

RELATO DE EXPERIÊNCIA

NINHO CHEIO: PODCAST SOBRE A GERAÇÃO CANGURU

Jordane Pinheiro dos Santos; santos.jordane@mail.uft.edu.br

Maria de Fátima de Albuquerque Caracristi; mariaf@mail.uft.edu.br (orientadora)

RESUMO

Este artigo é o resultado do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) que teve como objetivo produzir uma série de Podcast sobre o tema da geração canguru. O trabalho se concentrou em analisar três aspectos principais: a convivência familiar, o conforto e o acolhimento que a família dá ao jovem; a saúde mental, a importância de uma rede de apoio para superar algum transtorno mental; e a economia, que é um dos motivos mais comuns para impedir a saída dos jovens da casa dos pais, principalmente aqueles que estão entrando no mercado de trabalho.

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo. Podcast. Geração Canguru. Família.

1. INTRODUÇÃO

O FENÔMENO GERAÇÃO CANGURU

O fenômeno denominado Geração Canguru refere-se a jovens adultos, que apesar de terem uma certa independência financeira, permanecem na casa dos pais. Os jovens adultos, chamados de filhos cangurus, estão na faixa etária de 24 a 34 anos, e se classificam no grupo de jovens que têm trabalho e muitas vezes também estudam, mas, ainda moram com os pais.

A Geração Canguru se intensifica na sociedade brasileira e é observada também em outros países, esta é uma das justificativas para a escolha deste tema para a produção de um podcast, como gênero de formato para o Trabalho de Conclusão de Curso, realizado no curso de jornalismo, da UFT.

O trabalho se concentrou em analisar três aspectos principais: a convivência familiar, o conforto e o acolhimento que a família dá ao jovem; a saúde mental, a importância de uma rede de apoio para superar algum transtorno mental; e a economia, que é um dos motivos mais comuns para impedir a saída dos jovens da casa dos pais, principalmente aqueles que estão entrando no mercado de trabalho.

A ideia é discutir aspectos da Geração Canguru, por meio de diálogos focados nas entrevistas com personagens específicos, que poderão explicar o conceito da Geração Canguru e fornecer orientações práticas para jovens adultos e suas famílias.

2. JUSTIFICATIVA

O Podcast Ninho Cheio se justifica pela dinâmica social que atribuiu a este gênero da comunicação, um dos mais consumidos no Brasil, o que se caracteriza num gênero interessante para a divulgação de conteúdo. O podcast foi tecnicamente realizado, visando priorizar uma linguagem mais simples e de fácil compreensão. A ideia é verificar quais as influências culturais que interferem no fenômeno do ninho cheio, que estão inteiramente ligadas à Geração Canguru.

O tema pode não ser inédito mas é pouco discutido, principalmente no jornalismo brasileiro. A falta de análises abrangentes sobre a Geração Canguru, deixa um vazio de conteúdo, que visamos preencher com os episódios que serão veiculados a partir deste projeto. Embora existam alguns podcasts e publicações que abordam o tema, como "Redução de Danos" e o "Podcast Imobiliário", o projeto em tela buscou consolidar diferentes perspectivas e oferecer uma visão mais completa sobre este fenômeno social e impactante da chamada Geração Canguru.

Este trabalho é importante de forma específica para o jornalismo, por introduzir a discussão do "Ninho Cheio" no âmbito das redes sociais, possibilitando a maior compreensão dos familiares e de todos os que de uma maneira mais representativa ou menos estejam, envolvidos no processo, tanto dos filhos e filhas, como dos pais e demais familiares, que estejam experienciando a decisão de permanecer ou partir do ninho familiar.

4. QUADRO TEÓRICO DE REFERÊNCIA

4.1 PODCAST

O NINHO CHEIO é um podcast, produto midiático cujo conceito, de acordo com o Site Summer Comunicação, é atribuído ao ex-VJ da MTV Adam Curry, que é um dos principais responsáveis pela criação do formato de transmissão de áudio pela internet conhecido como podcast.

Coube a Adam Curry criar o primeiro agregador de podcasts usando Applescript (linguagem de computador interpretada que age sobre a interface do sistema operacional da Apple) e disponibilizar o código na Internet, para que outros programadores pudessem ajudar. Segundo Falcão e Temer (2019), a palavra podcast é uma junção de “Pod”, de iPod, aparelho portátil para ouvir áudios e músicas lançado pela empresa Apple em 2001, cuja sigla significa Personal on Demand, ou “pessoal sob demanda” e cast, que vem de broadcast, ou “transmissão”.

De acordo com a Revista Javali (2021), pouco mais da metade do público de podcast do Spotify, (52%) está na faixa etária entre 16 e 34 anos, e 48% possuem mais de 35 anos. O formato de áudio se adapta bem ao estilo de vida contemporâneo atualmente as pessoas não têm muito tempo para parar e ouvir ou ver algo, isso gerou um interesse maior no formato podcast, já que os ouvintes podem consumir o conteúdo enquanto realizam outras atividades, otimizando o tempo e tornando a informação mais acessível.

Segundo Lopes (2024), no ano de 2020, cerca de 40% dos brasileiros já consumiam podcasts, e para 2023, houve um aumento para 43%. Segundo o site Pod Notícias, isso faz do Brasil um dos únicos 3 países do mundo onde mais de 40% da população consome podcast; os outros dois são a Suécia e a Irlanda.

Com essas características, as pessoas podem ouvir as informações apresentadas nas produções seja de qual tema forem, de acordo com seus próprios estilos e gostos, enquanto fazem outras tarefas. Segundo Falcão:

Para além do imediatismo, o podcast estabelece uma nova relação de tempo com quem o consome. (...) Seu enquadramento enquanto gênero jornalístico se justifica pelo alcance, pela novidade, pela clareza do pacto de conteúdo quando se fala em podcast, e pela diversidade de formatos que engloba. FALCÃO (2019, p. 11)

Assis (2009; p. 5) reconhece que: “ Ouvir um podcast não é como ouvir uma rádio onde se diz, “o que será que está passando?” mas é mais uma ferramenta criativa onde se diz “vou ouvir o que eu quero”. Falcão (2019, p. 1) complementa, quando diz que entre suas características básicas do podcast estão o fato de dividir se

em episódios temáticos, o baixo custo da produção, a busca por uma linguagem mais simples e maior liberdade de temas e formas de abordagem.

Portanto, o podcast se configura como uma ferramenta adequada para preencher a lacuna existente na cobertura jornalística de vários temas, neste caso, vamos tratar do fenômeno da Geração Canguru. As características deste gênero de produção possibilitam a análise detalhada e uma discussão aprofundada sobre as questões socioeconômicas aqui relacionadas.

4.2 A Geração Canguru

Canguru se refere ao animal que é um mamífero marsupial, seu filhote se desenvolve inicialmente no útero e termina o desenvolvimento no marsúpio, bolsa de pele na região da barriga.

A Geração Canguru, se refere ao filho ou filha, já a expressão “Ninho Cheio”, nome escolhido para o podcast, se refere ao fenômeno dos filhos morando na casa dos pais. Se eles não saem, o ninho ainda está cheio. Há ainda o termo filho bumerangue, que diz respeito aos filhos que saem da casa dos pais mas eventualmente voltam.

Breve levantamento de dados estatísticos do público alvo

Os dados iniciais, de acordo com pesquisas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) por meio da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua) indicam que na região norte, tem-se um maior número de jovens, 25,1% da população tendo entre 25 a 39 anos. Na mesma região há um maior percentual também nas pessoas classificadas como filhos e filhas ou enteados e enteadas que moram em unidades domésticas estendidas (constituída pela pessoa responsável com pelo menos um parente) de 38,3% ocupando o primeiro lugar na pesquisa.

Neste trabalho para efeito conceitual, consideramos os jovens na faixa etária de 24 a 34 anos, como integrantes do grupo definido como “geração Canguru”, segundo a observação dos critérios selecionados por alguns estudiosos.

Dependendo da linha de pensamento do pesquisador, podem haver divergências quanto a idade do jovem adulto. Autores como Vieira e Rava (2010); Erikson et al, citam alguns exemplos que limitam a faixa etária em 20 aos 35 anos.

São inúmeros os motivos para os jovens continuarem a morar com os pais, ou retornarem depois de um tempo de independência, mas para este estudo considerou-se somente três motivos principais: economia, convivência familiar e saúde mental.

Optou-se também por usar apenas os dados do ano de 2018, pré-pandemia e 2021, pós-pandemia, porque não foram encontrados dados no período da pandemia do novo coronavírus.

O termo “Geração Canguru” apesar de ser usado por pesquisadores brasileiros, e até mesmo aparecer como título de estudos, como no caso de Dowich e Kissula (2023), não é algo utilizado no cotidiano da população brasileira, então, a proposta do podcast é inserir este conceito, para que as pessoas tenham conhecimento do mesmo, e ser ampliado os conceitos e definições a fim de obter-se uma comunicação mais focada em dados reais.

Sampaio (2020) explica que o Brasil demograficamente aloja uma quantidade generosa dessa geração. “(...) sob o teto da família em nome do conforto e economia.”. Paul (2003, pp.40-53) completa, ao nomear os filhos e filhas de “adultocentes”, afirmando que “embora muita atenção tenha sido dada aos “adultocentes” que vivem em casa, pouco se tem dito sobre seus pais, muitos dos quais são Baby Boomers que recebem seus filhos e filhas bumerangues de braços abertos”.

4.4 Convivência familiar

A comodidade de ter alguém para fazer a sua comida, limpar os ambientes da casa e pagar todas as contas é acolhedor demais para de um dia para o outro simplesmente não ter mais, o apego aos pais e a vida que eles proporcionam é outro fator importante para a existência da geração canguru.

Ferreira et al (2008; p. 6) afirmam que: “A permanência dos filhos adultos na casa dos pais pode afirmar-se como uma atitude de não-enfrentamento inibindo a

sua independência.” Traz o ponto de que mesmo estando na casa dos pais os jovens fogem de responsabilidades: “a maioria por não contribuírem com orçamento familiar, pagando apenas as contas pessoais, retarda a ideia de responsabilidade”.

Em Paul (2016, p. 1), os filhos cangurus são o reflexo das mudanças nas atitudes de pais em relação a seus filhos, que tem muito haver com a diferença de gerações. Os pais dos cangurus de hoje em dia são, em sua maioria, da geração “Baby Bummer. “O desejo deles de manter seus filhos por perto, é um anseio pela juventude - os pais de hoje em dia (a geração original de Peter Pan) simplesmente não querem que seus filhos cresçam”.

O filho canguru pode se apegar a forma como os pais os educaram e mimam, os autores acima explicam sobre como a teoria do apego, de como os pais podem ter sido distantes na infância e que se aproximam ao se aproximar a adolescência ou fase de transição de adolescente para adulto. Resumem que “um apego inseguro na infância pode causar no adulto jovem um medo frente a uma nova vida sem a presença constante desses pais”.

5.2 Gravação e edição

Depois de selecionar os que mais se encaixavam nos três motivos escolhidos do trabalho, deu-se início às entrevistas para o podcast, como as agendas raramente batiam, e alguns moravam em outras cidades, foi escolhido a rede social Whatsapp como meio de entrevista. Como o trabalho é inspirado no podcast Collor vs Collor, o fato de não ser uma conversa direta não foi um problema.

A edição do podcast foi feita no site Veed, que apesar de ser conhecido por ser um site para edição de vídeo, é mais fácil de editar áudios, e a plataforma para a publicação escolhida foi o Spotify, que apesar de existirem outras plataformas como SoundCloud, Deezer e até mesmo a possibilidade de publicar no Youtube, se diferencia por ter seu próprio aplicativo para os criadores, o Spotify for Creators, que fornece um controle da produção, e monitoramento do alcance, permitindo a distribuição gratuita do material, aumentando o alcance e facilitando a disseminação de informações. Além de ser a opção que mais aparece quando se pesquisa sobre podcast.

5.3 PÓS-PRODUÇÃO

É importante para o podcast ter um perfil na rede social Instagram¹ que permite comentários, porque eles são importantes para direcionar futuros episódios, de acordo com o que as pessoas mais tem dúvidas ou curiosidades sobre o assunto.

Para a divulgação, a principal ideia é fazer pôsteres com a logo do podcast, espalhados por vários lugares da cidade de Palmas, com um qr code para facilitar o acesso. Além de usar o gerenciamento de contas do Meta Business para turbinar as publicações no Instagram. O sistema de anúncios do Meta Business tem o valor mínimo de R\$6, o que facilita para uma publicidade mais em conta.

Como todas as funções, desde a pesquisa até a edição final e a criação das postagens e posters, foram executadas pela autora deste projeto, não foi necessário desembolsar nenhum desses valores. Todos os equipamentos necessários para a realização deste projeto são de uso pessoal, como o computador portátil e o celular para a gravação das sonoras, não houve a necessidade de compra ou aluguel de nenhum equipamento.

6. DESCRIÇÃO DO PRODUTO

6.1 PRODUTO E INSPIRAÇÃO

A proposta do podcast é ser dinâmico de forma não muito formal, tendo como exemplo o podcast Collor vs. Collor, da jornalista Évelin Argenta, pela Rádio Novelo, que traz uma dinâmica diferente de sonoras em estúdio e depois encaixa o áudio do entrevistado, como se fosse uma recordação.

A primeira temporada do podcast foi pensada para ser curta, com 3 episódios. O podcast tem duração aproximada de 20 a 25 minutos, com uma pequena esquete teatral no início de cada episódio, com uma curta conversa relacionada ao conteúdo do episódio, duas entrevistas, sendo o ponto principal, para falar sobre a experiência de morar com os pais e os minutos finais com uma pequena dica, que seja relacionada com o que está sendo debatido no episódio.

¹ O Instagram do Ninho Cheio pode ser encontrado no pelo link: <https://www.instagram.com/ninho.cheio?igsh=MTVnYzg1bzB4aXZwaQ==>. Acesso em 14 mar. 2025.

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O fenômeno denominado Geração Canguru foi o tema escolhido para ser midiático em formato de podcast com o título Ninho Cheio, neste Trabalho de Conclusão do Curso de Jornalismo. O tema abordado refere-se a jovens adultos, que apesar de terem uma certa independência financeira, permanecem na casa dos pais, o que se denomina de filhos cangurus.

O podcast utilizou de entrevistas que foram realizadas com pessoas que experienciaram esta fase da vida, tanto os jovens que ousaram sair das casas dos pais, como as diferentes situações que envolvem essas escolhas. O desenvolvimento técnico do roteiro às interpretações das situações inseridas pelos personagens do podcast Ninho Cheio, foram importantes para explicar ao público ouvinte o que cada jovem adulto, da chamada geração canguru, tem de singular nas experiências vividas.

O que se pretende com o Podcast é que ele possa explicar, de certo modo, porque existe essa não urgência que os filhos cangurus, e até mesmo os pais, têm, que os fazem manter o ninho cheio mesmo durante a fase adulta de seus filhos. Servindo tanto para os que estão à beira de sair de casa ou decidindo permanecer nela, com curtas dicas que podem facilitar nesses processos.

Neste aspecto, o jornalismo mais uma vez cumpre aqui o seu papel de informar, mostrar as evidências e compartilhar histórias que podem ajudar as pessoas a enfrentar certos desafios que envolvem aspectos econômicos e sociais, como é o caso do Ninho Cheio.

As pesquisas realizadas em bases de dados como IBGE serviram para dar ao produto o aspecto verossímil que foram abordados nos diálogos e nas narrativas inseridas no podcast. A condução do trabalho foi desafiadora, principalmente porque tratou-se de histórias reais vividas por famílias.

Quando o podcast, enquanto mídia é escolhida para contar uma histórias verídica, de alguém, pelo viés de realidade imposta ao jornalismo, ele adquire um valor técnico e profissional para o jornalista ainda maior, porque faz-se necessário além de uma narração atraente, um roteiro técnico primoroso para que não se perca a essência dos dados pesquisados, bem como que haja no produto final todos os

elementos sonoros que são capazes de sensibilizar e envolver a audiência apenas pelo recurso do som.

O podcast demonstrou ser uma ferramenta prática e acessível para a criação e distribuição de informações, por ser versátil, adaptado ao estilo de vida contemporâneo, permitindo o alcance a um público diversificado, tornando possível a disseminação de conteúdos relevantes de forma eficiente.

As características inerentes ao produto podcast também possibilitam o maior compartilhamento do conteúdo, a exploração de novas estratégias para otimizar a divulgação do produto, pelo amplo compartilhamento do produto nas plataformas de conteúdo Spotify quanto e na rede social Instagram.

Por fim, a experiência proporcionou à autora um aprendizado significativo em sua formação prática em jornalismo, especialmente no que diz respeito à aproximação com as fontes, à verificação rigorosa das informações e busca por conteúdos pouco explorados, para além do trabalho em planejamento gráfico e edição de conteúdo. O projeto não apenas consolidou habilidades técnicas, mas também reforçou o papel social do jornalismo em oferecer análises abrangentes e narrativas que promovam reflexões sobre questões contemporâneas, como as dinâmicas da Geração Canguru.

Para acessar o conteúdo basta de direcionar ao link:

https://open.spotify.com/show/6DqcJpMzrmRsN1GKGP5Phj?si=k333A_oaTvuMlpFloAtMhQ

10. REFERÊNCIAS

ABUD, M. **Tendências do Podcast no Brasil: Formatos e Demandas**. Faculdade Armando Álvares Penteado, São Paulo, Brasil. Ago. 2019. Disponível em: https://www.faap.br/nimd/pdf/2019-08_podcast_REV.pdf > Acesso em: 15 ago. 2024.

AIDAR, L. Portal Significados. **Cores e seus significados**. Brasil. [s.d]. Disponível em: <https://www.significados.com.br/cores-2/> > Acesso em 29 de jan. 2025.

ASSIS, P. **Podcasting como ferramenta de distribuição de conteúdos digitais via internet**. Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba. Brasil. 2010. Disponível em:



<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1834-2.pdf> > Acesso em: 7 de dez. 2024

BRITTO, V. **Em 2021, país tinha 12,7 milhões de jovens que não estudavam nem estavam ocupados.** Agência IBGE de Notícias, Brasil. Dez. 2022. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/35686-em-2021-pais-tinha-12-7-milhoes-de-jovens-que-nao-estudavam-nem-estavam-ocupados> > Acesso em: 15 ago. 2024.

BUNGE, M. *et al.* **O jovem adulto que reside com os pais: um estudo exploratório.** Instituto Metodista de Ensino Superior. Brasil. 2012. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/229060272.pdf> > Acesso em: 7 jan. 2025.

CABRAL, U. **População cresce, mas número de pessoas com menos de 30 anos cai 5,4% de 2012 a 2021.** Agência IBGE de Notícias, Brasil. jul. 2022 p. 6. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/34438-populacao-cresce-mas-numero-de-pessoas-com-menos-de-30-anos-cai-5-4-de-2012-a-2021> > Acesso em: 15 ago. 2024.

DOWICH, M; KISSULA, J. C. **Geração Canguru: Os Principais Aspectos que Mantêm o Jovem Adulto na Casa dos Responsáveis.** Revista Contemporânea, Brasil, dez. 2023. [S. l.], v. 3, n. 12, p. 26922–26945, 2023. DOI: 10.56083/RCV3N12-113. Disponível em: <https://ojs.revistacontemporanea.com/ojs/index.php/home/article/view/2586>. > Acesso em: 8 apr. 2024.

FALCÃO, B; TEMER, A. **O podcast como gênero jornalístico.** 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Belém, PA. set. 2019. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1367-1.pdf> > Acesso em: 8 abr. 2024.

FERREIRA, P. A. **Geração Canguru: Algumas Tendências que Orientam o Consumo Jovem e Modificam o Ciclo de Vida Familiar.** III Encontro de Marketing da ANPAD. Curitiba. Mai. 2008. Disponível em: <https://silo.tips/queue/geracao-canguru-algumas-tendencias-que-orientam-o-consumo-jovem-e-modificam-o-ciclo-de-vida-familiar> > Acesso em: 22 Abr. 2024.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Características gerais dos moradores 2020-2021.** Brasil. 2022. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101957> > Acesso em: 15 ago. 2024.

LEÓN, F. **Morando com seus pais? Aqui estão maneiras de criar uma família harmoniosa** (Live with your parents? Here's how to create a harmonious household). Estados Unidos da América. Out. 2023. Disponível em: <https://www.npr.org/2023/10/23/1199885819/living-at-home-living-with-parents> > Acesso em: 8 abr. 2024.



LOPES, L. **Pod Notícias 001 - Cenário do podcast no Brasil em 2024**. Portal Radiofobia, Brasil, fev. 2024. Disponível em:

<https://radiofobia.com.br/podcast/2024/02/pod-noticias-001-cenario-do-podcast-no-brasil-em-2024/#:~:text=A%20%C3%BAltima%20estimativa%20do%20IBOPE,ser%20o%20ano%20do%20podcast.> > Acesso em: 20 ago. 2024.

MAGNONI, A. F.; ALMEIDA, W. D. DE; LEITE, W. **Radiodifusão, web rádio e podcast: o ensino do jornalismo em áudio**. Conhecimento & Diversidade, v. 12, n. 27, p. 152 e 154. Brasil. 2020. Disponível em: https://revistas.unilasalle.edu.br/index.php/conhecimento_diversidade/article/view/7177 > Acesso em 07 de jan. 2025.

MILAN, A. **Diversidade de Jovens Adultos Morando com os Pais. Statistics Canada**. Canadá. Jun. 2016. Disponível em: <https://www.homelesshub.ca/sites/default/files/attachments/14639-eng.pdf> > Acesso em: 20 abri. 2024

ORTEGA, J. **Pesquisa do IP revela que adultos que ainda moram com os pais se sentem incomodados**. Agência USP de Notícias. São Paulo, Brasil. Jun. 2012. Disponível em: <https://www5.usp.br/noticias/comportamento/pesquisa-do-ip-revela-que-adultos-que-ainda-moram-com-os-pais-se-sentem-incomodados/> > acesso em: 15 ago. 2024.

PAUL P. **The Permaparents Trap. Psychology Today**. Estados Unidos da América. Set. 2003. Disponível em: https://www.naspa.org/images/uploads/main/PaulP_JozefowiczC_2003_The_permaparent_trap.pdf > acesso em: 1 jul. 2024.

ROCK CONTENT. **Instagram: pesquisas mostram as tendências da rede social para 2023**. Brasil. 2023. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/tendencias-instagram/#:~:text=O%20Instagram%20%C3%A9%20uma%20das,concorr%C3%Aancia%20com%20o%20marketing%20digital.> > acesso em 19 de jan. 2025.

SAMPAIO, J. **O apogeu da “geração canguru”, de filhos que não saem de casa**. Revista Veja, Brasil. Jul. 2020. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/ideias/o-apogeu-da-geracao-canguru-de-filhos-que-nao-saem-de-casa> > Acesso em: 8 abr. 2024.

SILVA, G. V. **Ninho Cheio: Articulações amorosas dos filhos adultos que residem na casa dos pais**. Universidade Estadual Paulista. Brasil. Mar. 2023. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/items/2fdc7f64-cfa0-47e0-85aa-647dfbbc751f> > Acesso em: 22 Abri. 2024.

SUMMER COMUNICAÇÃO. **Curiosidade: De onde surgiu o podcast?**. Brasil. 2024. Disponível em:



<https://summercomunicacao.com.br/blog/curiosidade-de-onde-surgiu-o-podcast/#:~:text=Ele%20criou%20o%20primeiro%20agregador,que%20outros%20programadores%20o%20a judassem> > Acesso em 18 de jan. 2025.

VIEIRA, A.; RAVA, P. **Ninho cheio: uma nova etapa do ciclo vital familiar?**.
Faculdades Integradas de Taquara, Barbaroi. Santa Cruz do Sul. Brasil. 2010. p. 6 e 11.
Disponível em: <https://pepsic.bvsalud.org/pdf/barbaroi/n33/n33a08.pdf> > Acesso em: 7 de jan. 2025.