

## Revista Superação<sup>1</sup>

Janaina ISIDORO<sup>2</sup>

Indiara FERREIRA<sup>3</sup>

Universidade de Uberaba, Uberaba, MG

### RESUMO

A Revista Superação teve como objetivo levar informação especializada aos dependentes químicos em recuperação, suas famílias e todos os profissionais da área. As 16 editoriais englobaram o jornalismo informativo e opinativo, com ênfase aos personagens e suas histórias, mostrando exemplos para a sociedade de que a mudança, o desejo e o sucesso na luta contra a dependência química são possíveis. O magazine busca ser uma referência de apoio no tratamento de dependentes químicos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Responsabilidade social; Jornalismo especializado; Estilo magazine; Dependência química; História de vida.

### 1. INTRODUÇÃO

Um levantamento da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), ligada ao Ministério da Saúde, realizado em parceria com a Secretaria Nacional de Políticas sobre Drogas (Senad), do Ministério da Justiça, revelou que cerca de 370 mil brasileiros de todas as idades usaram regularmente *crack* e similares nas capitais, ao longo de pelo menos seis meses, em 2012. Esse número de 370 mil pessoas corresponde a 0,8% da população das capitais do país e a 35% dos consumidores de drogas ilícitas nessas cidades.<sup>4</sup> Além disso, 14% do total são crianças e adolescentes, o que equivale a mais de 50 mil usuários.

Levantamento realizado, também em 2012, pelo Estado de Minas, apontou que a capital mineira, Belo Horizonte, é considerada como a segunda do país onde mais se perdem vidas para o vício, atrás apenas de Fortaleza, no Ceará.<sup>5</sup> A metodologia utilizada foi da Secretaria de Estado de Defesa Social (Seds), com dados do Sistema Único de Saúde

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Jornalismo, modalidade JO 04 Revista-laboratório impressa.

<sup>2</sup> Aluna líder e recém-graduada do curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo, email: jana.isidoro@gmail.com

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo, email: indiara.ferreira@uniube.br

<sup>4</sup> Estes dados foram extraídos da matéria Brasil tem 370 mil usuários regulares de crack nas capitais, aponta Fiocruz, do site G1, veiculada em 19 set. 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/ciencia-e-saude/noticia/2013/09/brasil-tem-370-mil-usuarios-regulares-de-crack-nas-capitais-aponta-fiocruz.html>> Acesso em: 20 out. 2014.

<sup>5</sup> Estes dados foram extraídos da matéria Álcool e drogas estão matando mais em BH, do site em.com.br, veiculada em 21 jun. 2014. Disponível em: <[http://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2014/07/21/interna\\_gerais,550095/alcool-e-drogas-estao-matando-mais-em-bh.shtml](http://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2014/07/21/interna_gerais,550095/alcool-e-drogas-estao-matando-mais-em-bh.shtml)> Acesso em: 20 out. 2014.

(SUS) e do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Belo Horizonte apresentou aumento de 18,6% no número de óbitos motivados por situações em que pessoas abusaram de drogas e álcool, tanto overdoses quanto situações de violência e acidentes que envolveram pessoas entorpecidas.

Também em 2012, em Uberaba (MG), segundo dados do Centro de Atenção Psicossocial para os Dependentes de Álcool e outras Drogas (Caps AD) cerca de 280 pessoas foram atendidas por mês por causa do *crack* e outras drogas, mas não há levantamento específico sobre o número de óbitos no município.

Diante deste contexto, a Revista *Superação*, elaborada como Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), durante o segundo semestre do ano de 2014, constituiu-se em um magazine especializado para contar histórias de pessoas que lutam contra a dependência química, superando suas limitações no dia-a-dia, porém não são reconhecidas socialmente. De acordo com Ali (2009, p.348):

O sucesso e o fracasso das revistas dependiam da habilidade de identificar novos públicos e de compreender seus movimentos. Nesse ambiente, surgiram alguns inovadores que transformariam o negócio de revistas. Eles introduziram modelos nunca vistos antes e conquistaram novos públicos.

A Revista *Superação* integrou este novo modelo de revista para um novo público. Ao todo, no município, são 15 instituições voltadas para o tratamento da dependência química, que atendem aproximadamente 600 dependentes químicos em recuperação.

Estudo do psiquiatra Ronaldo Laranjeira, da Universidade de São Paulo (USP), mostra que “30% dos dependentes de *crack* morrem antes de completar cinco anos de uso”. (SALVO e SKUJIS, 2010).

Conforme a Secretaria Nacional de Políticas sobre Drogas (2013), o avanço da criminalidade associado ao tráfico de drogas e as complexas relações existentes entre situações de risco e consumo de drogas, principalmente o *crack* têm imposto desafios cada vez maiores, que exigem respostas eficazes do Governo e da sociedade.

Para esse enfrentamento, é preciso convergir esforços de diferentes segmentos na construção de alternativas que extrapolem as ações repressivas e considerem os diversos componentes associados aos problemas decorrentes do consumo de crack e outras drogas. (CORRÊA & MAXIMIANO, 2013, p.19).

A revista é uma busca concreta de apoio ao tratamento, pois se propõe a fornecer informação especializada e exemplo de vida de pessoas que enfrentam as drogas. A Revista

Superação abordou temas relacionados à superação pessoal e às drogas, em 16 editoriais. São editoriais relacionadas ao Jornalismo Informativo: Políticas Públicas, Comportamento, Sua Saúde, Você Sabia?, Gente Como A Gente, Comunidades, Gente que Faz, Faça Você Mesmo, Teste Prevenção e Contatos; e ao Jornalismo Opinitivo: Editorial, Tipo Assim (espaço do leitor), Fala Aí (enquete), Sobriedade (crônica), Fique por Dentro (artigo) e charge.

[...] Cada vez mais é fundamental o conhecimento e a ampla disseminação da política e da legislação brasileira sobre drogas em todos os setores do país, mostrando a sua importância nas ações de prevenção do uso, de tratamento, de reinserção social e de enfrentamento do tráfico. O uso de drogas afeta a todos: sejam familiares, educadores, líderes comunitários, profissionais ou cidadãos. (CORRÊA & MAXIMIANO, 2013, p.20).

As consequências do alto índice de usuários de drogas são realidade atual e precisam de atenção não só da rede pública, como da privada e de todos os cidadãos.

## **2. OBJETIVO**

O objetivo geral da Revista Superação foi trazer informação especializada para os dependentes químicos em recuperação, suas famílias e todos os profissionais da área, valorizando os personagens e suas histórias para evidenciar que vencer as drogas é possível.

A Revista Superação contou histórias que são exemplos para a sociedade de que a mudança, o desejo e o sucesso na luta contra a dependência química são possíveis. Dessa maneira, pretendeu-se auxiliar o outro a acreditar em si e a própria sociedade a reconhecer quem é aparentemente diferente como semelhante, a partir de exemplos de superação.

Como objetivos específicos, buscou-se mostrar o cotidiano de gente que venceu obstáculos e conseguiu superar as drogas; apresentar detalhes sobre a patologia e dicas de como viver mais e melhor; orientar as pessoas com notícias recentes e importantes sobre o tema, de forma a ajudar a pessoa a se informar e buscar ajuda; enfatizar, a cada edição, um personagem que possa contribuir com o tratamento de outras pessoas, compartilhando sua história de superação; oferecer espaço a profissionais para trazer dicas da sua área sobre o tema, por exemplo, psicólogos e assistentes sociais; mostrar o trabalho desenvolvido por dependentes em recuperação em comunidades terapêuticas; apresentar informação e estudos mais recentes sobre o tema e relatar fatos do cotidiano relacionado ao tema da edição.

## **3. JUSTIFICATIVA**

A Revista *Superação* faz-se importante para a população de Uberaba (MG), principalmente para dependentes químicos em recuperação e seus familiares, tendo em vista que não existe nenhum veículo de comunicação especializado direcionado ao público em questão na cidade e região.

Os mais brilhantes poetas, escritores, artistas, jornalistas, fotógrafos e cientistas têm usado as páginas das revistas para transmitir ideias, opiniões, interpretações, protestos, denúncias, beleza e diversão, formando assim o pensamento e o estilo de vida das sociedades. (ALI, 2009, p.17).

Percebeu-se a falta de informação para este público por meio da realização de uma pesquisa qualitativa (RUTTER, & ABREU, 2003). A investigação relacionada à Revista *Superação* integrou a disciplina de Administração em Jornalismo, no segundo semestre de 2013. O objetivo foi investigar a aceitação do público-alvo e como o projeto poderia ser aprimorado. Para a pesquisa, foi selecionada uma amostra composta por seis dependentes químicos em recuperação, internos da Comunidade Terapêutica Santa Rita de Cássia. No encontro, foram abordadas as histórias de cada um, como lidam com os desafios da recuperação e as informações sobre a dependência química que os mesmos recebem enquanto estão internados. Identificou-se que eles não têm informação especializada, por meio de veículos de comunicação, apenas pelas palestras e vivências com os especialistas. Os entrevistados relataram ainda que a família, muitas vezes, não entende a doença e, conseqüentemente, não age da maneira coerente com o tratamento. Todos foram enfáticos ao relatar que existem inúmeros programas que divulgam apenas as personalidades, os famosos, mas a mídia em geral se esquece dos “João”, que seriam as pessoas simples, que conseguem se superar. Para eles, a divulgação de histórias positivas pode ser um incentivo, pois eles se motivariam a partir dos exemplos.

Por essas evidências, a Revista *Superação* surgiu com o propósito de contar histórias de vida e mostrar que a superação é possível. As pesquisas quantitativas trouxeram resultado positivo sobre a aceitação do projeto, em especial, porque nas comunidades terapêuticas não há a permissão para livre uso de *Internet*, seja no computador ou nos aparelhos de telefone celular. “Simplicidade, espiritualidade e bem-estar: essas são as direções para onde apontam as revistas que mais crescem no início deste novo milênio”. (ALI, 2009, p.378).

Com a pesquisa qualitativa, conclui-se que a Revista *Superação* pode suprir a necessidade de contar as histórias de pessoas comuns para valorizar o que elas passam durante a recuperação e para incentivar os demais. Percebeu-se que as pessoas entrevistadas

querem reconhecimento, ou seja, não são simplesmente dependentes químicos em recuperação, mas seres humanos com suas singularidades, qualidades, histórias pessoais e profissionais que merecem ser resgatadas e evidenciadas.

A perspectiva do magazine foi contribuir com o processo que envolve, inclusive, a elevação da autoestima dessas pessoas. Boas (1996) evidencia que, enquanto o jornal diário empodera-se de fatores como a tradição, as revistas, de modo geral, estão focadas na contemporaneidade e na atualidade dos acontecimentos.

A tendência de uma revista é a inclinação de seus leitores. Então, é adaptar-se a eles. Os diagnósticos apresentados na interpretação de um fato também não estão imunes às tendências. A imparcialidade, por excelência, também não existe nas revistas semanais de informação. (BOAS, 1996, p.86).

A Revista Superação foi direcionada, com uma linguagem pensada no seu público-alvo, o dependente químico em recuperação.

#### **4. MÉTODOS E TÉCNICAS**

Este produto caracteriza-se como uma revista especializada. Os procedimentos técnicos utilizados neste trabalho foram a pesquisa bibliográfica (Gil, 1991), desenvolvida principalmente a partir dos autores Fátima Ali, Sérgio Vilas Boas e Tarso Araújo.

Do ponto de vista dos procedimentos técnicos optou-se pelo Levantamento (Gil, 1991), ou seja, quando a pesquisa envolve a pesquisa direta com aqueles personagens que se propõe conhecer, em especial, no que se refere ao comportamento.

Sensível ao problema social relacionado às drogas e suas consequências, evidenciados a partir de uma reportagem em profundidade, realizada na disciplina de Métodos de História de Vida, ministrada no 1º semestre de 2013, investiu-se na investigação do tema e nas análises bibliográficas. Posteriormente, na disciplina Administração em Jornalismo, no segundo semestre de 2013, foi-se a campo com suporte das pesquisas quantitativas e qualitativas para fundamentar as primeiras ideias do projeto.

O nome Revista Superação foi escolhido por meio de pesquisa quantitativa (RUTTER, & ABREU, 2003), no segundo semestre de 2014, realizada com dependentes químicos e profissionais da área, totalizando 68 entrevistados nas comunidades terapêuticas de Uberaba (MG). As opções oferecidas foram Superação, Gente e Supera. O resultado da pesquisa obteve 46% para Superação e um empate de 16% para Gente e Supera.

Seu objetivo é parecido com o título de um anúncio: chamar a atenção, despertar o interesse e encaminhar o leitor para o texto. Há vários tipos de títulos - chocantes, curtos, longos, poéticos, românticos, dramáticos. Mas não é o estilo que faz um bom título, e sim a sua competência em levar o leitor a ler o texto. (ALI, 2009, p.250).

Ainda conforme Ali, as revistas que se preocupam com o bem-estar, como a Revista Superação, são nova tendência do mercado.

#### **4.1 DESCRIÇÃO DO PROJETO EDITORIAL**

As editorias da Revista Superação foram escolhidas de acordo com as necessidades do seu público-alvo. “Para o leitor, o conteúdo editorial é a revista. A razão da compra. O que estabelece a relação de fidelidade. Um vínculo que se constrói ao longo do tempo, com a soma de todas as seções e matérias, edição após edição, ano após ano”. (ALI, 2009, p.197).

O magazine utilizou 16 editorias, sendo seis com gêneros opinativos (coluna, editorial, enquete, artigo, charge e crônica) mais três com gêneros informativos (reportagem, entrevista e notas). “A reportagem é uma notícia, mas não uma notícia qualquer. É uma notícia avançada, na medida em que sua importância é projetada em múltiplas versões, ângulos e indagações”. (BOAS, 1996, p.43).

Ali (2009, p.208) diz, que “as matérias são as principais representantes do conceito da revista”.

Cada uma delas deve estar de acordo com sua missão e com a visão das necessidades e desejos do leitor: não apenas no que se refere ao tema, mas ao tom, à atitude e à abordagem. Um conjunto característico de uma determinada revista. (ALI, 2009, p.208).

Entre os gêneros opinativos estão: a editoria Tipo Assim (espaço do leitor) que abordou a opinião do leitor sobre a revista, para que o mesmo possa sugerir, elogiar e criticar; o Editorial que trouxe a apresentação dos temas que foram abordados na revista; a Fala aí (enquete) destacou perguntas sobre temática abordada na editoria Políticas Públicas; a editoria Fique por Dentro (artigo) mostrou o texto produzido por um profissional ligado ao tema da psicologia ou assistência social; Sobriedade (crônica) foi redigida por dependente químico em recuperação; Charge também criada por dependente químico em recuperação.

Englobando os gêneros informativos, a revista Superação trouxe a editoria Políticas Públicas com matérias sobre leis e políticas públicas sobre drogas; Comportamento abordou

matérias sobre comportamento de usuários; Você sabia? Apresentou novidades sobre o tratamento da dependência química nos setores público e privado; a editoria Sua saúde enfatizou dicas de como viver melhor sendo um dependente químico em recuperação e dicas de hábitos saudáveis apresentados por especialistas; Gente Como A Gente trouxe uma história de superação; a editoria Comunidades mostrou como funciona o tratamento nas comunidades englobando o trabalho dos profissionais; Gente que faz expôs notas informativas mostrando trabalhos de dependentes químicos em recuperação; Faça você mesmo elencou dicas de profissionais ensinando o dependente químico em recuperação a produzir por meio da arte; a editoria Teste Prevenção enumerou testes relacionados à prevenção de recaídas; Contatos ofereceu visibilidade a todas as comunidades de Uberaba e grupos de apoio no tratamento da dependência química exibindo seus telefones.

#### **4.2 DESCRIÇÃO DO PROJETO GRÁFICO**

Outro passo na produção da Revista Superação foi a criação do projeto gráfico, ou seja, o *layout* da revista. “O design de revistas não é um fim em si mesmo. É parte do jornalismo e tem duas funções primordiais: estabelecer a identidade visual e comunicar o conteúdo editorial. O resto é arte”. (ALI, 2009, p.95).

As revistas que serviram de referência para criação do projeto gráfico foram: *a<sup>3</sup>* e *Felicidade*.

A Revista Superação tem tamanho padrão, sendo 21x28 cm e 42 páginas e foi diagramada em três colunas. Apenas as editorias Políticas Públicas, Gente Como A Gente, Contatos e Sobriedade possuem design diferenciado, sendo as três primeiras em duas colunas e a última editoria citada em uma coluna. A fonte selecionada foi Nexa Light, com sua variação em Bold. Uma fonte reta e atual que compõe a proposta do projeto editorial elaborado. O uso da variação entre Light e Bold sugere um contraste dos tipos para valorização do design. “A tipografia é um elemento importante na determinação da personalidade de uma revista. Um projeto gráfico não precisa de um grande número de fontes. Ao contrário, quanto menos, mais forte a personalidade”. (ALI, 2009, p.128).

O corpo de texto foi padronizado em Nexa Light, 11 pts. O nome das editorias foi escrito em Nexa Bold, com 16pts; os títulos tiveram como padrão a Nexa Bold, variando de 24 a 32 pts; a linha fina teve a Nexa Light, entre 18 e 22 pts, os créditos das fotos, dos repórteres e demais colaboradores vieram com a Nexa Bold, em 8 pts.



Cada página deve estar de acordo com a missão e o formato gráfico da revista para manter uma unidade visual do começo ao fim. Partes sem um fio condutor, diferentes umas das outras, desintegram o visual. O leitor abre cada edição esperando similaridade e continuidade no formato. Assim, o respeito ao formato é a primeira garantia do estabelecimento da unidade. O mesmo se aplica ao layout das matérias. (ALI, 2009, p.142).

Cada editoria teve uma caracterização específica conforme sugere a autora, inclusive relacionada à sua cor, conforme sugere o Guia Emocional das Cores<sup>6</sup>. A Capa usou foto relacionada à editoria Gente como a Gente, que é a história de vida do personagem central da revista. Abaixo, houve a chamada para esta matéria principal. Foram utilizadas também três chamadas laterais. As cores utilizadas na capa são de acordo com a tonalidade da foto, mas priorizando a cor branca na escrita. O branco transmite paz e estabilidade; a editoria Tipo Assim (espaço do leitor) trouxe uma foto do leitor em destaque. Ao lado, sua opinião com os dados do entrevistado (nome, idade e quanto tempo está em tratamento). A cor azul transmite sensação de confiança e segurança; no Sumário, na parte superior da página, foram utilizadas três fotos, sendo duas menores na horizontal e uma maior na vertical. A palavra Sumário apareceu entre as fotos, na cor preta. Na parte inferior da página também foi seguido o padrão de três fotos, sendo duas menores na horizontal e uma maior na vertical; na editoria de Políticas Públicas, a matéria foi diagramada em duas colunas, tendo duas fotos legendadas. A cor da editoria é preta, contrastando com a retícula amarela. O amarelo combinado com o preto pode ser eficaz e interessante; Fala aí (enquete) trouxe a foto do participante da enquete, e, logo abaixo, sua opinião, acompanhando a cor da editoria políticas públicas (amarelo e preto); a editoria de Comportamento foi composta com ilustrações com uma foto abaixo de um olho. A cor da editoria foi vermelha, que aumenta a atenção, é estimulante e motivador; a Fique por Dentro (artigo) apresentou diagramação em três colunas com foto e identificação do profissional no início da página, do lado direito, com formato redondo seguido de retícula. A editoria acompanha a cor vermelha, uma vez que se relaciona à editoria de Comportamento; Na editoria Charge, a produção foi realizada pelo dependente químico em recuperação. A cor vermelha seguiu a editoria Comportamento; a editoria Você Sabia? apresentou o jogo de perguntas e respostas diagramado solto na página em composição com as fotos e desenhos de banco de imagem.

---

<sup>6</sup>Estes dados foram extraídos do arquivo Guia Emocional das Cores, do Site Acervo Publicitário. Disponível em: <<http://www.acervopublicitario.com.br/2013/07/dicas-como-utilizar-as-cores-em-seus.html>> Acesso em 20 out. 2014.



A cor da editoria foi roxo, que se refere aos mistérios. Na Gente Como A Gente, a reportagem diagramada em duas colunas, com fotos em mosaico e imagens de página inteira. A cor dessa editoria é azul, que traz a confiança, segurança, força e sucesso; a editoria Sua Saúde expôs entrevista em formato ping-pong, diagramada em três colunas, com foto do entrevistado, no fim da matéria e olho compondo a linha de visão. Esta editoria tem cor verde, por ser uma cor pacífica, que remete ao crescimento, saúde e equilíbrio. A editoria Comunidades apresentou matéria contendo duas fotos-legenda e um olho. A cor é amarelo por representar credibilidade. A Gente que faz apresenta foto do personagem e texto ao lado da mesma. Cor: lilás, que significa imaginação, sabedoria e criatividade. A editoria Faça você mesmo tem uma foto de página inteira do produto e, na página seguinte, várias fotos formando um quadrado, compondo um passo a passo. O texto aparece ao lado, com o modo de fazer. A editoria foi laranja, simbolizando dinamismo, amizade e mudança.

O Teste Prevenção apresentou-se em uma página com nome do teste e texto explicativo com quadros para preencher. A cor da editoria é preto com o fundo cinza. A editoria Sobriedade (crônica) foi diagramada em uma coluna, com texto produzido pelo dependente químico em recuperação com foto identificando o autor. A cor é preto, que sugere mistério e curiosidade. Contatos trouxe endereços e telefones mais o nome das pessoas de contato de todas as comunidades terapêuticas de Uberaba e dos grupos de apoio no tratamento da dependência química. A cor desta editoria também foi o preto, com o texto em retícula cinza.

Ali (2009) explica que, para uma revista se manter no mercado, é importante que o projeto editorial esteja bem consolidado. Para ela, existem três elementos que compõem o projeto editorial: missão, título e fórmula. A missão “define o objetivo da revista, seu público leitor, o tipo, e a forma do conteúdo que vai concretizar sua razão de ser”. (ALI, 2009, p. 47). O título é o nome da revista e a maneira como será chamada e lembrada. Por fim, a fórmula da revista é composta por vários elementos: conteúdo, design, fotografia, ilustrações e infográficos. “A fórmula editorial é a ‘receita’, ou seja, a mistura dos ingredientes, a maneira como a revista monta o seu edifício e estrutura o conteúdo na implementação da missão.” (ALI, 2009, p.56).

Pensando em viabilizar a produção da revista, analisa-se a perspectiva de captação de recursos junto aos órgãos municipais, estaduais e federais. A meta é que a mesma circule nas comunidades terapêuticas como forma de apoiar o tratamento.

## **5. CONSIDERAÇÕES**

Produzir a Revista Superação foi um desafio. Conhecer outra realidade e entrar em contato com vivências diferentes contribuíram tanto com o crescimento profissional, quanto com o pessoal. Trabalhar com o dependente químico em recuperação foi uma experiência que quebrou preconceitos e trouxe a certeza de que realmente há casos de superação. Gente que todos os dias abre mão de suas vontades relacionadas à dependência química em razão de acreditar que a vida pode ser mais digna e plena. A produção da Revista Superação também trouxe a possibilidade de colocar em prática os conhecimentos adquiridos no curso de Comunicação Social: habilitação em Jornalismo.

## REFERÊNCIAS

ALAMA, L.; CÉO, R; FORMIGA, I. **Brasil tem 370 mil usuários regulares de crack nas capitais, aponta Fiocruz**. G1, São Paulo, Brasília, 19 set. 2013. Atualizada em 19 set. 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/ciencia-e-saude/noticia/2013/09/brasil-tem-370-mil-usuarios-regulares-de-crack-nas-capitais-aponta-fiocruz.html>> Acesso em: 20 out. 2014.

ALI, F. **A arte de editar revistas**. São Paulo: Ed. Companhia Editora Nacional, 2009.

ARAÚJO, T. **Almanaque das drogas: um guia informal para o debate racional**. São Paulo: Leya, 2012.

BOAS, S. V. **O estilo magazine: o texto em revista**. São Paulo: Ed. Summus, 1996.

CORRÊA, K. F.; MAXIMIANO, Z. A. **Capacitação para comunidades terapêuticas: conhecer para cuidar melhor: Curso para líderes, voluntários, profissionais e gestores de comunidades terapêuticas**. Brasília: Secretaria Nacional de Políticas sobre Drogas, 2013.

ESTEVEM, W. **Guia Emocional das Cores**. Site Acervo Publicitário. Disponível em: <<http://www.acervopublicitario.com.br/2013/07/dicas-como-utilizar-as-cores-em-seus.html>> Acesso em 20 out. 2014.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 3. São Paulo: Ed. Atlas, 1991.

KIEFER, S.; PARREIRAS, M. **Álcool e drogas estão matando mais em BH**. Site em.com.br, Belo Horizonte, 21 jun. 2014. Atualizada em 21 jun. 2014. Disponível em: <[http://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2014/07/21/interna\\_gerais,550095/alcool-e-drogas-estao-matando-mais-em-bh.shtml](http://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2014/07/21/interna_gerais,550095/alcool-e-drogas-estao-matando-mais-em-bh.shtml)> Acesso em: 20 out. 2014.

RUTTER, M.; ABREU, S. A. **Pesquisa de mercado**. 2. São Paulo: Ed. Ática, 2003.

SALVO, P. M.; SKUJIS, H. **Depoimentos dramáticos de quem luta contra o crack**. Veja São Paulo, São Paulo, 28 mai. 2010. Atualizada em 7 dez. 2010. Disponível em: <<http://vejasp.abril.com.br/materia/depoimentos-dramaticos-de-quem-luta-contr-crack>> Acesso em: 20 out. 2014.