaria. Gostava de aprender mais receitas	
- Costuma participar e contribuir para os workshops, e partilhar o que sabe? Ou é mais ouvir e aprender?	Também gosta de mostrar o que pensa	É assertiva a falar, mostra a sua opinião sem rodeios
- Sabia que o tema do álcool na gravidez e na amamentação é uma preocupação da Helpo?	Sim, bebem todas	"As grávidas não se preocupam"
- Sente que precisa de mudar hábito? Ou acha que o seu consumo é saudável? Acha que ao beber prejudica alguma coisa na sua vida? Sabe quais são as consequências do álcool?	Sabe quais as consequências. Diz que o álcool é para destruir. E que as pessoas ficam agressivas quando bebem, "falam mal "	Não tem problemas com consumo excessivo
- Acha que em Angra Toldo se bebe muito álcool? Quem bebe mais? Homens ou Mulheres? A partir de que idade se começa a beber?	"Todos bebem. Bebem demais e depois passam vergonhas e insultam, exibem-se. As crianças não bebem"	Diz que nem vale a pena conversar quando as pessoas estão alteradas
- Qual é a bebida que consome mais? Vinho de palma, vinho tinto, cerveja, aguardente?	Não bebe. Só um copo quando é dia de festa. Nunca bebeu diariamente. Quando bebe um copo é de vinho de palma	Bebe ocasionalmente
- Sabia que o vinho de palma tem álcool?	Sim, sabia	
- Como é que sabem quando a Helpo vem cá dar um workshop? Quem é que a avisa?	Foram os técnicos da Helpo que avisaram	Diz que deviam avisar mais cedo
- Todas as mulheres da comunidade sabem sobre o projeto? São avisadas por quem?	Nem todas sabem porque estão nas suas tarefas diárias e não são avisadas	Uma vez não conseguiu ir porque estava no rio. "Eles têm de vir a uma boa hora, e marcar antes"
- Tem TV em casa? E rádio? Como sabe das notícias nacionais?	Tem TV; Vê TVS; Tem rádio	Assistiu à campanha do POPMISA, e gostou. Riu-se muito

<p>- Qual é a forma mais direta de informar sobre assuntos com comunidades como Angra Toldo? Imprimindo cartazes? Ou rádio? Ou TV? Ou passa a palavra? Ou através de um encarregado? Ou falar nas escolas sobre o assunto? Ou teatro?</p>	<p>É melhor falar pela rádio. Quem sabe ler consegue perceber bem os cartazes, e faz sentido existirem</p>	<p>Os cartazes são bons só para quem sabe ler, segundo a sua opinião</p>
<p>- Se tivesse o poder de deixar uma mensagem sobre o problema do álcool em São Tomé para que o consumo reduzisse, qual seria?</p>	<p>"Álcool destrói. As mulheres não ficam boas mais, ficam feias por fora e por dentro. Não bebam"</p>	<p>Não sabe bem quais as consequências. As crianças que estavam perto também disseram que na escola falam muito sobre o tema</p>

FICHA DE ENTREVISTADO_ PARTICIPANTE E

PERGUNTAS	IDEIA PRINCIPAL DA RESPOSTA	OBSERVAÇÕES
- Autoriza que grave um áudio da entrevista?	Sim	
- Idade, género, nacionalidade, nível de escolaridade, sabe ler e escrever?	22 anos, quando casou mudou-se para Angra Toldo, andou na escola até ao sétimo. Saiu porque engravidou, com 16 anos	
- Com quem vive? Quantos filhos tem? Trabalha? Há mais alguém que trabalhe em sua casa?	Marido e filhos. O marido é vinhateiro e vende o vinho na ponte	Há dias melhores e piores para o negócio
- Quais as suas principais dificuldades e necessidades? O que sente que faz falta à sua família? Tem ajuda familiar?	Às vezes sente falta de dinheiro para comprar comida	Falou muito da falta de dinheiro e comida
- Qual é a sua rotina e como passa o seu tempo?	Vai para o rio de manhã lavar pratos, lava roupa, e depois vende bolinhos à tarde	
- O que gostaria que melhorasse ou mudasse na sua vida?	Gostava de conseguir viver com mais dinheiro	Ter mais para dar aos filhos
- Gostou dos workshops da Helpe? Gostaria de ter mais deste género para ocupar tempo?	Gostou de todas as sessões, mas gosta mais da culinária	Gosta muito de cozinhar
- Sabia que o tema do álcool na gravidez e na amamentação é uma preocupação da Helpe?	As grávidas bebem muito, e diz que elas sabem. Não se pode conversar porque as pessoas ficam zangadas e agressivas	
- Acha que este projecto é importante e útil para a comunidade e para vocês?	Sim, é bom continuar	Gosta muito de aprender
- Com quantos anos experimentou beber pela primeira vez? Com que idade é que começou a beber com mais frequência? Quanto bebe diariamente? Qual é a principal razão de beber?	Bebia vinho tinto e cerveja, mas ficava com muitas dores de cabeça. "A cabeça dói bué"	Quando estava a começar a beber, aos 20 anos, não gostou dos efeitos e parou
- Acha que em Angra Toldo se bebe muito álcool? Quem bebe mais? Homens ou Mulheres? A partir de que idade se começa a beber?	Bebem os dois, homens e mulheres. As crianças também bebem a partir dos 18, vinho da palma e cerveja	
- Como é que sabem quando a Helpe vem cá dar um workshop? Quem é que a avisa?	Ela viu o movimento, e a X chamou-a	Foi por acaso que ela soube das sessões, foi só porque costuma estar por ali
- Falam destes encontros em reuniões ou conversas da comunidade? Vai à missa a alguma igreja? (se sim) Achava útil que as formações fossem anunciadas no final da missa?	O padre fala sobre este problema e diz para as pessoas diminuírem	"Na igreja evangélica não é proibido beber. Só não se pode beber muito"
- Tem TV em casa? E rádio? Como sabe das notícias nacionais?	Tem TV; não tem rádio	
- Ouve rádio? Vê TV? Apanha a TVS ou só canais estrangeiros? Lê os cartazes que andam espalhados por aí? Tem telemóvel? E internet?	Vê TVS	Gosta muito de televisão. Só apanha a cobertura nacional
- Qual é a forma mais direta de informar sobre assuntos com comunidades como Angra Toldo? Imprimindo cartazes? Ou rádio? Ou TV? Ou passa a palavra? Ou através de um encarregado? Ou falar nas escolas sobre o assunto? Ou teatro?	Através da televisão ou da rádio. Mas a televisão é melhor porque se vê. Os cartazes também são bons para se ler	Acha mais apelativo a TV, porque mostra às pessoas. Mas os cartazes também são bons para informar
- Se tivesse o poder de deixar uma mensagem sobre o problema do álcool em São Tomé para que o consumo reduzisse, qual seria?	"Podem beber mas não exagerar. Não têm bebida a crianças. As grávidas também podem beber mas pouco para não aleijar o bebé"	

FICHA DE ENTREVISTADO_ PARTICIPANTE I

PERGUNTAS	IDEIA PRINCIPAL DA RESPOSTA	OBSERVAÇÕES
- Autoriza que grave um áudio da entrevista?	Sim	
- Idade, género, nacionalidade, nível de escolaridade, sabe ler e escrever?	40 anos, escola até ao 6º ano	
- Com quem vive? Quantos filhos tem? Trabalha? Há mais alguém que trabalhe em sua casa?	É cantineira da escola, tem 6 filhos. O marido é segurança	
- Quais as suas principais dificuldades e necessidades? O que sente que faz falta à sua família? Tem ajuda familiar?	Arranjar peixe, ou dinheiro para o peixe. O salário vem também mais tarde. O marido recebeu dia 30 mas já gastaram todo o dinheiro	Era dia 8 e ainda não tinha recebido o salário. E deveria receber dia 1. "O dinheiro não chega para nada"
- Qual é a sua rotina e como passa o seu tempo?	Trabalha das 6h às 12h na cantina da escola. Quando chega a casa cozinha para o marido	
- Como é viver em Angra Toldo? Quais são as suas maiores dificuldades em Angra Toldo?	Gosta de viver em Angra Toldo e gosta do ambiente	
- Gostou dos workshops da Helpo? Gostaria de ter mais deste género para ocupar tempo?	Gostou das sessões, e gostava de aprender tudo	Diz que as sessões são melhores durante a tarde ou fim de semana, por causa do trabalho das senhoras
- Sabia que o tema do álcool na gravidez e na amamentação é uma preocupação da Helpo?	Diz que mulheres grávidas não bebem porque ficam desnutridas. Nem as crianças bebem	Tem noção das consequências de beber na gravidez
- Com quantos anos experimentou beber pela primeira vez? Com que idade é que começou a beber com mais frequência? Quanto bebe diariamente? Qual é a principal razão de beber?	Bebe diariamente menos de 1 litro. E diz que fica "bem boa" para trabalhar, porque não bebe muito. Bebe porque gosta	Diz que lhe sabe bem beber algo nas pausas
- Acha que em Angra Toldo se bebe muito álcool? Quem bebe mais? Homens ou Mulheres? A partir de que idade se começa a beber?	Bebem os dois muito. Há pessoas que bebem 5 litros por dia	
- Qual é a bebida que consome mais?	Vinho de palma	
- Como é que sabem quando a Helpo vem cá dar um workshop? Quem é que a avisa?	Foi o agente que a avisou	
- Todas as mulheres da comunidade sabem sobre o projeto? São avisadas por quem?	Nem todas sabiam, ele não avisou toda a gente	Não é eficaz a forma de avisar a comunidade
- Falam destes encontros em reuniões ou conversas da comunidade? Vai à missa a alguma igreja? (se sim) Achava útil que as formações fossem anunciadas no final da missa?	O padre fala sobre estes temas, e era bom que ele avisasse sobre as próximas sessões	Podia ser uma forma de toda a gente saber, através das missas
- Tem TV em casa? E rádio?	Tem TV; Tem rádio	
- Ouve rádio? Vê TV? Apanha a TVS ou só canais estrangeiros? Lê os cartazes que andam espalhados por aí? Tem telemóvel? E internet?	Vê mais TV que rádio; Apanha a TVS	Viu a campanha do POPMISA. Gostou de ver mas "a atriz estava a fazer mal"
- Qual é a forma mais direta de informar sobre assuntos com comunidades como Angra Toldo? Imprimindo cartazes? Ou rádio? Ou TV? Ou passa a palavra? Ou falar nas escolas sobre o assunto? Ou teatro?	Acha que boa forma comunicar como na campanha do POPMISA. Tanto a TV como a rádio são boas. Os cartazes também são boas para ler	Gosta de teatro e do drama em programas de TV
- Se tivesse o poder de deixar uma mensagem sobre o problema do álcool em São Tomé para que o consumo reduzisse, qual seria?	Temos de conversar com essas pessoas e perceber porque é que bebem assim. Beber demais faz mal ao organismo. "Nunca ouviu que quando há chuva demais a planta morre? É o mesmo com álcool. Bebe demais, o organismo morre"	Última frase muito interessante

FICHA DE ENTREVISTADO_ PARTICIPANTE L

PERGUNTAS	IDEIA PRINCIPAL DA RESPOSTA	OBSERVAÇÕES
- Autoriza que grave um áudio da entrevista?	Sim	
- Idade, género, nacionalidade, nível de escolaridade, sabe ler e escrever?	40 anos; sabe ler e escrever	
- Com quem vive? Quantos filhos tem? Trabalha?	Vive com os 2 filhos, trabalha a capinar ou em colheita de cacau	
- Qual é a sua rotina e como passa o seu tempo?	Sai para trabalhar as 6h30 e depois voltam às 9h. Faz as refeições, vai ao rio	
- Gostou dos workshops da Helpe? Gostaria de ter mais deste género para ocupar tempo?	Nunca foi a nenhuma porque não sabia	A X é sobrinha dela, mas não a avisou. Era bom que o pastor avisasse na igreja. As pessoas respeitam-no
- Com quantos anos experimentou beber pela primeira vez? Com que idade é que começou a beber com mais frequência? Quanto bebe diariamente? Qual é a principal razão de beber?	Não bebe nada por causa da religião. Sente que agora o corpo e a cabeça estão melhor	A religião não a permite beber, mas antes bebia 1 litro por dia. "O pastor fala de todos os problemas "
- Acha que em Angra Toldo se bebe muito álcool? Quem bebe mais? Homens ou Mulheres? A partir de que idade se começa a beber?	"Toda a gente bebe e fazem depois muita confusão. As mulheres bebem mais, vinho de palma e cacharamba"	Ela tenta conversar mas as pessoas não ligam. As mulheres não aceitam ajuda, não dão valor ao que outros dizem
- Todas as mulheres da comunidade sabem sobre o projeto? São avisadas por quem?	Nem todas sabem porque não há muita gente a avisar	
- Como acha que se deve comunicar a todas as senhoras estas sessões? Através de alguma pessoa da comunidade? Ou por outro meio?	Através do pastor, do passa a palavra	
- Tem TV em casa? E rádio? Como sabe das notícias nacionais?	Tem TV; Não tem rádio	Informa-se pela TV
- Qual é a forma mais direta de informar sobre assuntos com comunidades como Angra Toldo? Imprimindo cartazes? Ou rádio? Ou TV? Ou passa a palavra? Ou através de um encarregado? Ou falar nas escolas sobre o assunto? Ou teatro?	Diz que há muita gente que vê coisas sobre álcool na televisão, mas as pessoas não ligam. A TV é boa para passar a mensagem mas o melhor é mesmo falar presencialmente, num diálogo	
- Se tivesse o poder de deixar uma mensagem sobre o problema do álcool em São Tomé para que o consumo reduzisse, qual seria?	"Às pessoas que bebem muito, não bebam. O álcool traz problema, traz confusão, traz morte"	Reforçou a ideia da agressividade: "uma pessoa bebada exalta-se e faz confusão, e depois mete-se em luta e morre"

FICHA DE ENTREVISTADO_ PARTICIPANTE P

PERGUNTAS	IDEIA PRINCIPAL DA RESPOSTA	OBSERVAÇÕES
- Autoriza que grave um áudio da entrevista?	Sim	
- Idade, género, nacionalidade, nível de escolaridade, sabe ler e escrever?	39 anos, é de angolares, sabe ler e escrever, fez até à 5ª classe	
- Com quem vive? Quantos filhos tem? Trabalha? Há mais alguém que trabalhe em sua casa?	4 filhos, trabalha a varrer a estrada. O marido é o Ovi	Já é a segunda senhora a trabalhar pelo Estado, que diz que nunca recebe a tempo e horas
- Quais as suas principais dificuldades e necessidades? O que sente que faz falta à sua família? Tem ajuda familiar?	Diz que deviam apoiar "mães de criança. Mães solteiras. O dinheiro deles não chega para tudo"	Diz que o grande problema é de emprego. Também falou das dificuldades de arranjar material para a escola
- Como é viver em Angra Toldo? Quais são as suas maiores dificuldades em Angra Toldo? Sente que a comunidade é unida para ultrapassar os problemas?	Gosta de viver lá mas há muita gente que não gosta dela. Falam-lhe mal, ficam "picados" com ela e arranjam confusão. Ela diz que bebe, mas que não provoca ninguém	Tinha muitas intrigas com outras pessoas, penso que por causa do álcool. "Beber provoca"
- O que gostaria que melhorasse ou mudasse na sua vida?	Fala muito que quer ajuda material da Helpo	Pensamento de uma ajuda bastante assistencialista
- Gostou dos workshops da Helpo? Gostaria de ter mais deste género para ocupar tempo?	Foi a todas as sessões e gostou muito de todas	
- Costuma participar e contribuir para os workshops, e partilhar o que sabe? Ou é mais ouvir e aprender?	Fala muito e faz-se ouvir	Fica facilmente agressiva quando expõe a sua opinião
- Com quantos anos experimentou beber pela primeira vez? Com que idade é que começou a beber com mais frequência? Quanto bebe diariamente? Qual é a principal razão de beber?	Bebe 1 litro "porque é bom", gosta muito do vinho de palma. "Refresca"	Mais uma pessoa que me ofereceu bebida. Pediu-me muitas vezes comida e "apoio" material
- Sente que precisa de mudar hábito? Ou acha que o seu consumo é saudável? Acha que ao beber prejudica alguma coisa na sua vida?	Sente que não tem problema nenhum com o álcool	Diz que já não bebe, mas vi-a muitas vezes a beber
- Acha que em Angra Toldo se bebe muito álcool? Quem bebe mais? Homens ou Mulheres? A partir de que idade se começa a beber?	Diz que as suas crianças não bebem, nem as mulheres grávidas e a amamentar.	Sabe que o álcool vai para o leite numa mulher a amamentar
- Qual é a bebida que consome mais?	Vinho de palma	
- Sabia que o vinho de palma tem álcool? (se amamentar...) a sua criança bebe?	Não. Falava de vinho de palma como se não fosse nenhuma bebida alcoólica.	"É só refresco"
- Como é que sabem quando a Helpo vem cá dar um workshop? Quem é que a avisa?	Ela é mulher do adjunto de saúde, um dos contactos da Helpo que sabe sempre das sessões e avisa algumas senhoras	
- Vai à missa a alguma igreja? (se sim) Achava útil que as formações fossem anunciadas no final da missa?	"O padre fala sobre o tema do álcool, repreende. Mas muita gente não liga"	
- Tem TV em casa? E rádio?	Tem TV; vê TVS; Não tem rádio. "A TV está a manhã toda a passar"	
- Ouve rádio? Vê TV? Lê os cartazes?	Lê os cartazes para saber o que está lá	
- Qual é a forma mais direta de informar sobre assuntos com comunidades como Angra Toldo?	Diz que TV é boa para passar mensagens	
- Se tivesse o poder de deixar uma mensagem sobre o problema do álcool em São Tomé para que o consumo reduzisse, qual seria?	"Mães que estão a beber com o bebé, deixem de beber, faz mal às mulheres e ao bebé"	Antes tinha dito que as grávidas e mães a amamentar não bebiam, mas agora deixou uma mensagem para as mesmas

FICHA DE ENTREVISTADO_ PARTICIPANTE M

PERGUNTAS	IDEIA PRINCIPAL DA RESPOSTA	OBSERVAÇÕES
- Autoriza que grave um áudio da entrevista?	Sim	
- Idade, género, nacionalidade, nível de escolaridade, sabe ler e escrever?	34 anos, nasceu no Gabão, não sabe ler nem escrever	
- Com quem vive? Quantos filhos tem? Trabalha? Há mais alguém que trabalhe em sua casa?	Tem 4 filhos, vivem todos com ela. Vive também com o marido que é vinhateiro. Ela não trabalha	
- Quais as suas principais dificuldades e necessidades? O que sente que faz falta à sua família? Tem ajuda familiar?	Maior problema é de saúde. Tem "o pé com uma doença "	Tem uma doença de pele que cria feridas, mas não consegue ir sempre ao centro de saúde fazer o penso
- Qual é a sua rotina e como passa o seu tempo?	Fica a cuidar dos filhos, e a tratar da casa. Vai ao rio, limpa a casa	O pé limita-a nas tarefas porque não está a ser bem tratado
- Como é viver em Angra Toldo? Quais são as suas maiores dificuldades em Angra Toldo? Sente que a comunidade é unida para ultrapassar os problemas?	O ambiente é bom mas o problema do álcool é grande	
- Gostou dos workshops da Helpo? Gostaria de ter mais deste género para ocupar tempo?	Gostou e gostava que existissem mais de costura para aprender e depois vender	Gostava de fazer um negócio
- Acha que este projecto é importante e útil para a comunidade e para vocês?	Sim, gosta das sessões	
- Com quantos anos experimentou beber pela primeira vez? Com que idade é que começou a beber com mais frequência? Quanto bebe diariamente? Qual é a principal razão de beber?	Começou com 18 anos. Bebia muito, e fazia confusão com toda a gente, mas agora deixou	Deixou também de beber por causa do pé
- Acha que em Angra Toldo se bebe muito álcool? Quem bebe mais? Homens ou Mulheres?	"As pessoas antes bebiam mais, mas bebem todos. Criança não bebe"	
- Sabia que o vinho de palma tem álcool?	Sim, sabia	
- Tem TV em casa? E rádio? Como sabe das notícias nacionais?	Não tem TV; Tem rádio	Costuma ouvir rádio quando faz as tarefas
- Qual é a forma mais direta de informar sobre assuntos com comunidades como Angra Toldo? Imprimindo cartazes? Ou rádio?	Não sabe ler os cartazes mas pede ao filho para ler; não ignora	É interessada quando vê algo novo, quer saber
- Se tivesse o poder de deixar uma mensagem sobre o problema do álcool em São Tomé para que o consumo reduzisse, qual seria?	Chega de beber mais que dois litro, estão a provocar a saúde	Ela deixou de beber porque percebeu que lhe fazia muito mal à saúde

FICHA DE ENTREVISTADO_ PARTICIPANTE L

PERGUNTAS	IDEIA PRINCIPAL DA RESPOSTA	OBSERVAÇÕES
- Autoriza que grave um áudio da entrevista?	Sim	
- Idade, género, nacionalidade, nível de escolaridade, sabe ler e escrever?	Tem 45 anos; não estudou; não sabe ler nem escrever	
- Com quem vive? Quantos filhos tem? Trabalha? Há mais alguém que trabalhe em sua casa?	Vive com marido e filho; não trabalha e diz que não faz quase nada	A mãe vai muitas vezes até casa dela conversar
- Quais as suas principais dificuldades e necessidades? O que sente que faz falta à sua família? Tem ajuda familiar?	Precisavam de ajuda para ter mais comida, jardim de infância para as crianças	Foi a primeira pessoa que falou logo do jardim de infância, que era importante haver para não estarem "atrás da mãe"
- Qual é a sua rotina e como passa o seu tempo?	Está em casa, vai ao rio lavar roupa, cozinha	
- Como é viver em Angra Toldo? Quais são as suas maiores dificuldades em Angra Toldo? Sente que a comunidade é unida para ultrapassar os problemas?	"Gente é amiga, toda a gente se dá"	Toda a gente se ajuda, e o agente trata de resolver as coisas mais complicadas
- Gostou dos workshops da Helpe? Gostaria de ter mais deste género para ocupar tempo?	Nunca foi às sessões mas gostava de começar a ir para aprender e para fazer mais coisas	Fala muito de costura e culinária, gostava de aprender
- Sabia que o tema do álcool na gravidez e na amamentação é uma preocupação da Helpe?	Quando estava grávida bebia também esse litro	Diz que está habituada, por isso é normal beber sempre
- Com quantos anos experimentou beber pela primeira vez? Com que idade é que começou a beber com mais frequência? Quanto bebe diariamente? Qual é a principal razão de beber?	Começou com 23 anos. Bebe 1 litro por dia porque gosta e está habituada.	Como o marido é vinhateiro, ele leva para casa e vão bebendo
- Sente que precisa de mudar hábito? Ou acha que o seu consumo é saudável? Acha que ao beber prejudica alguma coisa na sua vida? Sabe quais são as consequências do álcool?	Acha que é tudo normal porque o seu corpo já está habituado	
- Acha que em Angra Toldo se bebe muito álcool? Quem bebe mais? Homens ou Mulheres? A partir de que idade se começa a beber?	Acha que se bebe o normal. Homens bebem mais do que mulheres, na sua opinião	"Quando se fala com uma grávida que está a beber vinho e se tanta dar um conselho, ela insulta as pessoas"
- Qual é a bebida que consome mais? Vinho de palma, vinho tinto, cerveja, aguardente?	Vinho de palma	
- Sabia que o vinho de palma tem álcool? (se amamentar...)	Não	
- Como é que sabem quando a Helpe vem cá dar um workshop? Quem é que a avisa?	Nunca ninguém a avisou	Gostava que a comessem a avisar
- Tem TV em casa? E rádio? Como sabe das notícias nacionais?	Tem TV e vê TVS; não tem rádio	Gostou do programa do POPMISA porque "dá conselho"
- Ouve rádio? Vê TV? Apanha a TVS ou só canais estrangeiros? Lê os cartazes que andam espalhados por aí? Tem telemóvel? E internet?	Gosta de ler os cartazes para saber o que está no papel	
- Qual é a forma mais direta de informar sobre assuntos com comunidades como Angra Toldo? Imprimindo cartazes? Ou rádio? Ou TV? Ou passa a palavra? Ou através de um encarregado? Ou falar nas escolas sobre o assunto? Ou teatro?	O melhor é presencial em sessão de grupo, mas televisão também é bom	
- Se tivesse o poder de deixar uma mensagem sobre o problema do álcool em São Tomé para que o consumo reduzisse, qual seria?	"Álcool é forte demais, bebam normalmente. Se continuarem a beber ficam fracos e o corpo fica mau"	Diz muito que as pessoas devem dar estes conselhos

FICHA DE ENTREVISTADO_ PARTICIPANTE H

PERGUNTAS	IDEIA PRINCIPAL DA RESPOSTA	OBSERVAÇÕES
- Autoriza que grave um áudio da entrevista?	Sim	
- Idade, género, nacionalidade, nível de escolaridade, sabe ler e escrever?	29 anos; nasceu em angra Toldo	
- Com quem vive? Quantos filhos tem? Trabalha? Há mais alguém que trabalhe em sua casa?	Tem 4 filhos a estudar; não trabalha. O marido é vinhateiro	Diz que não faz nada e que trabalha apenas em casa a cuidar das crianças
- Quais as suas principais dificuldades e necessidades? O que sente que faz falta à sua família? Tem ajuda familiar?	Arranjar um trabalho, ou alguma coisa para fazer e para vender	Quer ter algo para fazer
- Qual é a sua rotina e como passa o seu tempo?	Vai ao rio, faz as refeições, trata das crianças	
- Como é viver em Angra Toldo? Quais são as suas maiores dificuldades em Angra Toldo? Sente que a comunidade é unida para ultrapassar os problemas?	Gosta de viver em Angra Toldo. Não sente dificuldades	
- Gostou dos workshops da Helpo? Gostaria de ter mais deste género para ocupar tempo?	Gostou nas sessões, e queria que houvessem mais. Quer aprender tudo	Muita vontade de aprender mais
- Sabia que o tema do álcool na gravidez e na amamentação é uma preocupação da Helpo?	Diz que algumas mães grávidas ou a amamentar bebem	Mesmo que se fale com elas, elas não querem saber
- Com quantos anos experimentou beber pela primeira vez? Com que idade é que começou a beber com mais frequência? Quanto bebe diariamente? Qual é a principal razão de beber?	Experimentou pela primeira vez com 20. Bebia meio litro por dia, e diz que bebe porque gosta	Não bebe para embriagar, é mesmo porque gosta
- Sente que precisa de mudar hábito? Ou acha que o seu consumo é saudável? Acha que ao beber prejudica alguma coisa na sua vida? Sabe quais são as consequências do álcool?	Sabe quais são as consequências porque o doutor, quando ela teve bebés, avisava-a	
- Acha que em Angra Toldo se bebe muito álcool? Quem bebe mais? Homens ou Mulheres?	Toda a gente bebe menos as crianças.	
- Qual é a bebida que consome mais? Vinho de palma, vinho tinto, cerveja, aguardente?	Vinho de palma	O que o marido traz, vendem tudo
- Como é que sabem quando a Helpo vem cá dar um workshop? Quem é que a avisa?	“Foi o agente que avisou toda a gente”	
- Como acha que se deve comunicar a todas as senhoras estas sessões? Através de alguma pessoa da comunidade? Ou por outro meio?	Diz que se o agente a avisar, ela pode passar a palavra e espalhar pelas outras mulheres	Espalhar a palavra para comunicar algo é a melhor forma
- Tem TV em casa? E rádio? Como sabe das notícias nacionais?	Tem TV; vê TVS; Não tem rádio	
- Ouve rádio? Vê TV? Apanha a TVS ou só canais estrangeiros? Lê os cartazes que andam espalhados por aí? Tem telemóvel? E internet?	Viu o programa da POPMISA, e gostou da mensagem mas o que ela fazia era errado. “Uma mulher no parto não pode beber. É uma boa forma de avisar “	O mais útil seria sempre TV e cartaz
- Qual é a forma mais direta de informar sobre assuntos com comunidades como Angra Toldo? Imprimindo cartazes? Ou rádio? Ou TV? Ou passa a palavra? Ou através de um encarregado? Ou falar nas escolas sobre o assunto? Ou teatro?	Gosta dos cartazes e acha que são úteis. Campanhas como a POPMISA também são boas	
- Se tivesse o poder de deixar uma mensagem sobre o problema do álcool em São Tomé para que o consumo reduzisse, qual seria?	“Não usem muito a bebida porque faz mal”	Não sabia bem ao que é que fazia mal

FICHA DE ENTREVISTADO_ PARTICIPANTE O

PERGUNTAS	IDEIA PRINCIPAL DA RESPOSTA	OBSERVAÇÕES
- Autoriza que grave um áudio da entrevista?	Sim	
- Idade, género, nacionalidade, nível de escolaridade, sabe ler e escrever?	44 anos, sempre viveu em Angra Toldo	
- Com quem vive? Quantos filhos tem? Trabalha? Há mais alguém que trabalhe em sua casa?	Tem 4 filhos, mas 1 já não vive com ela. Vive com marido tabém	
- Quais as suas principais dificuldades e necessidades? O que sente que faz falta à sua família? Tem ajuda familiar?	Gosta de angra toldo, consegue tudo o que precisa.	Não sente dificuldades. É bastante organizada financeiramente graças ao seu negócio
- Qual é a sua rotina e como passa o seu tempo?	Vai à cidade comprar peixe, vai para o quiosque e passa lá o dia inteiro	
- Como é viver em Angra Toldo? Quais são as suas maiores dificuldades em Angra Toldo? Sente que a comunidade é unida para ultrapassar os problemas?	Diz que o ambiente é mau devido à bebida. "As pessoas que bebem gostam muito de confusão. Eu não tenho assim amizades"	As pessoas com alcool insultam-se. Foi a primeira a admitir que tinha problemas com outras pessoas
- Gostou dos workshops da Helpe? Gostaria de ter mais deste género para ocupar tempo?	Gosta das sessões e gostava que houvessem mais de costura	Quer muito aprender, mas diz que a Helpe não tem ido o suficiente como prometeu
- Costuma participar e contribuir para os workshops, e partilhar o que sabe? Ou é mais ouvir e aprender?	É muito faladora	Das senhoras que entrevistei, a grande maioria fala muito sem problemas, mostram a sua opinião
- Acha que este projecto é importante e útil para a comunidade e para vocês?	Acha importante para falar sobre estes temas	Fala de uma presença mais assídua da Helpe
- Com quantos anos experimentou beber pela primeira vez? Com que idade é que começou a beber com mais frequência? Quanto bebe diariamente? Qual é a principal razão de beber?	Bebe menos de 1 litro por dia. Diz que não tem problemas nenhuns, mas não sabe bem também quais as consequências	
- Acha que em Angra Toldo se bebe muito álcool? Quem bebe mais? Homens ou Mulheres? A partir de que idade se começa a beber?	Os homens bebem mais. O que ela vende mais é vinho tinto e cacharamba. Diz que não vende a maiores de idade. Mães grávidas não bebem	Tem uma boa percepção visto que vende muitas bebidas
- Qual é a bebida que consome mais?	Vinho de palma	
- Sabia que o vinho de palma tem álcool?	Sim, sabia	
- Como é que sabem quando a Helpe vem cá dar um workshop? Quem é que a avisa?	É o agente que a avisa	O agente é o marido dela
- Tem TV em casa? E rádio?	Tem TV; Tem rádio e "ouve notícia"	
- Ouve rádio? Vê TV? Apanha a TVS ou só canais estrangeiros? Lê os cartazes que andam espalhados por aí? Tem telemóvel? E internet?	Diz que não vê muita TV porque não tem tempo, "trabalho de manhã até de noite". Ouve muita música no rádio, gosta de dançar	Passa o dia a trabalhar, logo é-lhe complicado assistir aos programas
- Qual é a forma mais direta de informar sobre assuntos com comunidades como Angra Toldo? Imprimindo cartazes? Ou rádio? Ou TV? Ou passa a palavra? Ou através de um encarregado? Ou falar nas escolas sobre o assunto? Ou teatro?	"As pessoas não ligam muito às campanhas de TV e rádio; as pessoas não vão deixar de beber, já estão habituadas. Os cartazes até podem ler"	Foi muito franca ao dizer que nenhuma campanha mudará o comportamento, já é tudo um hábito muito enraizado
- Se tivesse o poder de deixar uma mensagem sobre o problema do álcool em São Tomé para que o consumo reduzisse, qual seria?	"Diminuem a bebida porque deixa as pessoas muito doentes"	

FICHA DE ENTREVISTADO_ PARTICIPANTE K

PERGUNTAS	IDEIA PRINCIPAL DA RESPOSTA	OBSERVAÇÕES
- Autoriza que grave um áudio da entrevista?	Sim	
- Idade, género, nacionalidade, nível de escolaridade, sabe ler e escrever?	43 anos, sabe ler e escrever, andou na escola até ao 8º ano	
- Com quem vive? Quantos filhos tem? Trabalha? Há mais alguém que trabalhe em sua casa?	Tem 6 filhos; Vive com todos; trabalha no quiosque dela, e vende tudo: comida e álcool. O marido não trabalha	O que vende mais é vinho tinto e vinho de palma
- Quais as suas principais dificuldades e necessidades? O que sente que faz falta à sua família? Tem ajuda familiar?	Tem tudo o que precisa. Só precisaria de mais dinheiro para pagar a escola dos filhos	É onde muita gente vai comprar bebida
- Qual é a sua rotina e como passa o seu tempo?	Passa o dia a trabalhar no quiosque, e faz nas pausas as refeições. Vai também à cidade fazer compras, e ao rio lavar roupa	É muito atarefada, está sempre a fazer algo. Acaba por gerir muito bem o negócio. Os filhos também ajudam
- Como é viver em Angra Toldo? Quais são as suas maiores dificuldades em Angra Toldo? Sente que a comunidade é unida para ultrapassar os problemas?	Gosta de viver em Angra Toldo, e gosta das pessoas e da vida	
- Gostou dos workshops da Helpe? Gostaria de ter mais deste género para ocupar tempo?	Foi só a uma das sessões, e gostava mais sessões de costura e pastelaria	Gosta de conversar em grupo com outras mulheres
- Com quantos anos experimentou beber pela primeira vez? Com que idade é que começou a beber com mais frequência? Quanto bebe diariamente? Qual é a principal razão de beber?	Começou com 20 e poucos anos, e bebe 1 litro por dia. Bebe porque gosta, mas quando está grávida pára	Vende a toda a gente maior de idade; menor de idade é proibido
- Sente que precisa de mudar hábito? Ou acha que o seu consumo é saudável? Acha que ao beber prejudica alguma coisa na sua vida? Sabe quais são as consequências do álcool?	Como consequências do álcool diz que o "corpo anda torto", as pessoas arranjam confusão	Não reconhece o problema do álcool como seu
- Acha que em Angra Toldo se bebe muito álcool? Quem bebe mais? Homens ou Mulheres? A partir de que idade se começa a beber?	Acha que o consumo é normal. Homens e mulheres bebem o mesmo	Foi a primeira pessoa a dizer que o consumo da comunidade era um consumo normal
- Qual é a bebida que consome mais?	Vinho de palma	
- Sabia que o vinho de palma tem álcool? (se amamentar...) a sua criança bebe? (vai dizer que não, mas explicar a ligação)	Sim, sabia	
- Como é que sabem quando a Helpe vem cá dar um workshop? Quem é que a avisa?	Foi o agente que a avisou da última vez	Era bom que ele avisasse toda a gente
- Tem TV em casa? E rádio?	Tem TV; Não tem rádio	Está sempre com a TVS ligada
- Ouve rádio? Vê TV? Apanha a TVS ou só canais estrangeiros? Lê os cartazes que andam espalhados por aí? Tem telemóvel? E internet?	Acha que é bom através desses programas, comunicar assim	Viu o programa do POPMISA
- Qual é a forma mais direta de informar sobre assuntos com comunidades como Angra Toldo? Imprimindo cartazes? Ou rádio? Ou TV? Ou passa a palavra? Ou através de um encarregado? Ou falar nas escolas sobre o assunto? Ou teatro?	O melhor será comunicar pela TV. Não vêm muito os cartazes	
- Se tivesse o poder de deixar uma mensagem sobre o problema do álcool em São Tomé para que o consumo reduzisse, qual seria?	"Não bebam muito. Faz mal ao organismo"	Quase todas dizem que faz mal ao organismo, mas penso que não sabem bem ao quê especificamente

Anexo L: Ficha de análise vertical – Sessão de grupo focal

PERGUNTA	IDEIA PRINCIPAL DAS RESPOSTAS	OBSERVAÇÕES
Quantos litros de álcool bebem por dia?	1 litro - 5 2 litros - 4 3 litros - 3 Não bebe - 3	Foi mais fácil fazer as contas de quanto bebam pelas medidas, as latas de grão; ou pelo preço em dobras Riram-se todas quando se fez esta pergunta
O que bebem mais?	Vinho de palma - quase todas Cerveja - 1 Vinho tinto - 1	Ficaram interessadas por perceber que as diferentes bebidas têm diferentes níveis de álcool
Quais as consequências do álcool?	Faz mal à saúde Faz mal ao estômago “Bebê nasce com problema” - o organismo de criança não está preparado Tensão Malformação dos órgãos Má memória, pouca atenção	Não há problema nenhum de se beber todos os dias, porque assim “ativam” Disseram muito poucas consequências... a Bruna completou com as outras Ficaram muito interessadas quando viram a imagem do fígado “xê, o fígado fica assim?” Ficaram muito atentas quando comecei a mostrar as imagens Mostrei imagens de SAF, parto prematuro, desemprego, acidentes de carro...
Porque bebem?	Estou acostumada É para ficar quente Para ficar ativa, para ativar Se não bebermos ficamos doentes, assim estranhas. Moles, fracas. É preciso beber para ativar e ficar com força	
Quais os melhores meios de comunicação numa campanha para mulheres grávidas ou que amamentam e bebem em excesso? E o que se deve falar sobre o álcool?	Radio - “fica só ligado a passar, não ligamos muito”. Ficamos a ouvir só Televisão - Quase todas têm, vêm TVS. Vêm notícias Cartazes - se for com imagem é bom	A V estava já alcoolizada, e por isso falava muito alto e sobrepunha-se às outras. Falámos da campanha do POPMISA, e elas disseram que gostaram. Quando perguntei se tinham percebido a mensagem, disseram que sim. “O que ela estava a fazer não era certo”. “Deviam continuar a haver mensagens como essas na TV”
O que é mais atrativo?	A grande maioria escolheu de entre os três estilos, a fotografia, ou seja, uma imagem mais realista, sendo que muitas que escolhiam a fotografia diziam que gostavam de desenhos mais realistas. Desenhos mais abstratos com mensagens subentendidas não escolherem. Poucas escolheram as infografias, mas algumas disseram que era útil uma ilustração com as unidades de medida	Falei de ilustração, infografia e fotografia... mostrei os vários estilos com imagens, e elas escolheram o que achavam melhor
Qual é a frase que devia ser o slogan da campanha? “O álcool...”	Para a saúde Para o organismo Dá cabo do organismo Põe a pessoa descontrolada Pessoa não consegue fazer coisa que preste Faz mal ao estômago e fígado Cria infeção Faz mal ao ebebe Faz tremores Faz perder o apetite Cria confusão x 5 Dá fraqueza	Inicialmente a pergunta pensada era mais complexa. Como estava uma grande confusão da sala, decidimos simplificar a frase que elas iriam completar. Fomos uma a uma, escrever as suas respostas. No final lemos as respostas de todas em voz alta. Foi uma sessão bastante confusa por estarem muitas senhoras. Foi interessante para perceber reações às perguntas no geral, mas não se tiraram conclusões tão claras como nas entrevistas. Tivemos de explicar que Campanha não era publicidade nem estava relacionada com política. Tratava-se de uma campanha de comunicação. Teve de se explicar a diferença, porque havia essa confusão.