

## SINTESI DELLE TEORIE DELLE SCIENZE SOCIALI

The Health Communication Unit, Centre for Health Promotion, University of Toronto  
[www.thcu.ca](http://www.thcu.ca) - Agosto 2008

**Traduzione a cura di**  
**Elena Barbera, Paola Ragazzoni, Claudio Tortone**  
DoRS – Regione Piemonte  
(*Centro Regionale di Documentazione per la Promozione della Salute*)

### **Come utilizzare la teoria degli stadi di cambiamento (Modello Transteorico di DiClemente e Prochaska)**

Secondo la teoria degli stadi di cambiamento gli individui, quando apprendono e adottano un nuovo comportamento, passano attraverso 5 stadi o tappe:

- **Stadio 1:** L'individuo non ha ancora pensato di modificare il proprio comportamento "Non fumo così tanto"
- **Stadio 2:** L'individuo comincia a prendere in considerazione l'idea di modificare il proprio comportamento "Forse è giunto il momento di smettere di fumare"
- **Stadio 3:** L'individuo si prepara al cambiamento "Ho chiesto un aiuto per rinunciare al tabacco"
- **Stadio 4:** L'individuo comincia ad apportare dei cambiamenti "Non ho fumato per tutto il giorno"
- **Stadio 5:** Questo stadio si estende fino a due-tre anni dopo la modifica del comportamento, in quanto rappresenta lo stadio di mantenimento di un nuovo comportamento "Da quando ho smesso di fumare ho risparmiato abbastanza soldi da potermi permettere il viaggio che avevo sempre sognato di fare"

E' importante che gli individui partecipino a programmi e usufruiscano di servizi che tengono in considerazione lo stadio di cambiamento in cui ognuno si trova.

### **La teoria degli stadi di cambiamento "in pratica"**

Un programma per la salute cardiovascolare di Pawtucket, a Rhode Island, ha utilizzato la teoria degli stadi di cambiamento per mettere a punto un programma di attività fisica. Attraverso l'uso di un questionario è stato identificato lo stadio di cambiamento in cui si trovava ogni partecipante.

Gli individui al Secondo stadio - che non svolgevano attività fisica ma avevano intenzione di iniziare a farla - hanno ricevuto un opuscolo di 4 pagine dal titolo « What's In It For You? » che conteneva suggerimenti in merito alle attività da fare e ai vari rinforzi per gratificarsi dopo averle sperimentate.

Gli individui al Terzo stadio - che svolgevano attività fisica in maniera saltuaria - hanno ricevuto un opuscolo «Ready for Action», che conteneva informazioni su costi e benefici dell'attività fisica, sul modo più adeguato per fissare degli obiettivi a breve e a lungo termine, suggerimenti per la

pianificazione dei rinforzi e sulla gestione del tempo e consigli per iniziare un "programma di marcia".

Gli individui al Quarto stadio - che avevano appena iniziato a svolgere attività fisica con regolarità - hanno ricevuto un opuscolo «Keeping it Going», che forniva informazioni su come affrontare le situazioni che potrebbero portare a smettere di condurre uno stile di vita attivo, su come fissare obiettivi realistici, come evitare incidenti e ferite e come scegliere un partner con cui svolgere attività fisica.

## Come utilizzare la teoria dell'apprendimento sociale

I punti fondamentali relativi al cambiamento di un comportamento attraverso la teoria dell'apprendimento sociale sono:

- Per incoraggiare un individuo ad adottare un comportamento salutare occorre modificare l'**ambiente** in cui vive. Per esempio, fornendo gratuitamente servizi di baby sitting per i bambini, sarà più facile per i genitori partecipare alle attività proposte.
- Le **credenze** di un individuo rispetto ad un comportamento di salute sono di importanza fondamentale. Pertanto, talvolta è necessario fornire delle informazioni corrette, allo scopo di correggere le false credenze (ad esempio che il fumo non è dannoso per il feto).
- Talvolta può essere utile una **formazione** specifica per l'adozione di un nuovo comportamento salutare, ad esempio per l'apprendimento di un nuovo esercizio.
- Si apprende molto anche attraverso l'osservazione degli altri, l'**uso di modelli** (modeling) è un modo efficace per insegnare nuovi comportamenti.
- Un comportamento verrà adottato con più facilità se si ottengono dei vantaggi, dei **rinforzi** per averlo fatto.
- Molto efficace tra i tipi di rinforzo è il **rinforzo sociale** (i complimenti per un lavoro ben fatto).
- Un comportamento verrà adottato con più facilità se sono evidenti i vantaggi che se ne possono trarre (ad esempio la perdita di peso).
- La **fiducia** in se stessi è fondamentale; i nuovi comportamenti devono essere introdotti gradualmente, in modo che il soggetto possa acquisire progressivamente fiducia nelle proprie capacità di portare a termine e mantenere il cambiamento.

## La teoria dell'apprendimento sociale "in pratica"

Un programma di salute cardiovascolare del Minnesota (USA) ha utilizzato la teoria dell'apprendimento sociale per mettere a punto un intervento di promozione di una sana alimentazione nei bambini.

- Ogni bambino che ha partecipato al programma ha ricevuto per posta un pacco contenente una lista di attività specifiche inerenti la corretta alimentazione da svolgere con i genitori. La partecipazione dei genitori aveva lo scopo di modificare l'ambiente di vita del bambino e la sua percezione del contesto.
- Il pacco conteneva anche un libro di favole illustrate, i cui personaggi fornivano un modello di sane abitudini.
- Il materiale del pacco era stato predisposto allo scopo di fornire ai bambini delle informazioni corrette ed insegnare le abilità richieste per adottare una alimentazione equilibrata e salutare.
- Al fine di incoraggiare e favorire l'adozione di abitudini alimentari salutari, per i bambini che hanno partecipato al progetto, sono stati previsti dei premi (adesivi, gadget e un premio finale consistente in un viaggio a Disneyworld).

Anche un programma di sviluppo di abilità parentali in genitori adolescenti dell'Illinois (USA), ha utilizzato molti principi della teoria dell'apprendimento sociale.

- Il programma ha creato un ambiente più favorevole all'adozione dei comportamenti desiderati, offrendo gratuitamente un servizio di baby sitting, il trasporto e pasti leggeri.

- Il programma ha utilizzato dei modelli per accrescere la fiducia dei giovani genitori nella propria capacità di compiere cambiamenti sani e positivi.
- Il programma ha tentato di modificare alcune credenze negative rispetto ai genitori adolescenti, sottolineando la loro partecipazione positiva alle attività comunitarie.
- Sono stati organizzati dei corsi per migliorare le competenze genitoriali dei giovani adolescenti partecipanti al programma.

## Come utilizzare la teoria dell'organizzazione comunitaria

L'organizzazione comunitaria può essere utilizzata per aiutare i membri di una comunità ad identificare i problemi comuni, a pianificare e ad adottare delle soluzioni per risolvere questi problemi. Questo approccio è stato molto utilizzato per affrontare i problemi di salute.

Esistono tre tipi di azioni comunitarie:

- **Tipo 1 - pianificazione sociale:** un gruppo di esperti, esterno alla comunità, risolve i problemi locali con l'aiuto dei membri della comunità stessa.
- **Tipo 2 - sviluppo locale:** esperti e membri della comunità lavorano insieme su un piano paritetico di collaborazione.
- **Tipo 3 - azione sociale:** azione controllata dagli stessi membri della comunità che cercano di aumentare il loro controllo su questioni per loro importanti.

Ecco alcuni punti sostanziali per la teoria dell'organizzazione sociale:

- I membri della comunità dovrebbero partecipare a tutte le fasi di un programma di promozione della salute, contribuendo così a creare un senso di appartenenza che aumenta l'efficacia del programma stesso.
- Talvolta, i membri della comunità hanno bisogno di una formazione specifica per acquisire le competenze necessarie per partecipare ad una attività o controllare un programma.
- L'organizzazione comunitaria può rappresentare una modalità efficace di cambiamento ambientale in modo che sia favorita l'adozione di comportamenti salutari. Ad esempio, nell'ambito di un progetto di promozione della salute cardiovascolare in Finlandia, si è lavorato con gruppi di comunità per vietare il fumo nei luoghi pubblici e aumentare la varietà di alimenti a basso contenuto di grassi in negozi e ristoranti della zona.

## La teoria dell'organizzazione comunitaria "in pratica"

Un programma di salute cardiovascolare in Minnesota ha utilizzato la seguente strategia per favorire la partecipazione dei membri della comunità :

- I leader della comunità interessati al tema della salute cardiovascolare sono stati invitati a costituire un "comitato consulta" di progetto. Si tratta di un esempio di attività di organizzazione di comunità di **Sviluppo locale**.
- Il comitato consulta ha stilato un elenco di attività possibili per favorire la salute cardiovascolare (ad esempio programmi di attività fisica sul luogo di lavoro) e ha costituito dei gruppi di lavoro specifici per ogni attività.
- Ogni gruppo di lavoro ha creato dei comitati, formati da 6-10 volontari della comunità, responsabili di pianificare nel dettaglio le attività da svolgere. Ad esempio, il gruppo di lavoro sull'alimentazione sana ha istituito dei comitati formati da negozianti, proprietari di ristoranti, insegnanti ed allievi di corsi di cucina. Questa modalità di lavoro con gruppi comunitari strutturati è un esempio di approccio di organizzazione comunitaria di **Pianificazione sociale**.
- Nel tempo, i membri della comunità hanno controllato e monitorato le attività messe a punto ed intraprese nel corso dell'iniziativa.

Le attività di organizzazione comunitaria utilizzate nell'ambito di un programma sull'alimentazione per le donne in gravidanza a Montréal, in Quebec, corrispondono a numerosi principi di una azione di **Sviluppo locale**:

- il programma è diretto da un consiglio di volontari, composto da membri della comunità.
- i volontari della comunità svolgono i compiti quotidiani, come la raccolta di provviste alimentari.
- la partecipazione locale al programma aiuta ad accrescere il senso di appartenenza alla comunità.

### **Come usare la teoria della diffusione delle innovazioni**

Secondo la teoria della diffusione delle innovazioni, gli individui hanno la tendenza ad adottare con più facilità comportamenti nuovi, e quindi anche comportamenti di salute, che abbiano le seguenti caratteristiche:

- simili a comportamenti già in uso
- facilmente adattabili in diverse situazioni
- facili da mettere in atto
- semplici da capire
- reversibili e facili da interrompere, se lo si desidera
- preferibili ad altri metodi possibili
- poco rischiosi (senza effetti nocivi per la salute)
- poco costosi in termini di tempo, sforzo e denaro

La teoria della diffusione delle innovazioni divide le persone in 6 differenti categorie, in base al tempo impiegato da ognuno per adottare nuove idee e nuovi comportamenti. I membri più influenti (leader) della comunità sono di solito classificati come "adottatori precoci": possono esercitare un'influenza significativa sugli altri membri della comunità rispetto all'adozione di nuove idee e comportamenti.

### **La teoria della diffusione delle innovazioni "in pratica"**

Un programma di promozione della salute cardiovascolare in Finlandia ha applicato la teoria della diffusione delle innovazioni per favorire l'adozione di comportamenti salutari per il cuore, come smettere di fumare e adottare un regime alimentare a basso contenuto di grassi.

- I leader di comunità o gli adottatori precoci sono stati individuati attraverso interviste a commercianti e residenti locali,
- I leader di comunità identificati hanno partecipato ad un week end di formazione sulle cause delle cardiopatie e sulle principali modalità per incoraggiare gli altri all'adozione di un comportamento di salute.
- I leader di comunità sono stati sensibilizzati all'importanza del loro ruolo di "modello" nei confronti degli altri e sono stati incoraggiati a fornire il buon esempio, adottando essi stessi dei comportamenti salutari.
- I leader di comunità sono stati incoraggiati a esercitare pressione sugli organismi locali affinché fossero messe in atto delle politiche favorevoli alla salute. Ad esempio, i leader di comunità hanno avuto un ruolo chiave nel far sì che i commercianti locali togliessero le pubblicità sul tabacco dai loro negozi.

Un altro programma di promozione della salute cardiovascolare in Minnesota ha applicato la teoria della diffusione dell'innovazione:

- i leader locali sono stati identificati intervistando i membri della comunità. Tali leader hanno costituito un comitato per la realizzazione dell'iniziativa.
- Sono stati identificati anche dei medici rappresentativi per ogni comunità partecipante affinché fossero garantite le informazioni mediche corrette.

## **Come utilizzare la teoria della psicologia comportamentale di comunità**

Ecco i punti principali della teoria della psicologia comportamentale di comunità:

- Gli individui tendono maggiormente a mettere in atto comportamenti sani se sono seguiti da ricompense o risultati positivi.
- Gli individui sono meno portati ad adottare comportamenti non salutari se sono seguiti da conseguenze sgradevoli. Le restrizioni, gli ostacoli ambientali possono scoraggiare l'adozione di comportamenti nocivi per la salute, per esempio i controlli puntuali effettuati dalla polizia scoraggiano le persone a mettersi alla guida dopo aver bevuto alcolici.
- L'informazione sui risultati, ad esempio peso o pressione arteriosa, può essere utilizzata per favorire l'adozione di comportamenti salutari e scoraggiare quella di comportamenti nocivi.
- A tutti i membri di una comunità dovrebbe essere data la possibilità di svolgere con facilità attività volte a promuovere al salute.
- I programmi dovrebbero essere abbastanza elastici da poter rispondere ai bisogni dei membri della comunità e tenerne in considerazione i suggerimenti.
- I programmi dovrebbero essere offerti a costi contenuti in modo da permettere a tutti i membri della comunità di potervi prendere parte.
- I programmi proposti dovrebbero riflettere i valori della comunità.
- Le persone tendono maggiormente ad adottare nuovi comportamenti se incoraggiati da programmi che godono di una grande visibilità all'interno della comunità.
- Per poter verificare in che misura il programma risponde ai bisogni della comunità, i membri della stessa devono partecipare a tutte le sue fasi (ideazione, realizzazione e valutazione).

## **La teoria della psicologia comportamentale di comunità "in pratica"**

« Meet Us in the Park », un appuntamento annuale patrocinato da un programma per la prevenzione cardiovascolare a Pawtucket, Rhode Island, si basa sui principi della teoria comportamentale di comunità:

- L'ampia scelta di attività proposte durante la giornata (giochi, passeggiate in famiglia, un concorso di chili) rende la giornata stessa interessante per tutta la comunità.
- I membri della comunità ritengono che sia facile adottare i comportamenti proposti in occasione di questo appuntamento annuale (es. usare della carne di manzo magra o dei sostituti vegetali della carne per preparare un chili gustoso e sano).
- Alcuni volontari della comunità sono coinvolti nella preparazione e nello svolgimento delle attività della giornata.
- L'evento viene ampiamente pubblicizzato e quindi gode di grande visibilità all'interno della comunità.
- Sono previsti premi per chi porta a termine con successo le attività proposte.

Anche la creazione di percorsi pedonali, nell'ambito di un' iniziativa di prevenzione cardiovascolare ad East York, in Ontario, risponde ai principi della teoria comportamentale di comunità:

- Passeggiare in mezzo alla natura è una attività facile e alla portata di tutti.
- Al programma partecipano molti gruppi, tra cui commercianti e politici locali.
- Il programma gode di ampia visibilità, in quanto i media l'hanno pubblicizzato a più riprese e lungo tutti i sentieri pedonali vi sono insegne con il logo dell'iniziativa.
- Sono previsti anche premi speciali (spille, t-shirts, bottiglie d'acqua) per la partecipazione al programma.

## **Come usare il marketing sociale**

Le campagne di marketing sociale utilizzano i mass media (giornali, depliant, radio e televisione) per diffondere nuove idee e strategie, tra cui i comportamenti di salute.

Ecco le fasi principali di una campagna di marketing sociale:

- **Fase I: Progettazione** — scegliere il tema della campagna, raccogliere informazioni di rilievo sul tema e individuare le risorse disponibili per la campagna (risorse umane ed economiche, tempo, mass media e sostegno pubblico).
- **Fase II: Pianificazione e messa a punto di una strategia** — Scegliere i destinatari di riferimento, raccogliere informazioni circa caratteristiche e bisogni di tali destinatari, fissare lo scopo e gli obiettivi del programma, scegliere le attività e studiare la modalità di valutazione dell'efficacia del programma.

Nel pianificare una campagna occorre porre attenzione alle 5 P del Marketing Sociale:

- o **Prezzo (Price)** — i costi (in termini economici, di tempo e di sforzi) da sostenere per trarre profitto dalla campagna.
  - o **Prodotto (Product)** — il prodotto, il servizio o l'idea che si vuole promuovere.
  - o **Promozione (Promotion)** — i metodi utilizzati per condurre la campagna.
  - o **Distribuzione (Place)** — dove e in che modo (attraverso quali canali) la popolazione target riceve il messaggio della campagna.
  - o **Partecipazione (Participation)** — la modalità con cui la popolazione target partecipa alla campagna.
- **Fase III: Creazione dei messaggi e delle attività della campagna**
  - **Fase IV: Preparazione di un piano d'azione**
  - **Fase V: Attuazione operativa del piano**
  - **Fase VI: Valutazione dei risultati** — nel pianificare le future campagne si può utilizzare un report che descrive in che misura i messaggi e le attività hanno portato dei frutti.

## Il marketing sociale "in pratica"

Un progetto di prevenzione cardiovascolare realizzato nella regione di York, in Ontario, ha patrocinato un concorso per la realizzazione da parte della comunità di un "logo" ufficiale del progetto.

- **Prodotto** — Il prodotto da promuovere era il progetto di prevenzione cardiovascolare.
- **Promozione** — Per promuovere il concorso sono stati usati: un comunicato stampa ai giornali, una insegna elettronica affissa in ospedale e dei cartelloni pubblicizzanti l'iniziativa affissi nei centri commerciali locali.
- **Partecipazione** — Un gruppo rappresentativo dei membri della comunità ha scelto i due loghi migliori che sono stati pubblicati sulla stampa locale in modo da permettere alla popolazione locale di votare il logo preferito, telefonando alla redazione del giornale.
- **Prezzo** — Il prezzo comprendeva innanzitutto il tempo e lo sforzo dei partecipanti, così come i costi relativi alla realizzazione e alla pubblicazione dei loghi. In cambio la comunità ha ricevuto dei beni materiali (concorso e t-shirts) e delle idee (sensibilizzazione sul tema della salute cardiovascolare).

Un altro progetto per la prevenzione cardiovascolare, realizzato a Stanford, in California, ha fatto ricorso al marketing sociale per promuovere un concorso sulla cessazione dal fumo.

- **Prodotto** — Il concorso è stato pubblicizzato attraverso una campagna di marketing sociale
- **Promozione** — L'iniziativa è stata pubblicizzata attraverso annunci televisivi e sulla stampa. Anche alcuni leader della comunità hanno accettato di pubblicizzare il concorso.
- **Prezzo** — I costi sono stati ridotti al minimo, senza chiedere quote d'iscrizione e predisponendo programmi gratuiti per la disassuefazione dal fumo. Il costo per i partecipanti è stato lo stress connesso alla rinuncia al fumo.
- **Partecipazione** — I residenti della comunità hanno scelto il titolo del progetto, il logo e i costi.

## Come usare il modello di cambiamento del comportamento

Tutte le iniziative e i servizi realizzati nell'ambito del programma di prevenzione cardiovascolare a North Karelia, in Finlandia, si basano sul seguente modello di cambiamento del comportamento:

- **Miglioramento dei servizi** — Sono stati riorganizzati i servizi sanitari locali e sono stati realizzati programmi di screening per le cardiopatie.
- **Informazione** — E' stata realizzata un' importante campagna di sensibilizzazione dell'opinione pubblica attraverso diversi mezzi di informazione (radio, giornali, ecc.). Nei primi cinque anni del programma sono stati pubblicati sulla stampa locale più di 1 500 articoli sulla prevenzione cardiovascolare. I diversi gruppi della comunità hanno contribuito a trasmettere le informazioni distribuendo opuscoli informativi e organizzando incontri di educazione alla salute..
- **Persuasione** — Tutti i messaggi mediatici prodotti ed utilizzati nell'ambito del programma sono stati accuratamente concepiti per riuscire a convincere le persone. Alcuni messaggi avevano l'obiettivo di demolire alcune false credenze molto diffuse. Per esempio, molti membri della comunità credevano che chi fa lavori pesanti ha bisogno di un' alimentazione ricca di carne e grassi. I messaggi proposti hanno corretto questa credenza, sottolineando il fatto che un famoso fondista finlandese non mangia carne.
- **Formazione e sostegno sociale** — Sono stati previsti interventi di formazione in merito a comportamenti di salute difficili da adottare (ad esempio cucinare cibi favorevoli alla salute cardiovascolare). Il programma di formazione ha seguito 4 fasi fondamentali: dimostrazione attraverso il modellaggio, messa in pratica del nuovo comportamento con supporto, feedback e suggerimenti pratici, sostegno sociale per la generalizzazione del comportamento a situazioni e momenti diversi. Per esempio un corso di cucina per le donne della comunità proponeva nuove ricette e incoraggiava a provarle. I conduttori del corso fornivano feedback e suggerimenti dopo che le partecipanti si erano cimentate nella esecuzione delle nuove ricette. Al fine di garantire un supporto sociale, i familiari erano invitati ad assaggiare i pasti preparati dalle partecipanti al corso.
- **Cambiamento ambientale** — Gli organismi della comunità sono stati sollecitati ad adottare politiche favorevoli alla salute cardiovascolare, ad esempio applicando il divieto di fumare a tutti i locali pubblici.
- **Organizzazione comunitaria** — I membri rappresentativi della comunità hanno appoggiato l'iniziativa e hanno partecipato alle attività.

## **Come utilizzare il I modello di comunicazione per il cambiamento del comportamento**

Le nuove idee – compresi comportamenti sani come il jogging – spesso sono presentate attraverso campagne pubbliche d'informazione. Un programma di prevenzione cardiovascolare in North Karelia, Finlandia, ha elaborato un programma per la pianificazione di questo tipo di campagne, suddiviso in 8 fasi.

1. **Attenzione** — Scegliere la campagna e i mezzi di comunicazione, ad esempio la pubblicità in televisione.
2. **Motivazione**— Tentare di attirare l'attenzione sul messaggio. Una modalità può essere il coinvolgimento dei leader di comunità.
3. **Comprensione** — Verificare la comprensibilità immediata del messaggio.
4. **Trasmissione della informazione** — I messaggi devono essere adeguati alla comunità cui sono rivolti, devono riflettere modo di parlare, di vestirsi, di comunicare dei destinatari target.
5. **Cambiamento di atteggiamento** — I metodi per modificare gli atteggiamenti comprendono il coinvolgimento di leader di comunità, l'aumento di contatti con i membri della comunità e la pianificazione di attività mirate.
6. **Acquisizione di abilità in termini di salute**— Far acquisire nuove abilità in termini di salute attraverso la dimostrazione e la pratica. Fornire feedback ai membri della comunità ce cercano di apprenderle.
7. **Applicazione delle nuove abilità in termini di salute**— L'applicazione di nuovi comportamenti può essere favorita dall'uso del feedback, dagli avvenimenti comunitari, dal sostegno sociale, dalla formazione mirata all'incremento dell'autoefficacia e dall'aiuto pratico.

8. **Mantenimento delle abilità in termini di salute** — Il sostegno sociale, la formazione mirata all'incremento dell'autoefficacia e le attività degli organismi comunitari che apportano delle modifiche per creare un ambiente più sano da parte incoraggiano la popolazione ad adottare nel tempo comportamenti salutari.

## **Come utilizzare il II modello di comunicazione per il cambiamento di comportamento**

Tutte le attività realizzate grazie ad un programma di prevenzione cardiovascolare dell'Università di Stanford, in California, si basano su un modello caratterizzato da sei fasi.

1. **Sensibilizzazione** — Sensibilizzare le persone ai problemi di salute e alle possibili soluzioni. Per esempio, nell'ambito del programma è stato realizzato nelle scuole un intervento sull'alimentazione sana volto a sensibilizzare maggiormente gli alunni rispetto al valore nutrizionale di alcuni alimenti.

2. **Conoscenze** — Le informazioni relative ai comportamenti salutari dovrebbero essere facili da comprendere, interessanti e significative per i membri della comunità. Oltre a fornire informazioni sugli alimenti sani, l'intervento nelle scuole insegnava anche agli alunni quali strategie adottare per modificare le proprie abitudini alimentari.

3. **Motivazione** — Le persone sono più propense a cambiare se conoscono i benefici che ne trarranno. L'intervento nelle scuole sull'alimentazione sana utilizzava esercizi di degustazione, concorsi nelle classi e altre divertenti attività per convincere gli alunni a mangiare in modo sano.

4. **Abilità** — Spesso per insegnare alle persone ad adottare comportamenti differenti è necessario prevedere interventi formativi. Gli alunni che hanno partecipato al programma hanno appreso e messo in pratica le abilità in termini di alimentazione sana attraverso esercizi in classe e lavori da fare a casa.

5. **Azione** — L'educazione aiuta a promuovere l'adozione di comportamenti sani. Gli esercizi in classe e lavori da fare a casa hanno spinto gli alunni ad adottare abitudini alimentari favorevoli alla salute cardiovascolare.

6. **Mantenimento** — Il supporto sociale e la formazione volti ad accrescere la fiducia in se stessi possono essere utilizzati per incoraggiare le persone ad adottare definitivamente comportamenti sani. Gli alunni che hanno partecipato al programma hanno riempito dei moduli, utili per sapere qual'è la frequenza con cui mangiano cibi favorevoli alla salute cardiovascolare.

Per ulteriori approfondimenti sul tema:

### **"Gli Stadi del cambiamento: Storia, Teoria ed Applicazioni. Modello Transteoretico di DiClemente e Prochaska"**

A cura di P. Ragazzoni, M.Di Pilato, R.Longo, S. Scarponi, C.Tortone – DoRS

[http://www.dors.it/alleg/0200/ragazzoni\\_quaderno.pdf](http://www.dors.it/alleg/0200/ragazzoni_quaderno.pdf)

### **"Modelli socio cognitivi per il cambiamento dei comportamenti: rassegna e analisi critica"**

A cura di P. Ragazzoni, M.Di Pilato, R.Longo, S. Scarponi, C.Tortone – DoRS

<http://www.dors.it/alleg/0202/Modelli%20teorici%20di%20cambiamento2.pdf>