

Elaboração de Programas de Educação Nutricional

Ana Maria Cervato-Mancuso

INTRODUÇÃO

Elaborar planos e tomar decisões são procedimentos que fazem parte do cotidiano no mundo contemporâneo. Entretanto, as ações diárias nem sempre são delineadas em etapas organizadas. Para a realização de atividades que não estão inseridas no cotidiano, os processos racionais que envolvem o planejamento colaboram para o alcance do que se deseja realizar.

Gandim, citado por Baffi,¹ refere que é impossível enumerar todos os tipos e níveis de planejamento necessários à atividade humana. Sobretudo porque, sendo a pessoa humana condenada, por sua racionalidade, a realizar algum tipo de planejamento, está sempre ensaiando processos de transformar suas ideias em realidade. Embora não o faça de maneira consciente e eficaz, a pessoa humana possui uma estrutura básica que a leva a divisar o futuro, a analisar a realidade e a propor ações e atitudes para transformá-la.

O planejamento é um instrumento (ou ferramenta) que tem por objetivo produzir mudanças em relação a determinada situação ou objeto, que deverá sofrer um processo de intervenção pelo uso ou emprego articulado de recursos de natureza econômica, técnica, administrativa e política a fim de alcançar uma outra situação ou objeto, diferente e melhor que a anterior. Planejar significa intervir para mudar visando determinados fins e metas. Segundo Castro,² o planejamento procura respostas para saber: O que fazer? O que priorizar? Por que fazer? A quem fazer? Onde fazer? Quando fazer? Como fazer? Quem vai fazer? Quanto custa fazer? E outras questões necessárias ao desenvolvimento do projeto.

O planejamento não possui fórmulas prontas para serem aplicadas com precisão em momentos ou situações predeterminados. Várias metodologias existem, e sua escolha e aplicação dependem do contexto e dos interesses envolvidos tanto das pessoas como das instituições.³

O raciocínio do planejamento consiste em definir e priorizar necessidades ou problemas, formular respostas para resolvê-los, identificar, avaliar a disponibilidade desses recursos, criar condições para viabilizá-los e, quando necessário, avaliar a capacidade de uso e utilização de recursos viabilizados, bem como avaliar os resultados, produtos e impactos de mudanças ocorridos, identificando e priorizando necessidades e problemas.²

Costa, citado por Malzyner, define planejamento como processo de tomada antecipada de decisão relativo a um conjunto de problemas interdependentes com o objetivo de obter um futuro desejável.³

O planejamento faz parte da ação de diversos setores, e cada setor tem suas metas e objetivos. O Planejamento Político-Social, por exemplo, tem como preocupação fundamental responder às questões "para quê", "para quem" e também "o quê". A preocupação central é definir fins, buscar conceber visões globalizantes e de eficácia; serve para situações de crise e em que a proposta é de transformação, em médio prazo e/ou longo prazo.¹

No Planejamento Operacional, a preocupação é responder às perguntas "o quê", "como" e "com quem", tratando prioritariamente dos meios. Engloba cada aspecto isoladamente e enfatiza a técnica, os instrumentos, centralizando-se na eficiência e na busca da manutenção do funcionamento. Tem sua expressão nos programas e, mais especificamente, nos projetos, sendo sobretudo tarefa de administradores, cuja ênfase é o presente, momento de execução para solucionar problemas.¹

No que se refere ao ensino, Planejamento pode ser entendido como o processo de decisão sobre atuação concreta dos professores, no cotidiano de seu trabalho pedagógico, envolvendo as ações e situações, em constantes interações entre professor e alunos e entre os próprios alunos.¹ Na opinião de Sant'Anna, citado por Baffi,¹ esse nível de planejamento trata do "processo de tomada de decisões bem-informadas que visem à racionalização das atividades do professor e do aluno, na situação de ensino-aprendizagem".

Considerando assim o processo de ensino, é possível identificar níveis de planejamento: o planejamento educacional, o curricular e o de ensino.⁴ O planejamento educacional tem por objetivo aperfeiçoar o sistema educacional, delineando a filosofia da educação do país. O planejamento curricular, por outro lado, tem por objetivo aperfeiçoar o processo ensino/aprendizagem como uma tarefa contínua da escola visando integrá-lo à sociedade.

Nesse sentido, o planejamento de ensino tem por objetivo racionalizar as atividades educativas, assegurar um ensino efetivo e econômico, conduzir os alunos ao alcance de seus objetivos, verificar o andamento do processo educativo e relacionar os conteúdos com o tempo e o contexto dos educandos. O planejamento de ensino também deve estar articulado com o contexto (escola/instituição) e com as pessoas (educando e educadores).⁴

O planejamento de uma ação ou programa educativo é expresso por meio da apresentação de um plano ou de um projeto.

Plano é um documento utilizado para o registro de decisões. Para existir plano é necessária a discussão sobre fins e objetivos, culminando com a definição dos mesmos. Plano tem a conotação de produto do planejamento. Plano é um guia, formalizado e sistematizado, e tem a função de orientar a prática, partindo da própria prática, e, portanto, não pode ser um documento rígido e absoluto.¹

Em 2008, o Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome – MDS abriu edital para apoiar ações educativas na área de segurança alimentar e nutricional. No Manual apresentado, define projeto como "uma proposta expressa por meio de um conjunto de ações que, se executadas, são capazes de passar de uma situação identificada para outra desejada". Definiu também que os projetos deveriam apresentar os seguintes componentes: a identificação dos problemas e suas causas, a definição das ações a executar, os cálculos dos recursos e prazos necessários para sua execução, entre outros. Esses passos, refere o Manual, são executados para se alcançarem resultados especificados por indicadores e metas, dirigidos a um objetivo, que correspondam à solução total ou parcial dos problemas identificados.⁵

Projeto é também um documento produto do planejamento porque nele são registradas as decisões mais concretas de propostas futuristas. Trata-se de uma tendência natural e intencional do ser humano. Como o próprio nome indica, projetar é lançar para a frente, dando sempre a ideia de mudança, de movimento. Projeto representa o laço entre o presente e o futuro, e é a marca da passagem do presente para o futuro.¹

A aplicação desses conceitos à educação alimentar e nutricional deve estar em um contexto de coletividades. A educação individual é aquela realizada entre o profissional e um membro da comunidade com o objetivo de melhorar seu estado de saúde e nutrição. A educação coletiva consiste em intervenções para mudanças das condições de saúde e nutrição da população em geral.

A comunicação interpessoal pode fazer parte da estratégia, mas tem papel complementar, pois apenas reforça as atividades destinadas a modificar comportamentos de todo o grupo.

O presente capítulo tem por objetivo apresentar uma estrutura de planejamento para ações educativas na área de alimentação e nutrição. O planejamento aqui apresentado está fundamentado nos princípios do Guia Metodológico de Comunicação Social em Nutrição definido pela Organização das Nações Unidas para a Agricultura e a Alimentação, em 1999, na cidade de Roma, Itália.⁶

Considerando as orientações do Guia Metodológico, o esquema para planejar as intervenções de educação nutricional baseia-se em uma estrutura teórico-metodológica e consta de quatro fases: concepção, formulação, implementação e avaliação.

CONCEPÇÃO DE UM PROJETO EDUCATIVO

A primeira fase do processo de planejamento consiste no estudo e na análise dos problemas alimentares e nutricionais da comunidade na qual se pretende atuar, identificando os fatores causais que serão considerados pela intervenção. Podem-se definir três passos fundamentais: a determinação dos problemas nutricionais, a definição dos fatores causais e o diagnóstico educativo.⁶

Os problemas nutricionais são diagnosticados por inúmeros indicadores. É importante destacar que para o planejamento de um programa ou ação educativa será necessário estudar cuidadosamente os fatores que influem as condutas e as práticas ou hábitos que se deseja modificar.⁷

A definição da população é um momento importante dessa etapa para que a situação-problema seja conhecida no contexto em que vivem aqueles que serão alvo da intervenção. Alguns autores

sugerem que, se a abordagem do programa for de promoção da alimentação saudável, seja usada a abordagem dos ciclos da vida. Se a abordagem for dirigida a um problema nutricional específico, pode-se pensar em avaliar o estado nutricional dos subgrupos para identificar a população-alvo mais adequada.⁸

Deve-se determinar a que comunidade ou grupo populacional as mensagens ou as ações serão dirigidas. Em muitos programas, o coletivo-alvo é a população de uma região ou país na sua totalidade. Em outros, se restringe a atuação em nível de coletivos concretos (escolares, gestante, idosos etc.). De todo modo, é importante conhecer as características do coletivo e identificar diferentes setores do mesmo, de modo que seja possível desenhar a intervenção mais adequada em cada caso.⁹

A análise do problema fornece os elementos necessários para a tomada de decisões.⁷ Além das informações sobre a situação alimentar, é importante estudar os aspectos específicos do grupo para que os objetivos propostos sejam realistas e alcançáveis. Para tanto, deve-se:

- Definir a situação-problema
- Identificar os componentes que devem ser mudados
- Identificar os componentes cognitivos, afetivos e situacionais dos comportamentos que devem ser mudados
- Identificar os componentes educativos do problema
- Identificar os recursos disponíveis para o desenvolvimento do programa educativo

Em programas de educação em nutrição, a comunicação realiza-se mediante diversos canais, que podem ser interpessoais ou de meios de comunicação de massa. Nesse sentido, é fundamental identificar os canais e meios de comunicação existentes, os grupos de referência e de apoio e, por último, as redes mediante as quais as mensagens serão disseminadas.

Os métodos de coleta de dados propostos podem ser usados em uma variedade de situações, de acordo com as necessidades do programa. Quando usados em conjunto, como parte de uma avaliação global para um diagnóstico educativo da população em risco, podem proporcionar um quadro muito claro da realidade da vida das pessoas.

Não existe um único método para a melhor coleta de dados. Cada método tem suas vantagens e limitações. Com frequência, a combinação de vários métodos oferece os melhores resultados. A seleção de uma combinação particular de métodos depende dos objetivos do estudo e dos recursos disponíveis. Diferentes opções para coletar informações, quando combinadas, permitirão conhecer a realidade da população em que se intervirá. Alguns exemplos de métodos:

- **Revisão da literatura.** As questões relacionadas com a comunicação na comunidade, a saúde individual e a produção e o consumo de alimentos têm sido amplamente abordadas na literatura. A primeira etapa consiste em definir precisamente o que se busca. A extensão do tema não deverá ser muito ampla. A segunda etapa consiste em identificar os lugares onde obter a informação. As bibliotecas e os centros de documentação têm uma dupla vantagem: o material já está classificado, e contam com especialistas que podem ajudar na busca.
- **Entrevistas em um local de concentração de pessoas.** Essas entrevistas permitem uma rápida coleta de informações de um número significativo de pessoas, reunidas em um lugar específico por motivos diferentes daqueles do inquérito. Trata-se de escolher um lugar onde se reúnem os membros da população-alvo. É necessário preparar e experimentar um formulário específico para realizar as entrevistas. Os entrevistadores irão ao lugar selecionado e realizarão a pesquisa com pessoas que correspondam ao perfil requerido.
- **Entrevistas individuais em profundidade.** Certas pessoas, por suas atividades profissionais ou por sua posição na sociedade, possuem conhecimentos específicos sobre um determinado aspecto. As entrevistas individuais em profundidade com uma pessoa ou com uma amostra delas, durante uma hora ou mais, permitirão aprofundar o conhecimento do tema de interesse. O roteiro é importante para manter a entrevista dentro dos limites do tema em questão. Contudo, deve-se considerar também a competência da pessoa que responde sobre o assunto.
- **Grupos de discussão, ou focais.** Os grupos de discussão, ou focais, são utilizados para obter dados qualitativos sobre as opiniões, crenças, atitudes e valores relacionados a um aspecto ou tema específico. Com o roteiro de um facilitador bem-treinado, convocam-se grupos de 8 a 13 pessoas para discutir um tema específico.
- **Observação.** As técnicas de observação sistemáticas são muito objetivas, pois devem contar a frequência de ocorrência dos comportamentos, estabelecer a ordem em que aparecem, o tempo dedicado a cada um etc. Trata-se de realizar um relatório detalhado de algumas condutas específicas. Outro tipo de observação é a participativa, em que o pesquisador se converte em parte da vida dos membros da comunidade cujas práticas deseja estudar. Enquanto vive ou convive na comuni-

dade, observa a vida diária e faz anotações particulares. Interpreta continuamente os achados de suas informações, que servem de orientação para investigações futuras.

- **Inquérito de campo.** Um dos inquéritos muito utilizados em projetos educativos foi o inquérito CAP. Ele procura determinar o conhecimento (C), as atitudes (A) e as práticas (P) de uma população. Baseia-se em um questionário utilizado com uma amostra representativa da população estudada.

FORMULAÇÃO

Essa é uma etapa fundamental em todo projeto, e deve dar conta de estabelecer os objetivos, elaborar as mensagens e selecionar o plano de multimeios.

A ação educativa é uma estratégia de concretização de um projeto educativo. Toda ação educativa é parte de um projeto educativo, mesmo que ele não esteja claramente definido ou explicitado. Um projeto educativo se realiza mediante um processo contínuo de reflexão sobre a prática pedagógica. O planejamento de um projeto educativo implica a discussão e a escolha de valores e prioridades e a própria concepção que se tem de educação. Esse contexto será fundamental para a seleção e a definição dos objetivos, das mensagens e dos canais de comunicação ou métodos educativos.

A determinação precisa de objetivos é condição fundamental para o sucesso não só dos programas educativos, mas de qualquer ação profissional, quer de caráter educativo, quer não. Antes de se iniciar um trabalho, é preciso definir claramente o que se espera conseguir com ele. Definir *para que se está fazendo o trabalho*.¹⁰

Os objetivos de um programa educativo devem expressar as mudanças pretendidas nos indivíduos, mediante um conjunto de experiências que lhes serão proporcionadas: O que deve ser mudado?¹⁰

A seleção adequada dos objetivos de um programa é ponto essencial para o seu êxito. Exige um conhecimento o mais profundo possível do público-sujeito, não só no que se refere a seus conhecimentos, atitudes e práticas relativas ao problema a ser solucionado como a todo o contexto em que vive essa população.

Para fins de ordenação, os objetivos de um programa podem ser classificados em gerais e específicos.

O *para quê* do programa educativo é expresso através do seu **objetivo geral**, que, por sua vez, deve ser coerente com a filosofia de trabalho adotada. Como profissionais do campo de saúde, nosso compromisso é, sobretudo, com a saúde: direito à saúde, nível de saúde, bem-estar físico, mental e social, desenvolvimento de atitudes conducentes à saúde. A finalidade do programa educativo é sempre o bem-estar, o crescimento e o desenvolvimento do educando, com ênfase na saúde.¹⁰

O objetivo geral é a diretriz englobante que deve nortear todo o processo de ensino, possuindo uma proposta mais direcional e instrucional e permitindo que se tenha uma visão da meta final do programa como um todo.⁴ Ele expressa a decisão, a ação pretendida com a intervenção educativa, e envolve equipe de saúde, usuários, grupos comunitários e/ou a população em geral.¹²

Para que o educando mude ou adquira um comportamento alimentar, é preciso que ele deseje isso e que fique muito claro quais as ações que caracterizam esse comportamento. Os **objetivos específicos** são determinados com essa finalidade.¹⁰

Os objetivos específicos indicam comportamentos mensuráveis que o público-sujeito deve apresentar ao longo do programa educativo, a começar dos mais simples.¹⁰

Eles são passos para alcançar o objetivo geral. E a consecução dos objetivos específicos evidencia a consecução do objetivo geral, ou seja, os objetivos específicos estão contidos no objetivo geral.¹²

No entanto, cada objetivo específico tomado isoladamente não tem razão de ser. Por isso, é válido convencionar que todos os comportamentos sugeridos nos objetivos específicos indicam uma compreensão satisfatória do programa como um todo.¹¹

Um objetivo bem redigido deve indicar claramente um comportamento esperado em uma dada situação, de maneira que qualquer pessoa possa identificar se o comportamento pretendido foi ou não adquirido.¹¹

Para que se possa avaliar se os objetivos gerais de um programa foram atingidos, é necessário que eles sejam operacionalizados através dos objetivos específicos, isto é, deve-se indicar que comportamentos devem ser apresentados que evidenciem a consecução de cada objetivo geral.¹¹

Um objetivo operacional deve ser redigido em termos da população-alvo (p. ex., "As gestantes deverão enumerar...") e não em termos de quem pretende a mudança de comportamento ("Levar as gestantes a enumerar..."). Ele deve incluir sempre um comportamento que é expresso por um verbo, e é preferível o emprego de verbos que indicam com maior precisão o comportamento esperado. Além disso, o comportamento deve sempre se referir a algum *objeto* ou *conteúdo*; por exemplo, "As gestantes deverão enumerar (ação) cinco causas de anemia (conteúdo)...". Segundo Sossai,¹¹ os dois elementos básicos de um objetivo operacional são, portanto, *comportamento* e *conteúdo*.

Como as metas gerais de um programa geralmente implicam processos mais complexos, dificilmente será possível redigir objetivos gerais de maneira operacional, ou seja, de forma precisa. Todavia, para formulá-los, prefere-se os "verbos abertos", isto é, de sentido não restrito, por exemplo: adquirir, apreciar, aperfeiçoar, capacitar, compreender, conhecer, desenvolver, dominar, entender, conduzir, julgar, melhorar, motivar, saber, verificar.⁴

Para formulação dos objetivos específicos, empregam-se "verbos de sentido fechado" e/ou de "sentido mais restrito" na operacionalização, como por exemplo: anotar, apontar, calcular, caracterizar, adquirir, diferenciar, discernir, raciocinar, distinguir, dizer, coletar, deduzir, enumerar, especificar, planejar, listar, preparar, relacionar, responder, selecionar, transferir, agrupar, indicar, exemplificar, formular.⁴

Para tornar a redação de um objetivo operacional ainda mais precisa, pode-se utilizar a técnica da explicitação da *situação* e da *adequação*. A *situação* indica em qual circunstância deve ser apresentado um comportamento. A *adequação* indica com maior precisão em qual nível consideramos satisfatório um comportamento para se admitir um objetivo como atingido.¹¹

Utilizando corretamente todas as técnicas de redação operacional de objetivos, poderemos com maior facilidade indicar comportamentos mensuráveis, o que é fundamental para a avaliação e a reformulação de um programa educativo.¹¹

Os objetivos educativos podem ser divididos em três áreas: *cognitiva*, *afetiva* e *ativa*. Os objetivos *cognitivos* incluem desde a simples evocação de material aprendido até a combinação e a síntese de novas ideias e materiais. Os comportamentos na área cognitiva são expressos por verbos como: relacionar, comparar, interpretar, distinguir, resumir, enumerar. Os objetivos *afetivos* referem-se ao grau de aceitação ou de internalização de um conceito, comportamento ou fato. Refere-se a uma atitude ou sentimento em relação a alguma coisa. Os comportamentos na área afetiva são expressos por verbos como: aceitar, responsabilizar-se, reconhecer, perceber, tolerar, apreciar. Os objetivos *ativos* referem-se a alguma atividade ou prática que deve ser adotada. Geralmente envolvem uma atividade motora. Os comportamentos na área ativa são expressos por verbos como: construir, confeccionar, escrever, ingerir, participar, distribuir, organizar, cooperar.¹¹

A população-alvo de uma intervenção educativa é constituída por diferentes grupos. Com a finalidade de adaptar os objetivos a cada grupo, é necessário estabelecer as diferenças existentes entre eles. Na comunicação, existem grupos objetivo primários, secundários e terciários.

O **grupo objetivo primário** é composto pelas pessoas cuja conduta deve ser modificada. Um exemplo poderia ser as mães das crianças menores de 5 anos. Nesse caso, o propósito seria melhorar a maneira de preparo da comida de suas crianças ou o cuidado delas.

O **grupo objetivo secundário** é composto pelas pessoas que serão utilizadas como intermediárias para fazer chegar a mensagem ao primeiro grupo. No mesmo exemplo, elas poderiam ser os trabalhadores de saúde, os professores. Tudo depende das redes de comunicação da comunidade.

O **grupo objetivo terciário** é formado pelas pessoas que podem facilitar o processo de comunicação e as mudanças de conduta. Incluem-se os administradores e políticos, mas também todas aquelas pessoas próximas à mãe ou ao pai da criança e a toda a família.

Por isso, o enfoque irá variar conforme os distintos segmentos, que diferem em termos de nível educacional, socioeconômico etc.

Não devemos esquecer que os grupos objetivo devem ser participantes do processo de comunicação social e não meros receptores de informação. Um sistema de comunicação para a educação nutricional em um único sentido arruinaria nosso propósito de um efetivo enfoque global. Por outro lado, os grupos objetivo devem desempenhar também um papel na transmissão de mensagens a outros grupos e aos "promotores" da intervenção.

As pessoas influentes na comunidade também devem efetuar uma parte importante dentro dos grupos secundário e terciário. Esse grupo é um catalisador da comunicação social.

Os objetivos da comunicação social podem ser definidos em diferentes níveis: os nutricionais, os educativos, os intermediários e os da comunicação.⁶

O objetivo primário de um programa de intervenção nutricional é a melhoria do estado nutricional do grupo objetivo. Este pode ser medido por indicadores dietéticos, bioquímicos, clínicos, antropométricos e biofísicos. Indicam os diferentes níveis do estado nutricional de uma população.

O estado nutricional é um fenômeno complexo, dependente de vários fatores externos a uma intervenção educativa. O marco temporal dentro do qual são afetados os diversos indicadores por efeito das intervenções difere. Portanto, os objetivos nutricionais devem ser definidos a curto e longo prazos.

Basicamente, um programa educativo é desenhado para mudar uma conduta dentro de um objetivo a longo prazo, como seria melhorar o estado nutricional, com a condição de que outros fatores externos que influem sobre tal estado sejam favoráveis. Por exemplo, melhoria da disponibilidade

de alimentos e dos serviços de saúde. Essas são condições externas que estão fora do controle da intervenção em comunicação.

É importante estabelecer objetivos nutricionais mensuráveis, mas também entender que esses objetivos somente serão atingidos quando os fatores externos à intervenção em comunicação conduzirem a alcançá-los.

O objetivo específico de um programa de educação nutricional é obter mudanças duradouras nas condutas que afetam o estado nutricional. A adoção de uma nova conduta depende de muitos fatores externos ao programa de comunicação.

Os objetivos intermediários são aqueles relacionados com as mudanças na motivação, conhecimento, autoestima, decisão (preferência por uma conduta em particular) e destreza ("saber fazer"). Esses são os resultados independentes – os promotores da intervenção devem prestar-lhes especial atenção, apesar dos fatores externos.

Objetivos de comunicação

Para que o programa de comunicação seja efetivo e produza mudanças duradouras, deve-se focar a exposição da população-alvo às mensagens e a sua retenção.⁶

No campo da comunicação, os métodos são tão importantes quanto os resultados aparentes, pois forjam atitudes duradouras na população. Por exemplo, dois programas de comunicação podem alcançar o mesmo objetivo de retenção da mensagem. O primeiro programa porque seu estilo é autoritário, de cima para baixo, produz uma relação de dependência, enquanto o segundo, que é participativo, estimula a população a tomar suas próprias decisões, baseadas em informações prévias para resolver seus problemas.

Esses objetivos devem ser definidos para cada grupo-alvo, inclusive para segmentos específicos de população dentro de cada grupo-alvo.

Os materiais de apoio não podem ser desenhados até que se tenham selecionado os diversos meios a empregar. A seleção dos meios é outro passo crucial no processo de planejamento. Ela baseia-se nos resultados da análise dos canais potenciais para a comunicação, realizada durante a fase de concepção, com o objetivo de estabelecer uma ótima coordenação entre eles. Deve-se também reforçar a importância de escolher com critério lógico aqueles meios que estejam ao alcance permanente da população para a qual se dirige a mensagem.

Com os resultados da análise dos canais potenciais de comunicação realizada, procede-se a uma cuidadosa formulação de um plano de múltiplos meios. Nesse plano, todas as atividades de comunicação devem integrar-se em um conjunto coerente para otimizar seus resultados.

No âmbito da educação em saúde, verifica-se que nessa fase de planejamento se põem em prática os recursos necessários para modificar os fatores de risco identificados. Uma intervenção é constituída pelo conjunto dos meios (físicos, humanos, financeiros, simbólicos) organizados em um contexto específico, em um dado momento, para produzir bens ou serviços com o objetivo de modificar uma situação problemática.

A intervenção propriamente dita é caracterizada, portanto, por cinco componentes: objetivos, recursos, serviços, bens ou atividades, efeitos e contexto preciso em um dado momento. Nesse sentido, ela pode ser uma técnica (um teste pedagógico para melhorar conhecimentos sobre a alimentação); um programa de gerência em reanimação; um tratamento (um ato ou conjunto de atos); uma prática (por exemplo, um protocolo de tratamento de câncer de pulmão por quimioterapia); uma organização (um centro de desintoxicação, uma unidade de tratamento); um programa (desinstitucionalização dos pacientes psiquiátricos, prevenção das DST); uma política (promoção da saúde; privatização do financiamento dos serviços etc.).

O conteúdo do programa é delimitado segundo prioridades em função da multicausalidade das variáveis de risco definidas na fase de diagnóstico. Os conteúdos e informações buscarão a interseção entre a problemática detectada e os distintos fatores que influenciam a conduta do indivíduo em níveis individual e social. O conteúdo é a base para o estabelecimento das mensagens.

A mensagem: é a formulação de uma ideia ou conceito a ser transmitido a uma população específica. Na elaboração da mensagem, as primeiras perguntas que se devem formular são:

- Que palavras se devem usar?
- Em que ordem?

Os meios: são os canais de comunicação através dos quais se transmitem as mensagens. Na seleção dos meios:

- Que tipo de meios?
- Qual é a combinação ótima de meios para essa situação?

A metodologia empregada pode ser flexível e variada, dependendo da idiosincrasia do meio e da orientação filosófica dos responsáveis da saúde. A dinâmica do trabalho estará orientada de uma maneira operativa para conseguir os objetivos definidos na fase de desenho do programa. Os recursos econômicos e humanos são, em geral, condicionantes para o estabelecimento da metodologia, assim como as características do grupo ou coletividade a intervir e sua dispersão geográfica.

Vários meios didáticos podem ser utilizados a título de material de apoio nas reuniões de trabalho como diapositivos, transparências, fitas de vídeo, cartazes, flanelógrafo, e inclusive programa de computador. Os folhetos e revistas de desenho atrativo e mensagens simples podem ser um recurso prático para que os participantes levem para casa.

O desenho de materiais didáticos é um campo aberto à criatividade e à inovação, no qual o teatro de fantoches e marionetes, a dramatização, as exposições de pintura, os concursos literários e as atividades lúdicas ganham espaço.

Materiais de apoio: são os recursos utilizados para a transmissão das mensagens (por exemplo, manuais, cartazes, vídeos, filmes, flanelógrafo etc.). No desenvolvimento de materiais de apoio:

- Que tipo de material?
- Que imagens usar?
- Que cores?
- Que sistema de som?

O conteúdo da mensagem influi na escolha dos meios e dos materiais de apoio. Estes, por sua vez, influem na forma como se formula a mensagem. Os resultados do ensaio prévio podem indicar que se deve fazer outra seleção dos meios. Isso é de grande importância, pois a seleção dos materiais de apoio depende dos meios escolhidos.

Todas as mensagens devem ser coerentes com as mudanças de conduta definidas nos objetivos.

As mensagens bem-desenhadas chegam ao público para o qual estão dirigidas. Ainda que não haja uma fórmula única para o desenho de uma mensagem, existem vários guias úteis, como o que se apresenta a seguir. Ao desenhar uma mensagem, devem-se ter presentes os seguintes pontos:

1. Faça-a breve e simples; inclua somente algumas ideias-chave.
Dê informação confiável, completa.
2. Repita a ideia várias vezes.
3. Recomende uma mudança de conduta precisa.
4. Mostre a relação entre o problema nutricional e a conduta recomendada.
5. Use um *slogan* ou palavra de ordem.
6. Assegure-se de que a mensagem seja apresentada por uma fonte confiável (segundo a percepção da população-alvo).
7. Apresente os fatos de uma forma direta.
8. Use sempre expressões positivas.

Use o humor sem ser ofensivo com ninguém.

A efetividade de uma mensagem é certamente estimulada por sua forma. Esse conceito tem sido usado amplamente pela publicidade comercial, de maneira que os anúncios atuais são bem mais do que uma mera descrição das qualidades do produto.

Os estabelecimentos da mensagem e dos meios estão diretamente relacionados com o modelo de comunicação adotado. O modelo paternalista ou diretivo de comunicação dá ênfase à *mensagem*. É caracterizado pela verticalidade pois dá maior ênfase à *fonte* e ao *conteúdo* da mensagem, considerando o outro polo da comunicação como receptor ou depositário das mensagens.

O modelo mecanicista enfatiza os *resultados*. Aos elementos *fonte* e *receptor* acrescenta um caminho de regresso ou retorno – *retroalimentação* –, cujas funções são o controle e a comprovação, mecanismos destinados a assegurar o ajuste dos envolvidos às metas e comportamentos previstos, controlando assim os efeitos das mensagens.

O modelo participativo corresponde ao enfoque de comunicação dialógica, na qual *emissor* e *perceptor* são interlocutores de um processo horizontal, o que significa que ambos são, simultaneamente, emissores/perceptores.

Adotar esse modelo requer criatividade, aprendizagem, pois a participação (coparticipação) é um processo que “não se dá por geração espontânea”. Para que esse modelo participativo se viabilize, um princípio muito importante é: partir das pessoas, ir até elas, até sua realidade. A participação direta nem sempre é possível desde o início, por isso geralmente se começa “coletando”, conhecendo e estudando.

Por isso, o primeiro requisito para que a comunidade comece a se envolver como interlocutora é que “as mensagens não lhe sejam alheias ou estranhas, mas que as sinta suas, que se reconheça nelas”.

Outro requisito é “saber comunicar”. Um especialista afirmou que: “todos podemos nos comunicar com os outros, mas nem sempre sabemos fazê-lo. É necessário que se tenha aptidão, mas o fundamental é a atitude. A atitude de se comunicar requer estar disposto a comunicar, a cultivar em nós mesmos a vontade de entrar em comunicação com nossos interlocutores”.

Muitos “educadores” acham que é seu dever comunicar o máximo do que sabem. Entretanto, ensinar não é somente comunicar. É fazer pensar, é estimular para a identificação e a resolução de problemas.

Significa, sim, que a estrutura de qualquer mensagem deve conduzir à problematização e ao raciocínio. O **educador** deve ser um comunicador dialógico e não um transmissor unilateral de informações. Ser um bom educador não é agir como um *showman* e, menos ainda, como um persuasivo doutrinador. Significa desenvolver “empatia”, colocar-se no lugar do outro e, com ele, problematizar o viver, a saúde e a doença para que, ao mesmo tempo em que aprende novos conteúdos, desenvolva ao máximo sua habilidade de pensar, decidir e agir.

Os meios são os canais de comunicação mediante os quais se transmitem as mensagens. É necessário distinguir entre dois canais de comunicação, chamados de comunicação interpessoal (individual ou grupal) e os meios de comunicação de massa.

A comunicação interpessoal pode ocorrer em dois tipos de circunstâncias. A situação “interpessoal cara a cara” (por exemplo, um extensionista rural conversando com um agricultor) e a situação “grupal cara a cara” (por exemplo, um trabalhador de saúde conduzindo uma sessão educativa com um grupo de mães).

A voz é o principal órgão da comunicação interpessoal, mas o uso de outros materiais de apoio é muito recomendável. Estes podem ser impressos, visuais e audiovisuais. Eles reforçam a comunicação oral entre o “educador” e seu público-alvo.

A **comunicação interpessoal**, na qual duas pessoas se reúnem, é de importância considerável em qualquer estratégia de educação do público. De fato, as tentativas de mudar hábitos alimentares indesejáveis mais bem-sucedidas baseiam-se principalmente na comunicação interpessoal usada em conjunto com outros métodos.

Uma intervenção nutricional deve estimular a comunicação interpessoal.

Os meios de comunicação de massa têm a característica de que o transmissor e o receptor nunca estão em contato direto. A interação é feita mediante imagem visual, impressa, ou por uma combinação desses elementos.

A **radiodifusão** usa o som (música e palavras). Os programas são apresentados de várias formas: conferências, palestras, debates, radionovelas, anúncios.

Lamentavelmente, durante muito tempo os programas de educação para a saúde limitaram-se a debates entre jornalistas e especialistas de saúde. Desde então, têm-se desenvolvido campanhas mais efetivas, usando outras formas.

O rádio é um meio muito popular em todo o mundo. Todos os países possuem estações de rádio públicas e privadas. Na maior parte dos países em desenvolvimento a proporção de uso do rádio excede a 10%. Considerando a pirâmide populacional, assim como a audiência coletiva, pode-se inferir que, em quase todos os países, a maior parte dos adultos tem acesso direto a esse meio. Entretanto, é necessário determinar a cobertura esperada no país ou na região selecionada para uma intervenção de educação nutricional.

O **rádio** pode ser visto a partir de duas perspectivas diferentes: interativa e não interativa. A maneira mais comum de usar o rádio é a não interativa. As mensagens são transmitidas em uma direção: do transmissor para a audiência. Aqui o transmissor não recebe a realimentação direta sobre o impacto de seu programa, exceto mediante pesquisas de opinião.

A **televisão** usa som, imagens em movimento e, algumas vezes, o texto escrito. Nisso consiste sua força. Entretanto, é menos acessível que o rádio.

A **imprensa escrita** tem suas restrições: uma vinculada ao analfabetismo e a outra a sua circulação limitada. A circulação de jornais é bastante baixa na maior parte dos países em desenvolvimento. Persiste o fato de que a imprensa escrita é elitista. Os jornais podem ser usados em projetos de comunicação se o propósito é mobilizar uma classe social que inclua os líderes de opinião e suas redes sociais.

Os **cartazes** podem servir como um meio de comunicação. Entretanto, é aconselhável usá-los junto com outros meios. Esse canal associa imagens fixas a um texto escrito, e isso limita o público-alvo à população alfabetizada. Os cartazes podem ser utilizados sem nenhum texto. O procedimento é complicado e requer habilidades especiais que a maioria das pessoas não possui.

A seleção de meios e de materiais de apoio deve ser feita mediante diagnóstico realizado na fase de concepção do programa, quando se identificam os canais e as redes ativas de comunicação existentes na comunidade.

CrITÉrios para a escolha dos meios e dos materiais de apoio

1. **Custo.** Pode-se arcar com o custo financeiro da utilização desse meio? (custo pelo uso do meio, treinamento de pessoas para a retransmissão, compra e produção do material de apoio).
2. **Acessibilidade.** Em que medida o público-alvo tem acesso ao meio?
3. **Facilidade de "uso" do meio (considerando a competência adquirida pelo pessoal responsável pela intervenção).** Esse meio é fácil de usar?
4. **Credibilidade de cada tipo de meio.** Esse meio é confiável?
5. **Participação da comunidade.** Esse meio estimula a participação?
6. **Difusão da mensagem no tempo.** Esse meio permite estender a difusão da mensagem a longo prazo?
7. **Relação com os objetivos da intervenção.** Pode-se utilizar esse meio para alcançar os objetivos?

Um elemento essencial de muitos programas bem-sucedidos de educação popular tem sido o uso de uma combinação de multimeios. Pode-se falar de sinergismo se o impacto global da intervenção aumenta mediante o uso de vários tipos de meios, em que cada um deles reforça os demais, de maneira que seu impacto coletivo é maior do que a soma de seus efeitos isoladamente. A base de uma combinação de meios é a associação da comunicação interpessoal aos meios de comunicação de massa.

Cada canal de comunicação é específico em seu próprio modo. O desafio é encontrar a melhor combinação para alcançar os objetivos propostos em cada grupo-alvo.

O ideal é selecionar vários meios complementares para elevar ao máximo as possibilidades de se obter sucesso em uma intervenção. Isso também explica por que é necessária a colaboração intersetorial. Nenhum setor pode controlar todos os elementos relacionados com os meios para a intervenção.

IMPLEMENTAÇÃO DO PROGRAMA

Essa fase corresponde à Produção de materiais de apoio; ao Treinamento de agentes de execução e à Execução da intervenção propriamente dita. Nessa fase, os materiais de apoio, desenhados durante a fase de formulação, deverão ser produzidos em pequena ou grande escala, de acordo com a extensão e o alcance do projeto.

Esses meios serão de vital importância para o desenvolvimento do programa, qualquer que seja o enfoque do projeto, já que será sempre necessário e benéfico empregar materiais de apoio com os quais se poderá reforçar a comunicação interpessoal de forma muito mais efetiva.

Geralmente o desenvolvimento de materiais de comunicação requer a colaboração de pessoas que não estão acostumadas a trabalhar em conjunto. Cada pessoa envolvida na tarefa deve reconhecer os limites do campo de sua competência e estar disposta a considerar os pontos de vista dos demais.

Durante muito tempo cometeu-se o erro de encarregar as mesmas pessoas pelo desenvolvimento das mensagens e também pelos materiais de apoio. Infelizmente, existem poucos nutricionistas que também são artistas gráficos criativos. Pode-se também cometer o erro de confiar demasiadamente no desenhista gráfico ou audiovisual. O pessoal profissional e técnico que participa nessa fase deve aceitar a necessidade de um esforço coletivo, no qual a contribuição de cada pessoa está sujeita a crítica construtiva, que beneficia a todos e assegura o sucesso do material.

Os procedimentos para provar os materiais e as mensagens são similares. É de fundamental importância provar as mensagens antes de publicá-las nos materiais de apoio. É igualmente importante provar previamente os materiais de apoio antes de sua produção em larga escala.

A prova prévia dos materiais deve-se centrar também nas cinco características de atenção, compreensão, pertinência, credibilidade e aceitabilidade. Os resultados desse ensaio prévio dos materiais podem ocasionar uma redefinição da mensagem.

É imprescindível enfatizar a necessidade de provar rigorosamente todos os materiais de apoio, com uma amostra da população-alvo e com pessoas especializadas da equipe responsável pelo programa.

Somente quando o original do modelo definitivo do material de apoio está pronto, começa a produção em larga escala (cartazes, folhetos, camisetas, vinhetas de televisão, bandeirinhas são todos exemplos de produção em larga escala).

A seleção da unidade de produção depende da disponibilidade de recursos financeiros do país, região ou localidade envolvida. Algumas vezes, é possível selecionar uma empresa privada, enquanto, em outros casos, o trabalho é entregue à unidade de produção de um ministério ou outra instituição estatal.

Em um estudo de custos da produção de materiais, o seguinte roteiro poderia ser útil:

- **Custo de desenvolvimento:** honorários do produtor (em uma produção audiovisual) ou do desenhista gráfico (em uma produção gráfica).
- **Custo de produção do desenho original:** gastos com os técnicos e custo dos materiais e equipamentos comprados ou alugados.

- **Custo da prova de ensaio:** dependendo do método escolhido, pode-se estimar o orçamento para os gastos de correio; gastos de viagens; honorários dos pesquisadores e das pessoas que realizam as entrevistas, processam os dados e escrevem os relatórios.
- **Custo de readaptação do original:** gastos com os técnicos e uso dos materiais comprados ou alugados.
- **Custos administrativos:** custos relacionados com a direção do programa e atividades da Comissão de Planejamento.
- **Custos de produção dos materiais de apoio:** deve-se realizar um estudo de mercado para identificar as melhores ofertas em qualidade e preço.
- **Custos de difusão:** são determinados quando se trabalha com meios audiovisuais, rádio e especialmente televisão.

Em qualquer organização, quando se deseja introduzir aspectos novos, a capacitação surge como uma necessidade importante. O treinamento dos participantes é uma atividade importante que não se deve subestimar. Para cada categoria de participantes são necessários os seguintes passos:

- Avaliar as necessidades de capacitação;
- Traduzir as necessidades em objetivos de capacitação;
- Determinar a finalidade dos programas: sessões de capacitação, de métodos didáticos, de materiais e de procedimentos de avaliação.

A capacitação ou o treinamento dos "agentes de execução" é outra etapa essencial. É necessário estabelecer um sistema de treinamento contínuo, para assegurar que todas as pessoas envolvidas nas diversas atividades de comunicação, representando diferentes setores, desempenhem de forma adequada as funções determinadas.

O desenvolvimento de contatos na comunidade que permitam colocar em marcha o projeto é uma etapa essencial e que deve envolver responsáveis políticos, técnicos, associações, meio de comunicação, grupos da comunidade e profissionais de saúde.

É interessante que vários profissionais estejam envolvidos, formando uma equipe especificamente constituída. É importante que o grupo responsável pela fase de intervenção tenha um período de formação previa para unificar critérios e conseguir destreza nas técnicas e no material pedagógico a serem empregados.

Na fase de sensibilização e reforço, o compromisso de líderes sociais com o conteúdo e os objetivos do programa e a sensibilização do meio social para as práticas sanitárias positivas repercutem decisivamente no indivíduo como unidade.

AVALIAÇÃO

A avaliação é um instrumento indispensável para assegurar e reestruturar as atividades de comunicação. Avaliar significa efetuar uma análise crítica, objetiva e sistemática das realizações e resultados de um projeto ou de uma atividade, em relação aos objetivos propostos, às estratégias utilizadas e aos recursos alocados.⁷

A avaliação pode ter um caráter participativo, isto é, será realizada com a participação ativa dos principais envolvidos na intervenção: os promotores da intervenção, os comunicadores, os organismos patrocinadores e a própria população (pelos representantes da comunidade).

Em todo programa de educação nutricional, é recomendável efetuar uma avaliação dos resultados na medida em que haja possibilidade de ter, mesmo que de maneira simples, dados sobre a melhora das atitudes e comportamentos e, talvez a longo prazo, no estado nutricional do indivíduo ou coletividade.

Avaliar consiste fundamentalmente em fazer um julgamento de valor a respeito de uma intervenção ou de qualquer um de seus componentes, com o objetivo de ajudar a tomar decisões. Esse julgamento pode ser resultado da aplicação de critérios e de norma (avaliação normativa) ou pode ser elaborado a partir de um procedimento científico (pesquisa avaliativa).¹⁴

Podemos, por um lado, buscar estudar cada um dos componentes da intervenção em relação a normas e critérios. Trata-se, então, de uma avaliação normativa. Por outro lado, podemos querer examinar, por um procedimento científico, as relações que existem entre os diferentes componentes de uma intervenção. Trata-se, então de uma pesquisa avaliativa.

A meta da avaliação deve ser clara para todas as pessoas envolvidas. Realiza-se a avaliação de uma intervenção a partir de duas perspectivas:

- Verificar se os objetivos foram alcançados;
- Determinar se os procedimentos foram realizados conforme o esperado.

O ideal é planejar a avaliação de uma intervenção em comunicação social desde a fase de concepção. A análise causal e o diagnóstico preliminar são partes da avaliação. Também se pode abordar a avaliação durante a fase de formulação de uma intervenção em comunicação. Nesse momento, ainda há tempo para refletir, não somente sobre a pertinência da intervenção, mas também sobre a ordem em que se deveriam desenvolver as atividades, os resultados esperados e as ações que se devem realizar antes de qualquer atividade de comunicação.

Os produtos esperados de uma intervenção em comunicação social podem ser:

- **Acesso da população-alvo à mensagem.** Exemplo: as mulheres de 15 a 45 anos estão expostas à mensagem por um dos canais de comunicação (ou por vários)?
- **Retenção da mensagem.** Exemplo: X por cento do grupo objetivo reteve a mensagem: "A criança de 6 a 12 meses deve receber pelo menos quatro refeições por dia, além do leite materno."
- **Modificação de conhecimentos, atitudes e valores da população-alvo.** Exemplo: X por cento do grupo objetivo foi capaz de explicar as razões pelas quais a criança deve receber, pelo menos, quatro refeições ao dia e tem demonstrado intenção de seguir essa orientação.
- **Prova da conduta proposta.** Exemplo: o grupo objetivo tem tentado oferecer pelo menos quatro refeições ao dia a seus filhos lactentes de 6 a 12 meses de idade.
- **Adoção de hábitos.** Exemplo: X por cento do grupo objetivo adotou esses hábitos alimentares e integrou-os à sua vida diária.

Os possíveis resultados da intervenção a longo prazo são:

- **Melhora do estado nutricional.** Exemplo: houve melhora do estado nutricional de X por cento das crianças (em comparação com o grupo controle).
- **Melhora do estado de saúde.** Exemplo: X por cento das crianças menores de 5 anos tiveram menor frequência das doenças clássicas desse grupo etário (em comparação com uma porcentagem mais alta do grupo controle).

A longo prazo, esses resultados parecem ter um efeito combinado com a intervenção educativa e outros fatores dos ambientes social, econômico e familiar.

Nos resultados finais da intervenção, devem ser considerados também os produtos ou resultados intermediários, como: número de trabalhadores capacitados no programa e o número de materiais de apoio produzidos para assegurar a transmissão das mensagens.

A avaliação é fundamental para o desenvolvimento e o aprimoramento dos programas e das ações educativas em nutrição.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Baffi MAT. O planejamento em educação: revisando conceitos para mudar concepções e práticas. In: Bello JLP. **Pedagogia em Foco**, Petrópolis, 2002. Disponível em: <<http://www.pedagogiaemfoco.pro.br/fundam02.htm>> (acesso em: 02/02/2009).
2. Castro CGJ de. Planejamento estratégico no processo de gestão. In: Philippi Jr A, Pelicioni MCF (eds.). **Educação ambiental e sustentabilidade**. Barueri, SP: Manole, 2005. p. 617-43.
3. Malzyner C, Silvério C, Arai UJ. Planejamento e avaliação de projetos em educação ambiental. In: Philippi Jr A, Pelicioni MCF (eds.). **Educação ambiental e sustentabilidade**. Barueri, SP: Manole, 2005. p. 549-70.
4. Linden S. **Educação nutricional: algumas ferramentas de ensino**. 1ª ed. São Paulo: Varela, 2005.
5. Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome. **Manual técnico para elaboração de projetos de educação alimentar e nutricional em equipamentos públicos de alimentação e nutrição**. Brasília, 2008.
6. Organização das Nações Unidas para a Agricultura e a Alimentação. **Guia metodológico de comunicação social em nutrição**. Roma, 1999.
7. FAO. **Manejo de projetos comunitários de alimentação e nutrição – Guia didático**. Recife, 2000.
8. Smith B. A framework for planning nutrition education programmes. In: Food and Agriculture Organization of the United Nations. **Nutrition education for the public**. Discussion papers of the FAO Expert Consultation (Rome, Italy, 18-22 September 1995) – FAO Food and Nutrition Paper 62, disponível em <http://www.fao.org/docrep/w3733e/w3733e00.htm>
9. Aranceta-Bartina J. Educación nutricional. In: Serra-Majem Ll, Aranceta-Bartrina J, Mataix-Verdú J. **Nutrición y salud pública: métodos, bases científicas y aplicaciones**. Barcelona: Masson, 1995.
10. Boog Motta GG, Boog MCF. **Educação nutricional**. 2ª ed. São Paulo: Ibrasa, 1987.
11. Sossai JA. Determinação de objetivos educativos. **Rev Saúde Pública**, São Paulo, 1974; 8(4).
12. Secretaria de Saúde de São Paulo. **Coletânea de técnicas Vol. II: manual de técnicas pedagógicas e ludopedagógicas para a operacionalização das ações educativas no SUS-São Paulo**. São Paulo: CVE, 2002.
13. Secretaria de Estado da Saúde de São Paulo. **Educação em saúde – Planejando as ações educativas (teoria e prática)**. NES/Prog. HANS. – CVE 1997.
14. Hartz ZMA. **Avaliação em saúde: dos modelos conceituais à prática na análise da implantação de programas**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 1997.