

**COMUNICACAO E DESENVOLVIMENTO RURAL
DESAFIOS E OPORTUNIDADES NO INSTITUTO
INTERNACIONAL DE AGRICULTURA TROPICAL
(IITA)**

***COMMUNICATION AND RURAL DEVELOPMENT
CHALLENGES AND OPPORTUNITIES AT THE
INTERNATIONAL INSTITUTE OF TROPICAL
AGRICULTURE (IITA)***

Gersônia Catine Abdala¹

Resumo

A comunicação é um elemento essencial para o funcionamento de qualquer sociedade, pois conecta indivíduos, promove a troca de informações e possibilita a coordenação de esforços coletivos. No contexto do desenvolvimento rural, sua importância é ainda mais acentuada, desempenhando um papel estratégico na integração de comunidades, disseminação de práticas agrícolas inovadoras e fortalecimento de redes locais. Este estudo analisa a comunicação organizacional do Instituto Internacional de Agricultura Tropical (IITA), com foco nas suas ações no âmbito do seu contributo para o desenvolvimento rural em Nampula, Moçambique. Ela identifica os desafios e oportunidades que essa comunicação proporciona. Também são compartilhadas experiências de organizações agrícolas bem-sucedidas que empregam estratégias de comunicação efetivas, proporcionando um Quadro comparativo para identificar práticas aplicáveis ao IITA. O estudo baseia-se em uma análise documental e revisão bibliográfica, examinando artigos, políticas de comunicação institucional e literatura acadêmica. As descobertas no estudo indicaram lacunas na comunicação interna do IITA e propor uma política adaptada que promova maior integração entre equipes e alinhamento com as metas organizacionais. A proposta deverá destacar boas práticas, baseadas em organizações de sucesso, e reforçar o impacto do IITA no desenvolvimento sustentável.

Palavras-chave: Comunicação organizacional. Desenvolvimento Rural. IITA. Desafios e oportunidades.

Abstract

Communication is an essential element for the functioning of any society, as it connects individuals, promotes the exchange of information, and enables the coordination of collective

¹ Doutoranda em Ciências de Comunicação, Faculdade de Ciências de Comunicação da Universidade Católica de Moçambique. E-mail: gcatine1@yahoo.com.br.

efforts. In the context of rural development, its importance is even more pronounced, playing a strategic role in integrating communities, disseminating innovative agricultural practices and strengthening local networks. This study analyses the organizational communication of the International Institute of Tropical Agriculture (IITA), focusing on its actions within the scope of its contribution to rural development in Nampula, Mozambique. It identifies the challenges and opportunities that this communication provides. Experiences of successful agricultural organizations employing effective communication strategies are also shared, providing a comparative framework to identify practices applicable to IITA. The study is based on a documentary analysis and literature review, examining article, institutional communication policies and academic literature. The findings in the study indicated gaps in IITA's internal communication and proposed an adapted policy that promotes greater integration between teams and alignment with organizational goals. The proposal should highlight good practices, based on successful organizations, and reinforce IITA's impact on sustainable development.

Keywords: Organizational Communication. Rural Development. IITA. Challenges and Opportunities.

1 INTRODUÇÃO

A comunicação é crucial para o êxito das organizações e desempenha uma função estratégica no progresso rural. No Instituto Internacional de Agricultura Tropical (IITA), a comunicação interna e externa contribui não só para a coordenação entre equipes e parceiros, mas também para aprimorar sua atuação no enfrentamento à pobreza e à incerteza alimentar. Este texto examina os métodos de comunicação do IITA, avaliando sua efetividade frente aos desafios globais e sugerindo estratégias e políticas adaptáveis que fomentem uma maior integração interna, visibilidade externa e influência no progresso rural sustentável.

Mota Paula (2012) faz referência à revisão dos conceitos de Comunicação sugerida por Andrew Moemeka, que destaca um modelo interativo e humanizado. Neste modelo, a escritora ressalta a relevância do diálogo autêntico e da oportunidade de influenciar mutuamente, rejeitando a concepção de que a persuasão é a função primordial da comunicação. O foco está na necessidade de retorno e na compreensão da perspectiva alheia. Neste ponto, a escritora procura destacar a interação com as comunidades como um fator de transformação. A ênfase no diálogo autêntico é crucial para projetos rurais que almejam transformações sociais duradouras.

No contexto empresarial, essa concepção apoia a perspectiva de Zink & DesRoches (2023), que caracteriza a comunicação organizacional como meios e vias de comunicação entre os integrantes de entidades como empresas, entidades sem fins lucrativos ou pequenas

empresas. Neste caso, eles identificaram uma conexão significativa entre os níveis de comunicação, o rendimento e a satisfação no ambiente de trabalho numa organização. Ainda afirmam que a comunicação dentro de uma organização pode ser formal ou informal, ocorrer em diversas direções e utilizar diversos meios.

Conforme Cornelissen (2023), a comunicação organizacional é percebida como uma função gerencial que proporciona uma estrutura para a coordenação eficiente de toda a comunicação interna e externa, com a finalidade principal de estabelecer e preservar uma reputação favorável junto aos grupos de interessados nos quais a organização se baseia. Esta perspectiva ressalta o valor de uma estratégia organizacional abrangente, imprescindível para garantir a confiabilidade e a aceitação dos projetos rurais.

Rajhans (2018), vai ainda mais além, falando da eficácia da comunicação que pode ajudar a gerir as percepções e expectativas das partes interessadas. Explica ainda que o sucesso ou fracasso de um projeto também depende de quão bem ele atende as expectativas dos detentores(stakholders) de interesse e as suas percepções do seu valor e as iniciativas sistemáticas direcionadas para planeamento, monitorização e controlo de todos os canais de comunicação dentro de uma organização. O autor considera ainda que é importante observar aspetos da gestão da comunicação que incluem o desenvolvimento corporativo estratégias de comunicação, conceção de diretivas de comunicação interna e externa, e gestão do fluxo de informação, incluindo a comunicação online.

Esta abordagem mostra a dimensão da comunicação no contexto de desenvolvimento rural atual pois reconhece a necessidade de uma troca real e equitativa de informações entre comunidades e organizações e aliado as ideias de de Zink & DesRoches (2023) e Cornelissen (2023) são complementares, oferecendo insights sobre como estruturar e gerenciar a comunicação de forma eficaz de modo a trazer resultados satisfatórios junto dos stakeholders nas comunidades. Uma combinação dessas perspectivas oferece um modelo mais holístico e eficaz para projetos rurais.

No contexto rural, o desenvolvimento é visto como um processo multidimensional que inclui melhorias econômicas, sociais e ambientais. Autores relevantes oferecem perspectivas valiosas:

Segundo Mota Paula (2012), o desenvolvimento não se limita apenas ao crescimento económico, mas envolve outros aspetos como a melhoria do bem-estar individual e a qualidade de vida das pessoas. Onde o desenvolvimento é visto como um processo que visa a

melhoria do bem-estar dos indivíduos, abrangendo não apenas aspetos materiais, mas também sociais e culturais; fala também da participação e empoderamento, onde o desenvolvimento deve ser um processo participativo, e as comunidades têm voz ativa e são empoderadas para determinar seu próprio futuro. Isso implica que as pessoas devem ser capazes de identificar suas necessidades e buscar soluções adequadas. O segundo aspeto a considerar é a Sustentabilidade onde o desenvolvimento também inclui a garantia que as práticas de desenvolvimento respeitem o meio ambiente e promovam a equidade social e por fim indica o Contexto Local, onde o desenvolvimento deve ser contextualizado, levando em consideração as especificidades culturais, sociais e econômicas de cada comunidade, o que implica uma abordagem que valoriza as tradições e saberes locais.

Nota Roberto et al (2018), ressalva que a compreensão do desenvolvimento local abrange o "crescimento dos potenciais comunitários, sejam eles produtivos, ambientais ou culturais, visando à sua preservação e à garantia de sua continuidade no futuro". Essa definição sublinha a relevância de fortalecer as capacidades locais e promover a sustentabilidade das comunidades. Este autor acrescenta a lista apresentada pelos autores ,outros aspetos a serem considerados no âmbito de desenvolvimento rural que é o Fortalecimento de Potenciais Locais onde o desenvolvimento local é entendido como o crescimento dos potenciais comunitários, abrangendo aspetos produtivos, ambientais e culturais, com o objetivo de garantir a sua existência futura e o direito a comunicação , nisto o autor se refere a democratização das medias e a construção de narrativas locais são essenciais para que as comunidades possam expressar suas realidades e desafios.

Diesel et al (2002) propõem uma perspectiva de desenvolvimento rural que contrapõe o modelo neoliberal e a maximização da competitividade do agronegócio, visto como socialmente prejudicial para a agricultura familiar. Eles advogam por um novo modelo de desenvolvimento que privilegia a agricultura familiar, em busca de um padrão alternativo que valorize a habilidade dessa agricultura de gerar emprego e renda. Esta perspectiva destaca a necessidade de uma transformação radical na maneira de entender o desenvolvimento rural, reconhecendo a diversidade econômica da população rural e a variedade de interesses entre os diversos grupos sociais implicados.

Ademais, o progresso rural é percebido como um processo que deve levar em conta as particularidades locais e as necessidades da população, fomentando a união comunitária em prol de iniciativas que satisfaçam os interesses de determinados grupos da população rural.

A avaliação das perspectivas apresentadas pelos escritores nos mostra perspectivas complementares e críticas sobre o conceito de desenvolvimento, enfatizando a importância de transcender o crescimento econômico para incorporar aspectos sociais, culturais e ambientais. Os três escritores concordam que o progresso deve ser inclusivo, sustentável e situado localmente.

Mota Paula concentra-se no bem-estar e envolvimento, Roberto et al. destacam a importância dos potenciais locais e da comunicação, e Diesel et al. propõem um modelo alternativo de desenvolvimento rural. Em conjunto, essas perspectivas proporcionam uma visão ampla e variada, crucial para reavaliar políticas e práticas de desenvolvimento.

2 METODOLOGIA

O estudo baseia-se em uma metodologia exploratória e qualitativa, com foco em revisão bibliográfica e análise documental e estudos de caso que é amplamente defendida por vários autores no campo acadêmico tais como Gil (2008) que define a pesquisa exploratória como adequada para oferecer maior familiaridade com um problema, sendo particularmente útil em temas pouco investigados ou que exigem novas interpretações, Yin (2015) que foca na análise de estudos de caso como estratégia eficaz para explorar fenômenos dentro de seus contextos reais, sendo altamente relevante para compreender práticas organizacionais e Creswell (2014) que apresenta a abordagem qualitativa como ideal para compreender significados e processos, sendo frequentemente associada à análise interpretativa em ciências sociais.

Segue-se uma análise comparativa, analisando as abordagens teóricas e práticas das empresas identificadas para uma compreensão mais aprofundada de como a comunicação pode ser o alicerce do desenvolvimento, ajustada às demandas específicas de cada organização. Por fim, realiza-se uma análise crítica dos desafios identificados na literatura e nas companhias mencionadas no estudo de caso, sugerindo métodos para amenizá-los. Essa ponto de vista qualitativa possibilitará a ligação entre teoria e prática, evidenciando a importância e utilidade da comunicação no progresso rural. A conclusão fornece um resumo da pesquisa e oferece sugestões e recomendações para as entidades interessadas. Esta estrutura proporciona um entendimento nítido das contribuições da comunicação para o progresso rural.

3 A COMUNICAÇÃO COMO ALICERCE PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTADO

Jan Servaes (2008) destaca a importância da comunicação participativa como componente crucial para o progresso sustentável. Ele argumenta que as comunidades precisam participar ativamente na elaboração e execução de táticas de comunicação, o que fomenta a apropriação e a pertinência cultural. Servaes enfatiza que a comunicação não deve ser imposta, mas sim desenvolvida em conjunto com as comunidades, levando em consideração seus valores, práticas e pontos de vista. A sua concepção destaca a relevância do ambiente cultural na criação de estratégias de comunicação efetivas. A sua utilização prática demonstra que iniciativas agrícolas podem empregar a metodologia participativa para elaborar campanhas de sensibilização acerca de práticas agrícolas inovadoras. A participação ativa das comunidades na criação dessas campanhas assegura maior adesão e efetividade.

Quebral (2012) caracterizou a Comunicação para o Desenvolvimento como o uso estratégico da comunicação para impulsionar mudanças sociais e econômicas em áreas rurais. Ela destaca que a comunicação deve habilitar as comunidades a lidar com desafios locais, incentivando a autonomia e a criatividade. A autora ressalta que a comunicação é um recurso estratégico que conecta o local ao global, permitindo que as comunidades tenham acesso a redes e recursos de maior escala, mantendo ao mesmo tempo sua identidade local. A vivência mostra que a instalação de rádios comunitárias pode ser um uso direto. Essas plataformas oferecem um meio acessível para a disseminação de informações, compartilhamento de histórias de êxito e promoção de um sentimento de comunidade entre os membros da comunidade.

4 OPORTUNIDADES NA COMUNICAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO RURAL

Mota Paula (2012), cita algumas oportunidades a considerar tais como; o acesso a novas tecnologias: com o avanço das tecnologias de comunicação, como internet e dispositivos móveis, facilita a disseminação de informações e a comunicação entre comunidades rurais e agentes de desenvolvimento. Fortalecimento das redes locais, a

comunicação promove a criação de redes e parcerias entre comunidades, ONGs e instituições governamentais, aumentando a eficácia das intervenções e a mobilização de recursos. Empoderamento das comunidades, onde a comunicação participativa permite que as comunidades se tornem mais autoconfiantes e autônomas, identificando suas necessidades e buscando soluções. A Valorização do conhecimento local, aqui a comunicação integra e valoriza o conhecimento e as práticas locais nas estratégias de desenvolvimento, promovendo soluções culturalmente relevantes e sustentáveis. Mota Paula (2012) e Diesel et al (2002) destacam o aumento da Conscientização, aqui a comunicação eficaz eleva a conscientização sobre questões sociais, econômicas e ambientais, mobilizando a comunidade para a ação e promovendo mudanças positivas. Nota Roberto (2018) acrescenta a lista e fala de fortalecimento da atuação comunitária onde os participantes identificam a importância de fortalecer a atuação comunitária como um caminho para melhorar as condições de comunicação e desenvolvimento local.

4.1 Desafios na Comunicação para o Desenvolvimento

Mota Paula(2012) identifica alguns desafios como , desigualdade de acesso à informação: Barreiras no acesso a tecnologias de comunicação limitam a participação plena de muitas comunidades rurais no processo de desenvolvimento; Diversidade cultural e linguística: A diversidade cultural e linguística pode dificultar a comunicação eficaz, exigindo abordagens adaptadas que respeitem as diferentes culturas e idiomas; Falta de capacitação: A escassez de habilidades e conhecimentos sobre novas tecnologias e práticas de comunicação é um obstáculo para a sua implementação eficaz; Resistência à Mudança: Algumas comunidades podem resistir a novas ideias e práticas, especialmente se vistas como ameaças às suas tradições. Desafios Estruturais: A falta de infraestrutura adequada, recursos financeiros limitados e a ausência de políticas públicas que apoiem a Comunicação para o desenvolvimento dificultam a implementação de iniciativas eficazes. Diesel et al. (2002) acrescenta conflitos de interesse.

5 IITA -MOÇAMBIQUE

O Instituto Internacional de Agricultura Tropical (IITA) é uma instituição sem fins lucrativos que se dedica a gerar e entregar inovações agrícolas para enfrentar os desafios mais prementes da África Subsaariana, como a fome, a desnutrição, a pobreza e a degradação dos recursos naturais. O IITA atua em parceria com diversas organizações em 21 países da região, visando melhorar os meios de subsistência, aumentar a segurança alimentar e nutricional, e preservar a integridade dos recursos naturais.

O IITA iniciou suas actividades em Moçambique no final da década de 1980, inicialmente focando em pesquisas e desenvolvimento de mandioca e batata-doce. As principais áreas de atuação do IITA em Moçambique incluem as províncias de Cabo Delgado, Nampula, Manica, Sofala, Tete e Zambézia. A escolha dessas regiões se deve à sua relevância agrícola e à necessidade de intervenções que melhorem a produção e a segurança alimentar. Em Nampula, inicia em 2007 para cobrir as principais zonas agrícolas do país e tem se concentrado na produção e distribuição de sementes melhoradas, capacitação de agricultores e promoção de práticas agrícolas sustentáveis. O instituto treinou mais de 25.000 agricultores em técnicas de produção, selecção de variedades e princípios de agricultura de conservação em Muriaze e Murrupula. Além disso, estabeleceu esquemas de produção de sementes de soja e feijão-Nhemba, beneficiando milhares de pequenos agricultores.

5.1 Comunicação IITA com a Comunidade Rural

O IITA possui uma abordagem estruturada para a comunicação interna e externa, embora o relatório não forneça detalhes específicos sobre uma política formal. No entanto, algumas práticas e estratégias podem ser inferidas a partir das informações apresentadas:

Comunicação Interna: O IITA geralmente implementa canais de comunicação eficazes entre suas equipes e departamentos, promovendo a troca de informações e a colaboração. Isso pode incluir reuniões regulares, boletins informativos internos e plataformas digitais para facilitar a comunicação entre os funcionários.

A realização de treinamentos e workshops para agricultores e outros stakeholders demonstra uma estratégia de comunicação interna que visa disseminar conhecimento e boas práticas dentro da organização e nas comunidades

Comunicação Externa: Para a comunicação externa, o IITA se envolve com a comunidade, parceiros e partes interessadas através de atividades de extensão, como Escolas

de Campo para Agricultores, demonstrações em campo e eventos comunitários. Essas iniciativas ajudam a disseminar informações sobre práticas agrícolas, inovações e tecnologias.

Parcerias e Colaboração: O IITA colabora com diversas organizações, incluindo governos, ONGs e instituições acadêmicas, o que também requer uma comunicação clara e eficaz para garantir que os objetivos e as atividades sejam alinhados.

Promoção de Resultados: O IITA frequentemente compartilha seus resultados e impactos através de relatórios, publicações e eventos, o que é uma parte importante de sua estratégia de comunicação externa para aumentar a conscientização sobre suas atividades e conquistas.

Essas iniciativas têm alcançado mais de 200.000 lares em Nampula, promovendo a adoção de práticas agrícolas melhoradas. A experiência do IITA no desenvolvimento agrícola é evidenciada pelos benefícios econômicos gerados por suas iniciativas, que proporcionaram um aumento significativo na renda dos beneficiários.

Essas práticas sugerem que o IITA tem uma abordagem organizada para a comunicação, tanto interna quanto externa, focando na eficácia das suas intervenções e na construção de relacionamentos com as comunidades e parceiros.

Desafios atuais: Falta de integração total entre equipes em diferentes localidades e dificuldade de compartilhar resultados em tempo real.

Oportunidades: Implementar sistemas de gestão de informações e feedback pode melhorar a colaboração entre unidades e comunidades.

6 QUADRO COMPARATIVO

6.1 Embrapa (Brasil)

A Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA) é um exemplo notável de como a comunicação estratégica pode impulsionar o desenvolvimento rural. Suas ações incluem: Disseminação de tecnologias: Uso de mídias digitais e presenciais para transferir conhecimento técnico aos agricultores. Programas participativos, criação de canais de diálogo

com as comunidades para adaptar soluções tecnológicas às realidades locais. Parcerias estratégicas, Alianças com organizações nacionais e internacionais para ampliar o alcance de suas iniciativas. A EMBRAPA utiliza uma comunicação bidirecional, que valoriza o feedback das comunidades, contribuindo para a adoção sustentável de suas inovações.

6.2 IITA (Moçambique)

O Instituto Internacional de Agricultura Tropical (IITA) actua em Moçambique para reduzir a fome e promover o desenvolvimento agrícola. Suas atividades incluem: Desenvolvimento de tecnologias adaptadas às condições locais; Treinamento de agricultores e extensionistas para melhorar a produção e comercialização agrícola. Parcerias com ONGs e governo para colaboração na implementação de projetos de impactos social. No entanto, o IITA enfrenta desafios na comunicação interna, como garantir o alinhamento entre suas diversas unidades e melhorar a fluidez do feedback entre a equipe e as comunidades.

Recomendações: As descobertas no estudo indicam que embora os documentos e relatórios do IITA não descrevem uma política de comunicação formal e detalhada, é possível identificar uma abordagem organizada para a comunicação interna (dentro da própria instituição) e externa (com o público e as comunidades). Isso significa que o IITA tem métodos e práticas em vigor que orientam como se comunica com diferentes públicos, mesmo que não estejam formalmente documentados.

Algumas lacunas na comunicação interna do IITA, no que concerne ao uso de ferramentas digitais para comunicação interna, como plataformas de gerenciamento de projetos, e criar canais regulares para troca de feedback. Neste âmbito propõe-se a adoção de uma política adaptada que promova maior integração entre equipes e alinhamento com as metas organizacionais. A proposta deverá destacar boas práticas, baseadas em organizações de sucesso, e reforçar o impacto do IITA no desenvolvimento sustentável.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, André Luis B.; DE PAULA, Patrícia Carneiro. **Educação e consciência crítica em Paulo Freire**. 2021. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/356827935_EDUCACAO_E_CONSCIENCIA_CRITICA_EM_PAULO_FREIRE_UMA_REFLEXAO_SOBRE_O_SENTIDO_DA_RELIGIAO_EM_TEMPOS_DE_FUNDAMENTALISMOS>. Acesso em: 29 nov. 2024.

ALVES, E. R. de A.; SOUZA, G. da S.; GOMES, E. G. **O papel da EMBRAPA no desenvolvimento agrícola brasileiro**. Brasília: EMBRAPA, 2013. Disponível em: <<https://www.alice.cnptia.embrapa.br/alice/handle/doc/1039755>>. Acesso em: 26 nov. 2024.

CORNELISSEN, J. **Corporate communication: a guide to theory and practice**. 2023. Disponível em: <<http://www.torrosa.com.co.gs/resourcesproxy?an=5730568&publisher=fz7200>>. Acesso em: 25 nov. 2024.

CRESWELL, J. W. **Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches**. 4. ed. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2014. Disponível em: <<https://www.researchgate.net/>>. Acesso em: 26 nov. 2024.

DIESEL, Vivien; SILVEIRA, Paulo R. C.; ANDRES, Majana; BALEM, Tatiana. **Desenvolvimento territorial e metodologias participativas: encontros e desencontros**. 2002. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/260302595_desenvolvimento_territorial_e_metodologias_participativas_encontros_e_desencontros>. Acesso em: 27 nov. 2024.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. Disponível em: <<https://ayanrafael.com/wp-content/uploads/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9cnicas-de-pesquisa-social.pdf>>. Acesso em: 27 nov. 2024.

IITA. **Annual report 2020–2021**. Ibadan: IITA, 2022. Disponível em: <<https://www.iita.org/wp-content/uploads/2023/09/Annual-Report-2020-2021.pdf>>. Acesso em: 26 nov. 2024.

IITA. **IITA communication guidelines**. Disponível em: <<https://cgiar.sharepoint.com/sites/IITA/R4D/RS/CU/SitePages/IITA%20Communication%20Guidelines.aspx>>. Acesso em: 26 nov. 2024.

KIRTI RAJHANS. **Effective communication management: a key to stakeholder relationship management in project-based organizations**. 2018. Disponível em: <https://www.projektassistentz-blog.de/wp-content/uploads/2020/02/effective_communication_stakeholders>. Acesso em: 27 nov. 2024.

MILAGRES, Silva Ferreira; PETARLY, Renata Rauta; MELO, Juliana Aguilar; SOUSA, Diego Neves. **Manual de extensão rural: prática coletiva, acesso ao mercado e monitoramento econômico para grupos sociais**. Palmas: EMBRAPA, 2023. Disponível em: <<https://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/infoteca/bitstream/doc/11666/1/manual-extensao-rural-lv-2023.pdf>>. Acesso em: 27 nov. 2024.

NOTAROBERTO, G., M. C.; FERRÃO, F. R.; BELTRÃO, S. L. L. **Comunicação e desenvolvimento rural a partir do olhar das redes agroecológicas: territórios Agreste Alagoano e Alto Sertão Sergipano**. 2018. Disponível em: <<https://www.alice.cnptia.embrapa.br/alice/handle/doc/1118999>>. Acesso em: 27 nov. 2024.

PAULA, P. M. **Comunicação para o desenvolvimento: novo paradigma de intervenção comunitária**. e-Working Paper n. 133/2012. ISCTE-IUL, 2012.

SERVAES, J. **Communication for development and social change**. 2008. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/272482459_Communication_for_Development_and_Social_Change>. Acesso em: 29 nov. 2024.

SEN, A. **O desenvolvimento como expansão de capacidades**. 1993. Disponível em: <<https://www.scielo.br/>>. Acesso em: 27 nov. 2024.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015. Disponível em: <<https://www.scribd.com/document/743590862/YIN-Robert-K-Estudo-de-Caso>>. Acesso em: 27 nov. 2024.

ZINK, J.; DESROCHES, K. **Introducing organizational communication**. Ver. 3, 2023. Disponível em: <<http://dev.pressbooks.usnh.edu/organizationcommunication-ver3>>. Acesso em: 25 nov. 2024.