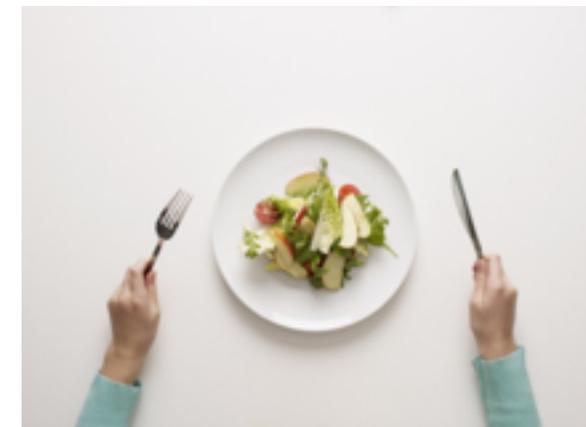




# A Motivação no Contexto da Educação Nutricional



**Disciplina: Educação Nutricional Aplicada ao Indivíduo**

*Flávia Gonçalves Micali*

Doutoranda em Investigações Biomédicas - FMRP/USP

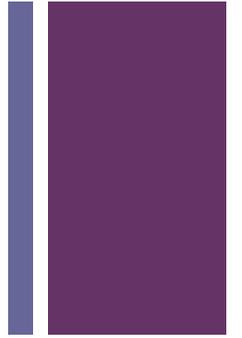
# + MOTIVAÇÃO

➤ O que é?



*Impulso interno que leva à ação*

# + MOTIVAÇÃO



O que motiva as pessoas?



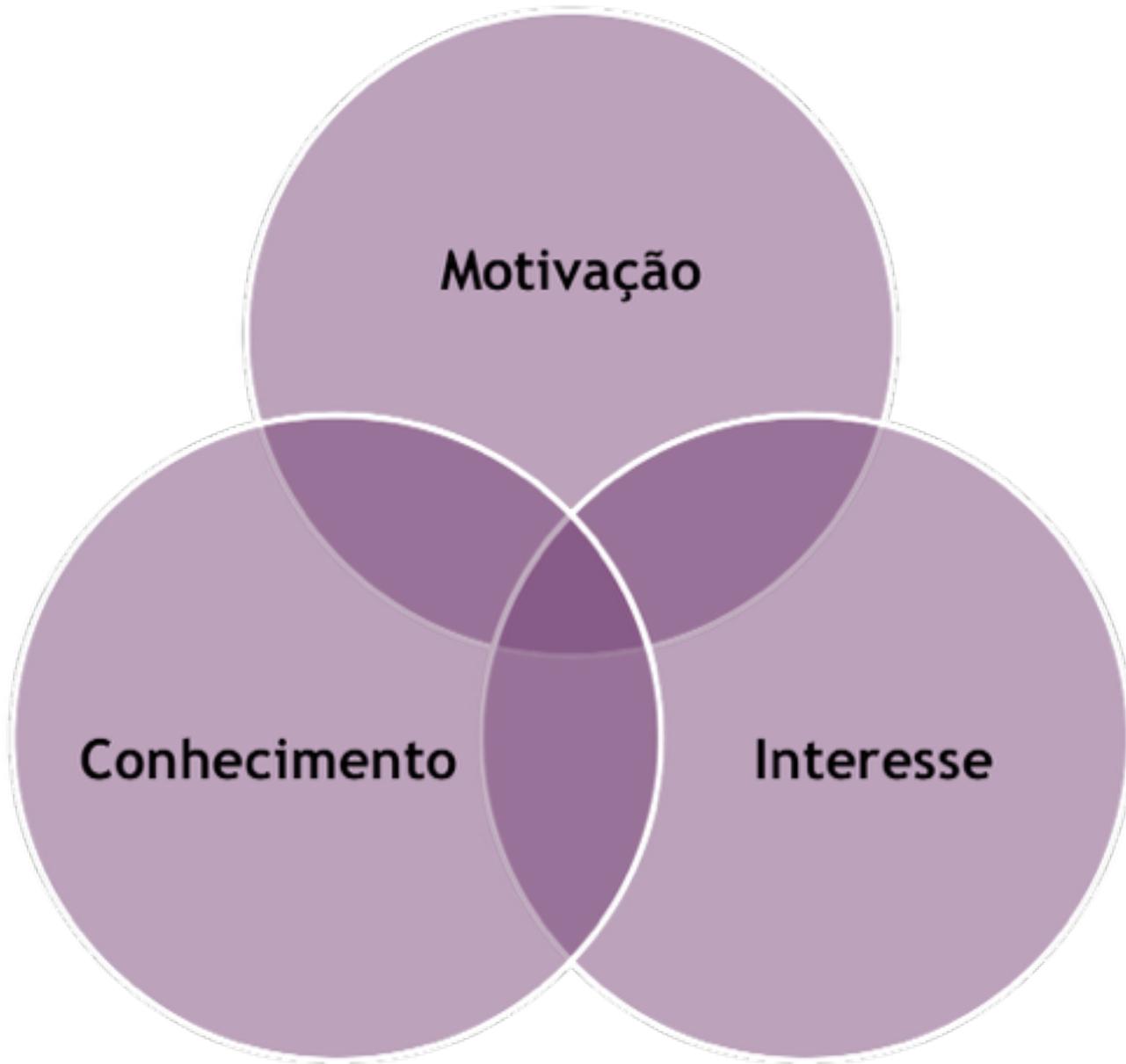
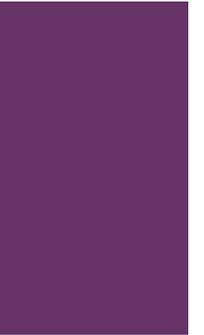
+ Quais são os fatores cruciais para promover mudanças?

- Estar ciente sobre a necessidade de mudar



+

*A motivação no contexto da  
Educação Nutricional*



Informação



**AÇÃO**

# + Programas de educação nutricional

- Fases:

1. Fase motivacional (pré-ação)

2. Fase de manutenção (pós-decisão)



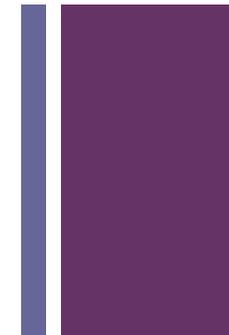
Crenças, valores, sentimentos, atitudes e percepções das normas sociais e culturais influenciam comportamentos saudáveis.

Esses fatores devem ser conhecidos para que se trabalhe com educação nutricional.



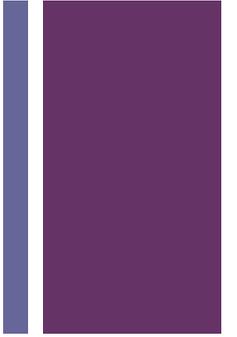
## Contexto cultural

- Fator importante a ser considerado no planejamento da educação nutricional.
- Cultura: conhecimentos, significados, valores e sentimentos.
- **Comida faz parte da cultura.** A cultura define o que as pessoas podem ou não comer, como preparar a comida, onde, quando, com quem deve ser compartilhada, quem faz as compras e cozinha os alimentos.



## + Interação da cultura e fatores psicossociais

- Crianças adquirem suas crenças culturais e valores de forma direta e indireta:
  - Direta: Quando é passado diretamente as normas e valores da sociedade. Ex: Nós não comemos porco.
  - Indireta: Observando o que outras pessoas fazem (normas), através de mídias (televisão)

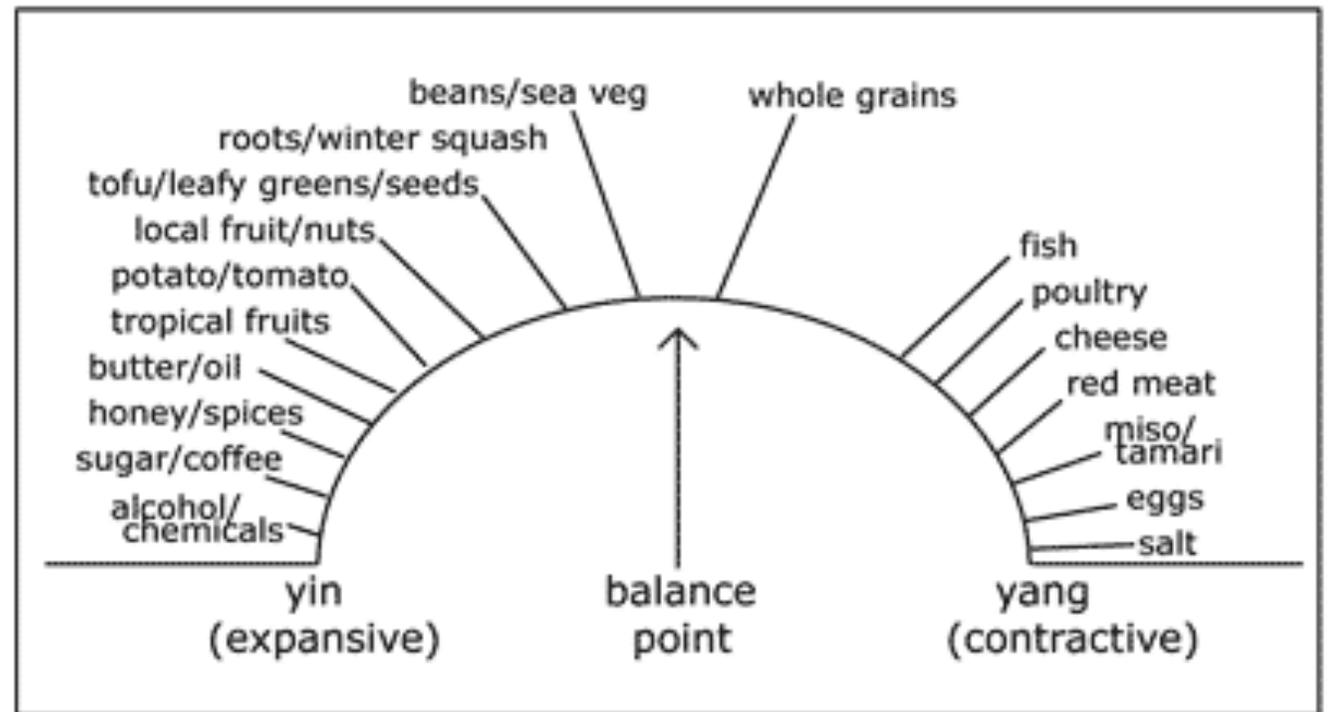


# + Ex: hot and cold (yin and yang) food

- Para manter a saúde: é necessário um balanço na ingestão de alimentos quentes e frios.

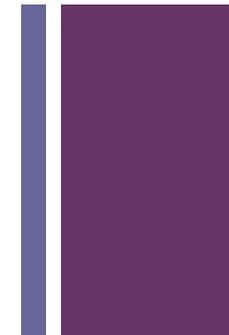


## The Balance Chart





## Entendendo a motivação para a mudança no comportamento



- Pessoas que desenvolvem **intenções fortes e estáveis** são mais propensas a estarem motivadas a tomarem atitudes.
  - **Crenças e emoções** competem com as intenções.
    - Ex: bolo é saboroso mas engorda, caminhar é saudável mas demanda tempo e esforço.
- Não é sempre fácil para as pessoas desenvolverem motivações e intenções fortes e estáveis.

# + Entendendo a motivação para a mudança no comportamento

- Quando a intenção é fraca, torna-se ainda mais fácil ceder às influências:
  - Propagandas de televisão
  - Alimentos não saudáveis disponíveis no ambiente de trabalho
  - Ambiente familiar (pessoas têm outras necessidades e paladares)



## A motivação é importante para vários tipos de pessoas:

- Àquelas que não estão cientes da importância de ações relacionadas à comida, que podem contribuir para sua sua saúde.
- Àquelas que são conscientes, mas não são comprometidas em tomar atitudes.
- Àquelas com intenções fracas.
- Àquelas que estavam tomando atitudes, mas não mantiveram a motivação ao longo do tempo.

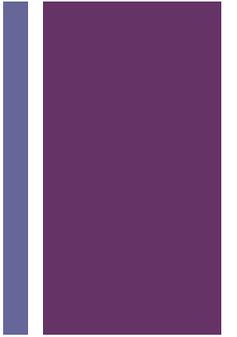
## + Teorias...

- Health Belief Model: Modelo de Crenças em Saúde

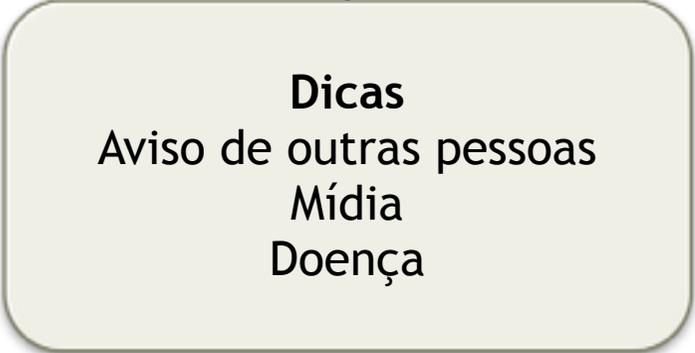
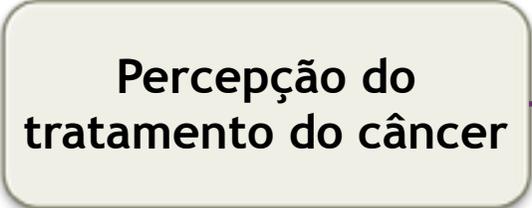
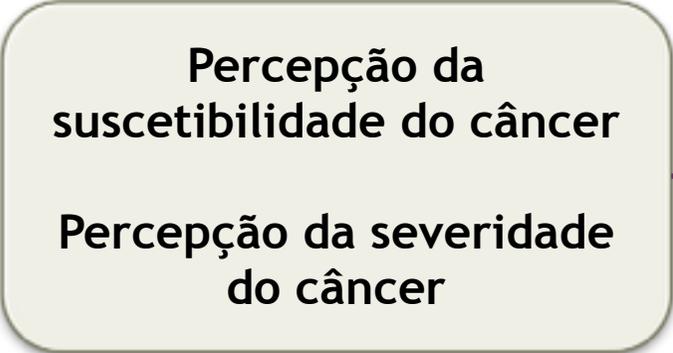
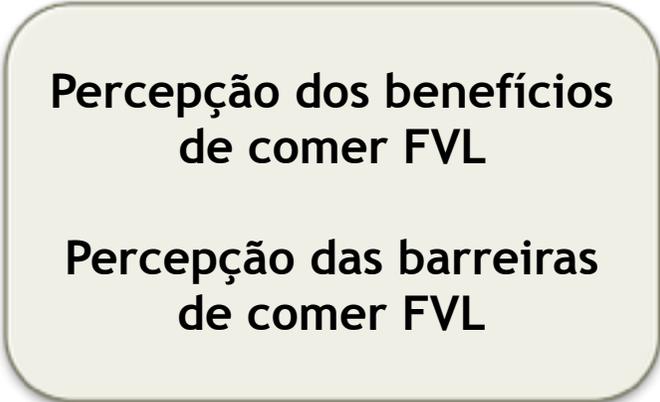
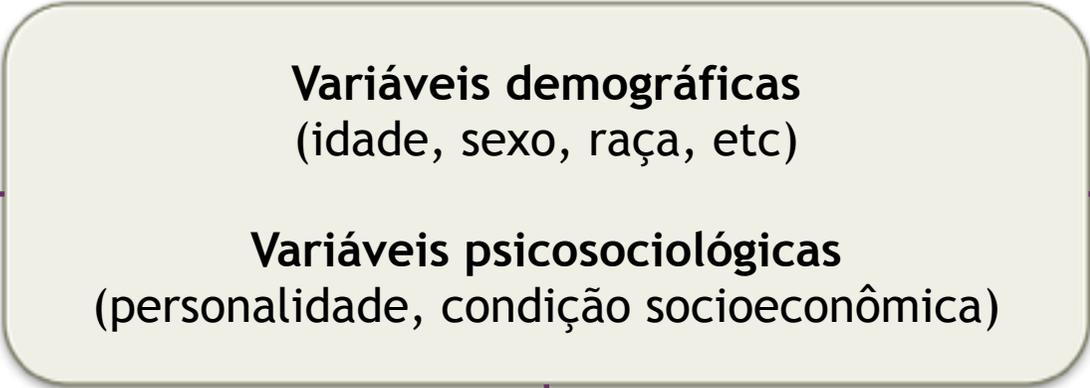
As crenças das pessoas influenciam suas ações ou comportamentos relacionadas à saúde.

# + Health Belief Model:

- Constructos do modelo:
  - Percepção da severidade
  - Percepção da suscetibilidade
  - Percepção dos benefícios
  - Percepção das barreiras
  - Auto-confiança
  - Dicas que nos faz lembrar a tomar atitudes



**Health Belief Model:**



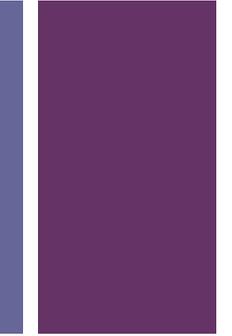
# Health Belief Model: principais conceitos e implicações para intervenções de Educação Nutricional

Constructos da teoria	Definição	Aplicações práticas
Percepção da severidade	Crenças sobre a severidade das consequências de uma condição de saúde	Apresentar informações sobre os impactos (à saúde e sociais) da respectiva condição
Percepção da suscetibilidade	Chances de contrair determinada doença	Apresentar informações que mostre os riscos de contrair determinada condição (herança genética, comportamentos)
Percepção dos benefícios	Conhecimentos de que determinadas atitudes reduzem os riscos	Apresentar informações sobre os benefícios associados a mudança de comportamento
Percepção das barreiras	Obstáculos à mudança de comportamento	Identificar e reduzir a percepção das barreiras. Ex: FVL da época são mais acessíveis para compra.
Auto-confiança	Confiança na própria habilidade de mudança	Informações que orientem como tornar as mudanças de comportamento mais fáceis de serem seguidas
Dicas	Estratégias de ação	Prover lembranças sobre a mudança de comportamento: posters, mídia, campanhas



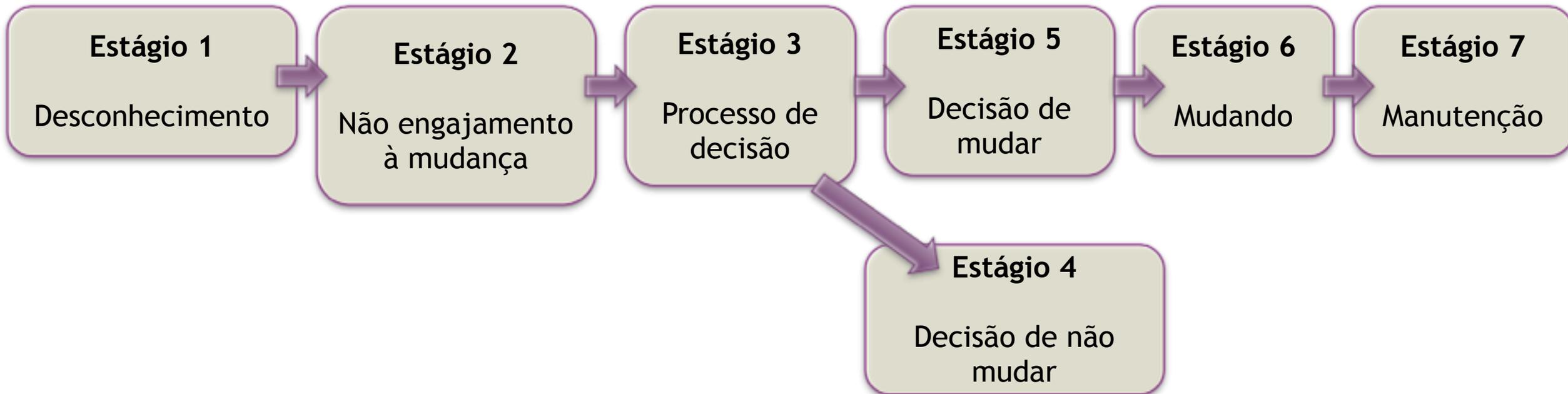
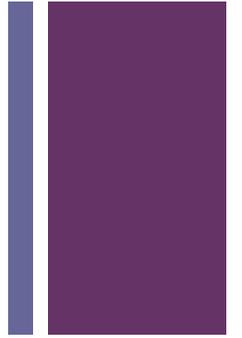
## ■ Health Believe Model

- Quando as pessoas experienciam determinada adversidade elas são mais propensas a mudarem de atitudes, apenas se os benefícios superarem as barreiras.
- Essa teoria é apropriada para o desenvolvimento de atividades de educação nutricional que visam **aumentar o conhecimento e a motivação para a mudança de atitude.**



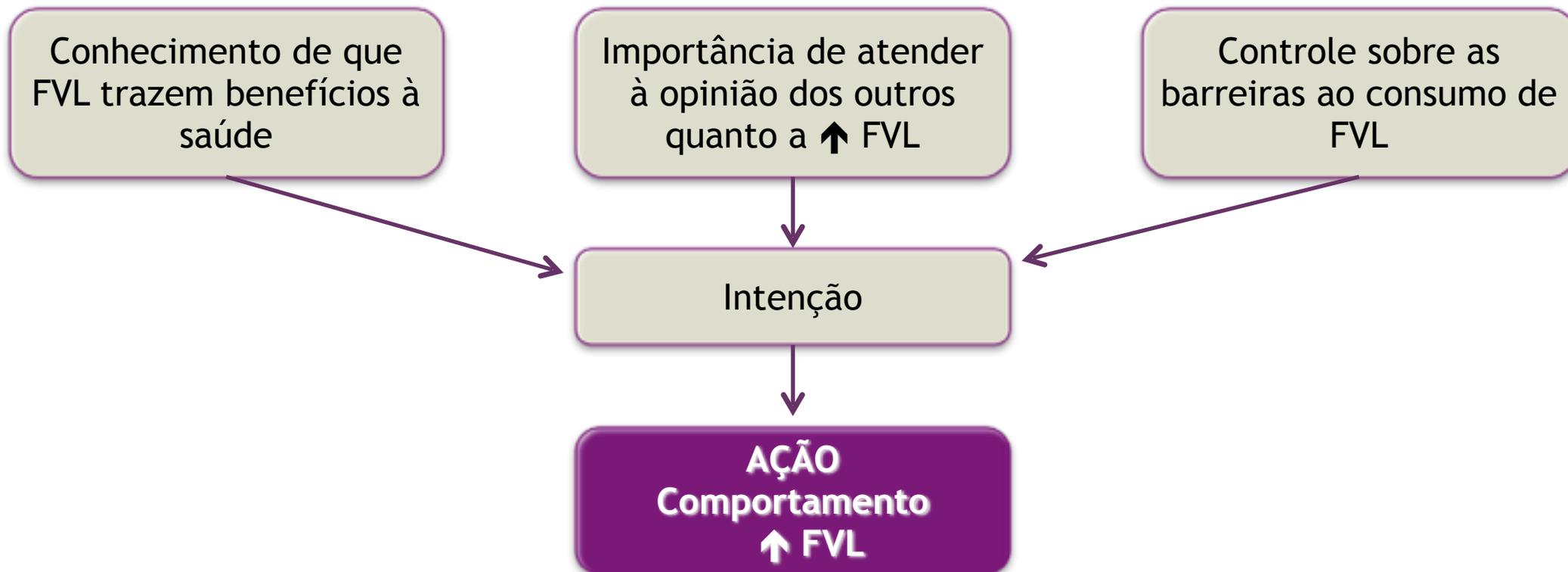
# + The Precaution Adoption Process Model

- É preciso avaliar em que estágio o indivíduo se encontra para adequar as estratégias de educação nutricional.



# + Theory of Planned Behavior

- O comportamento das pessoas é determinado por suas intenções, as quais são influenciadas por atitudes, normas sociais e percepções sobre o controle do comportamento.



## APLICAÇÕES PRÁTICAS:

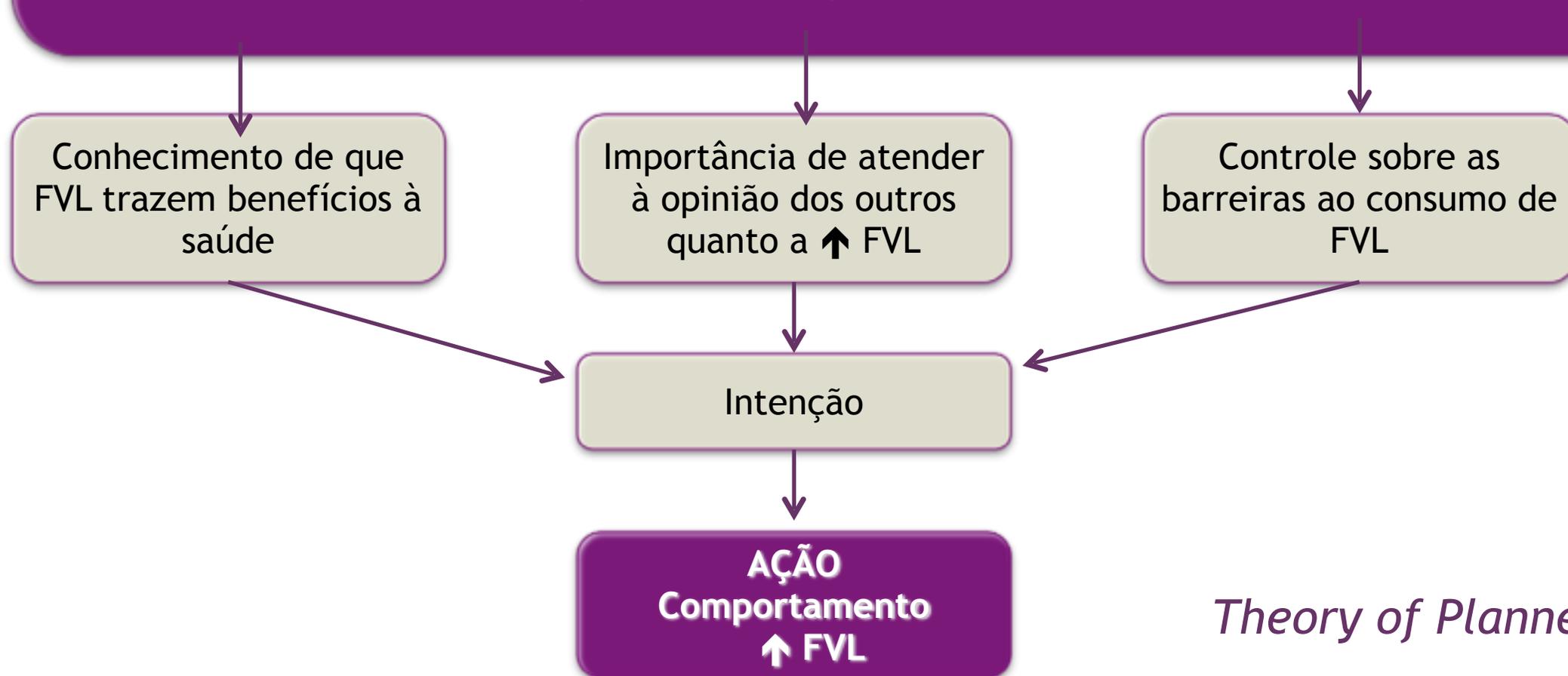
Mostrar o lado positivo e negativo da mudança (encorajando para a mudança)

Reforçar os aspectos positivos do comportamento saudável

Explorar estratégias que utilizem o sabor e preparação dos alimentos

Para adolescentes: mostre que comer saudável pode ser “cool”

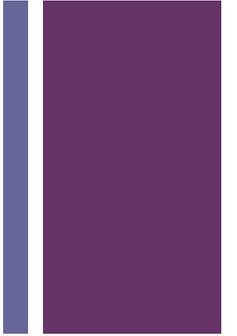
Informe que comer FVL pode ser fácil e conveniente



*Theory of Planned Behavior*



## *Theory of Planned Behavior*



### **Motivadores de comportamento:**

- Componente cognitivo - conhecimento sobre as consequências positivas/negativas decorrentes da mudança
- Componente afetivo - reflete sentimentos e emoções
  - Preferências alimentares (sabor)

**Componente cognitivo**

*“bolo de chocolate pode engordar”*



**Componente afetivo**

*“Eu amo o gosto do chocolate”*



## *Theory of Planned Behavior*

- As intenções de mudança não são suficientes para iniciar a mudança (ex: mudanças alimentares).
- As intenções/desejos são mais propensos de serem alcançados se forem primeiramente traduzidos na **implementação das intenções** (quando, onde e como fazer para atingir aquele comportamento).
- Comportamentos sem planejamento consciente:
  - ✓ Tempo e circunstância
  - ✓ Hábitos

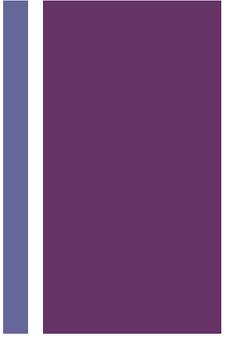
## *Outros fatores mediadores das escolhas alimentares e comportamento alimentar*

- Valores atribuídos aos resultados (atributos físicos e valores sociais)
  - Ex: perda de peso, reconhecimento social, prazer, felicidade etc
- Comfort foods
  - Ex: nos faz recordar experiências positivas na infância ou para lidar com emoções



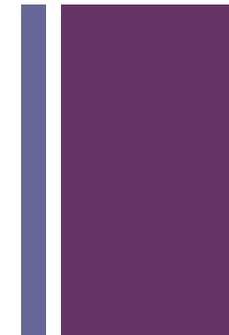
## + Self-Determinant Theory

- A motivação está condicionada a existência de 3 fatores:
  - Acreditar na capacidade e competência em controlar o ambiente e acreditar nos resultados.
  - Participar ativamente na determinação dos próprios comportamentos (auto-controle).
  - Convívio social.





# Referências



- Isobel R. Contento. Foundation in Theory and Research: Increasing Awareness and Enhancing Motivation (chapter 4). In: Nutrition Education: Linking Research, Theory and Practice, 2<sup>nd</sup> edition, p.64-93, 2010.
- Pinto VLX. 2º Grau de Aproximação, POR QUE pesquisar? In: Pesquisa Qualitativa, Justiça Social e Promoção da Alimentação Saudável nas Escolas - Seis graus de aproximação. Natal, RN: EDUFRN, p.49-64, 2015
- Locatelli ACD, Bzuneck JA, Guimarães SÉR. A Motivação de Adolescentes em Relação com a Perspectiva de Tempo Futuro. Psicologia: Reflexão e Crítica 2007,20(2): 268-76.