

Applicazione del modello regionale di presa in carico del bambino sovrappeso ed obeso

23 e 24 maggio 2014

Marco Tamelli e Simone Storani

*Luoghi di Prevenzione
Lega Italiana per la Lotta Contro i Tumore R.E.*

SALUTE, STILI DI VITA E CAMBIAMENTO



Propensione al cambiamento

SOLO IL 16% DELLA POPOLAZIONE (innovatori e disponibili)
cambia comportamento anche al solo mutare delle **CONOSCENZE**
anche se con tempi diversi
(alto titolo di studio e elevata consapevolezza delle risorse personali)

**IL RESTANTE 84% DELLA POPOLAZIONE NECESSITA DI ALTRI TIPI DI
INTERVENTO**

(modifiche ambientali, azioni sui gruppi di riferimento,
acquisizione di nuove capacità)

(Green e Kreuter 1999)

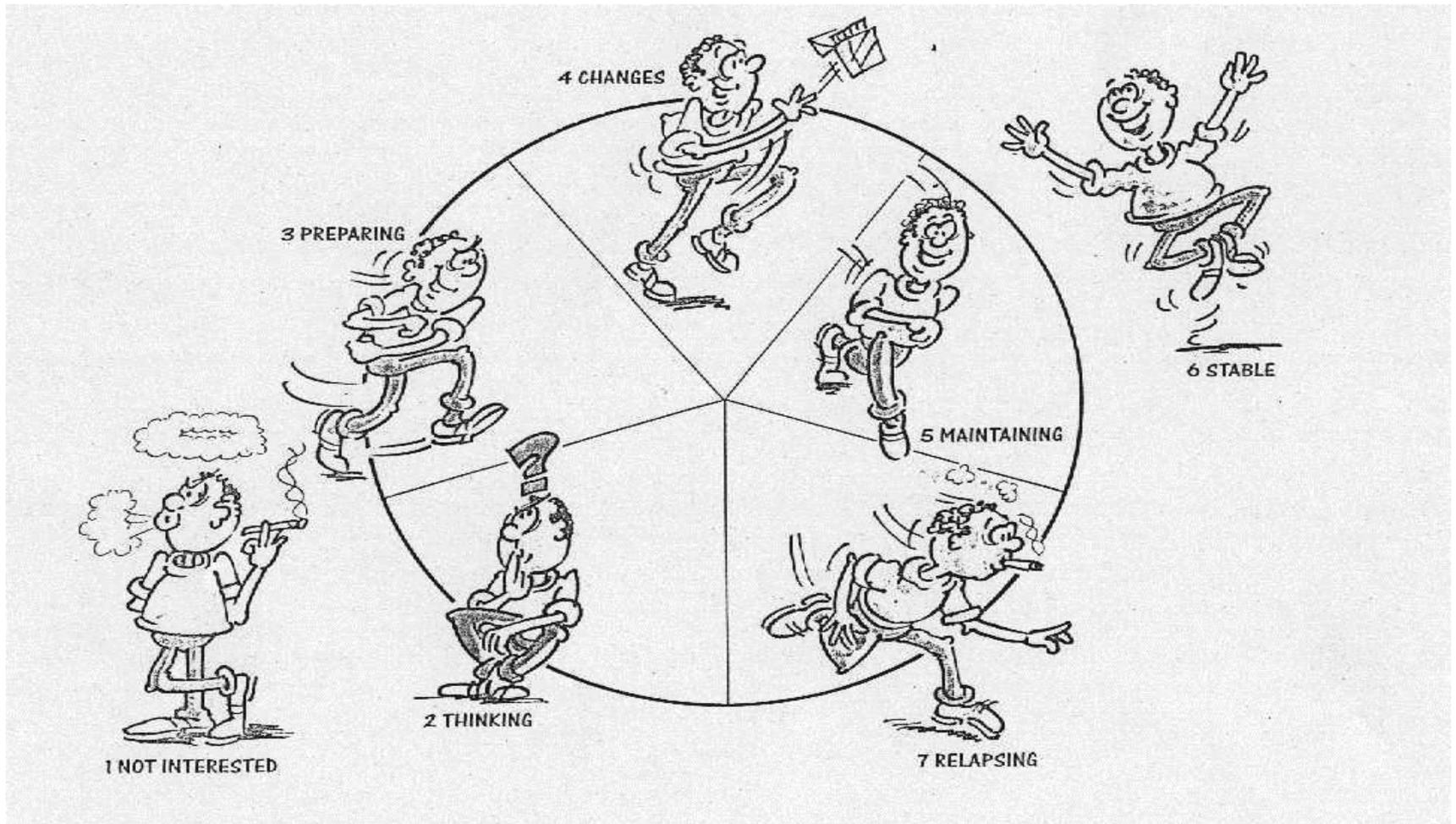
Si potrebbe pensare che sia sufficiente...

- aver avuto un infarto per smettere di fumare...
- incidenti d'auto, vuoti di memoria, relazioni rovinate, per smettere di bere...
- Avere problemi di obesità per mangiare di meno e muoversi di più
- ...

MA NON E' COSI'!!!

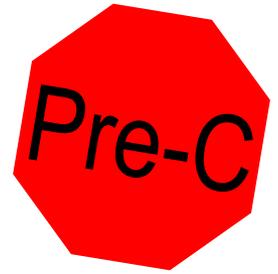
PERCHE' LE PERSONE
~~NON CAMBIANO?~~

Gli stadi del cambiamento



Di Clemente & Prochaska

Non interessato a cambiare:
precontemplazione



- La persona in questo stadio non riferisce alcuna intenzione di cambiare il suo comportamento in un arco temporale visibile.
- **Può non essere cosciente dell' importanza del problema, oppure negarlo del tutto.**
- **Può anche essere demoralizzata o sentirsi incapace di cambiare.**

- “Non ci penso neanche a smettere!”
- “Sono tutte sciocchezze, non fa più male di altre cose!”

→ PRECONTEMPLATIVO

Ci sta pensando:
contemplazione

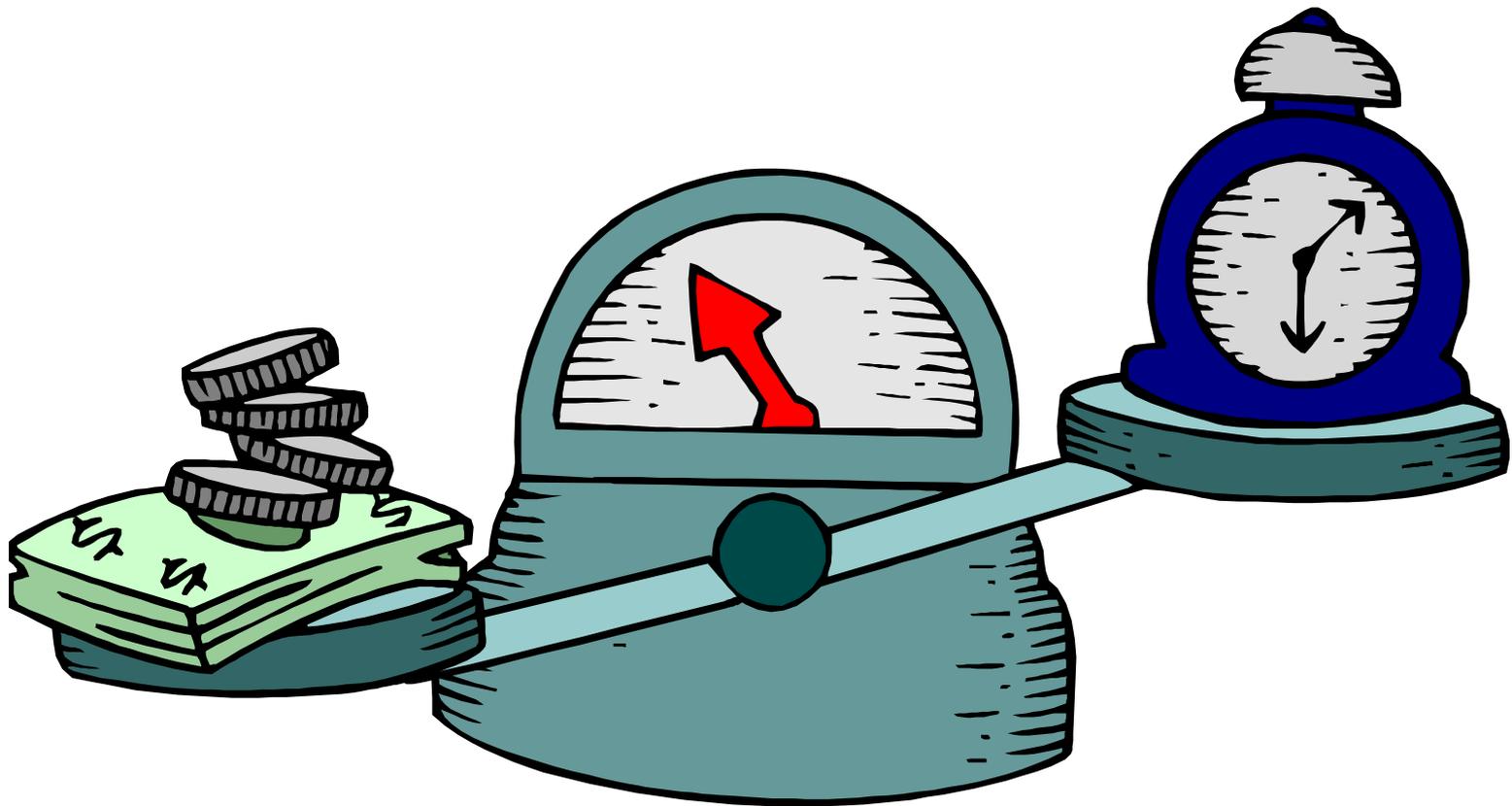


- La persona riferisce l'intenzione di cambiare in un futuro, ma non nell'immediato (6 mesi)
- vede i benefici di un cambiamento ma questi non bilanciano a sufficienza i costi preventivabili
- Appare **ambivalente** ad un osservatore esterno

- “Sarebbe giusto smettere. Ma fumare mi piace...”
- “Potrei provare, ma non so se ci riuscirei...”
- “Ho tentato, ma divento così nervoso...”

➔ CONTEMPLATIVO

Bilancia motivazionale



Esempio di bilancia decisionale

Benefici dell'attuale comp. :

- Posso fumare quando voglio
- È l'unica gratificazione che ho

Costi dell'attuale comp. :

- Faccio fatica a correre e giocare con i miei figli
- Non mi piaccio
- Sono preoccupato per la mia salute
- Mi fa male

Costi del futuro comp. :

- Devo stare più attento
- È triste
- L'astinenza

Benefici del futuro comp. :

- Mi sento meglio e mi muovo meglio
- Sono più sicura di me, in generale
- Sono più serena e tranquilla con gli altri
- Non puzzo più di fumo



In preparazione: determinazione

Determ.

- La persona sta pianificando un cambiamento nell' immediato futuro (30 giorni)
- La persona sta facendo dei **progetti concreti**
- Questa è una fase finestra

- “Devo farlo. Chi può darmi una mano?”
- “Cosa mi suggerisci di fare?”
- “Facciamo il corso assieme?”

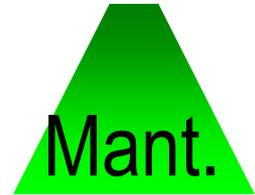
→ DETERMINATO

Sta cambiando:
azione



- La persona in azione ha appena conseguito il cambiamento desiderato (nel corso degli ultimi 6 mesi)
- Sta facendo qualcosa di oggettivamente benefico per la propria salute

Mantenimento



- La persona in stato di mantenimento ha cambiato il proprio comportamento per un tempo prolungato (6 mesi o più)
- Ha usualmente fiducia di poter continuare a mantenere il loro nuovo comportamento
- Vi sono poche tentazioni a ritornare al comportamento precedente (ricaduta)

Fuoriuscita



- “Pilota Automatico”
- “Lo faccio e non ci penso”
- Non c’è energia spesa per il nuovo comportamento

Ricaduta



- La persona riprende il comportamento problematico
- Vi è consapevolezza della problematicità (contemplazione)
- La persona prova sentimenti di colpevolezza e frustrazione che se eccessivi possono portare allo scoraggiamento (precontemplazione)

Cosa può fare l'operatore sanitario?

(Scheda diagnosi motivazionale)

Cosa può fare l'operatore sanitario?

(Scheda stili comunicativi)

Gli stili comunicativi: gli stili confrontazionali

STILE ANASSERTIVO/EMPATICO

Vantaggi:

- manifesta empatia e simpatia
- E' attento all'altro e indirizzato dall'altro
- Da molta importanza alla componente affettiva della relazione

Svantaggi:

- Perde di vista l'obiettivo
- Spesso non ha un obiettivo, e' poco finalizzato
- E' molto legato al tono umorale

Gli stili comunicativi: gli stili confrontazionali

STILE PRESCRITTIVO/DIRETTIVO

Vantaggi:

- manifesta autorevolezza
- non perde di vista l'obiettivo
- raggiunge quasi sempre il risultato o il focus di attenzione. E' molto diretto

Svantaggi:

- Scatena le resistenze del paziente
- E' governato da parte dell'emittente della comunicazione
- E' poco empatico

Gli stili comunicativi: lo stile concertativo

STILE ASSERTIVO/MOTIVAZIONALE

Vantaggi:

- manifesta ascolto e autorevolezza
- non perde di vista l'obiettivo
- Da importanza alla relazione
- Non scatena resistenze

Svantaggi:

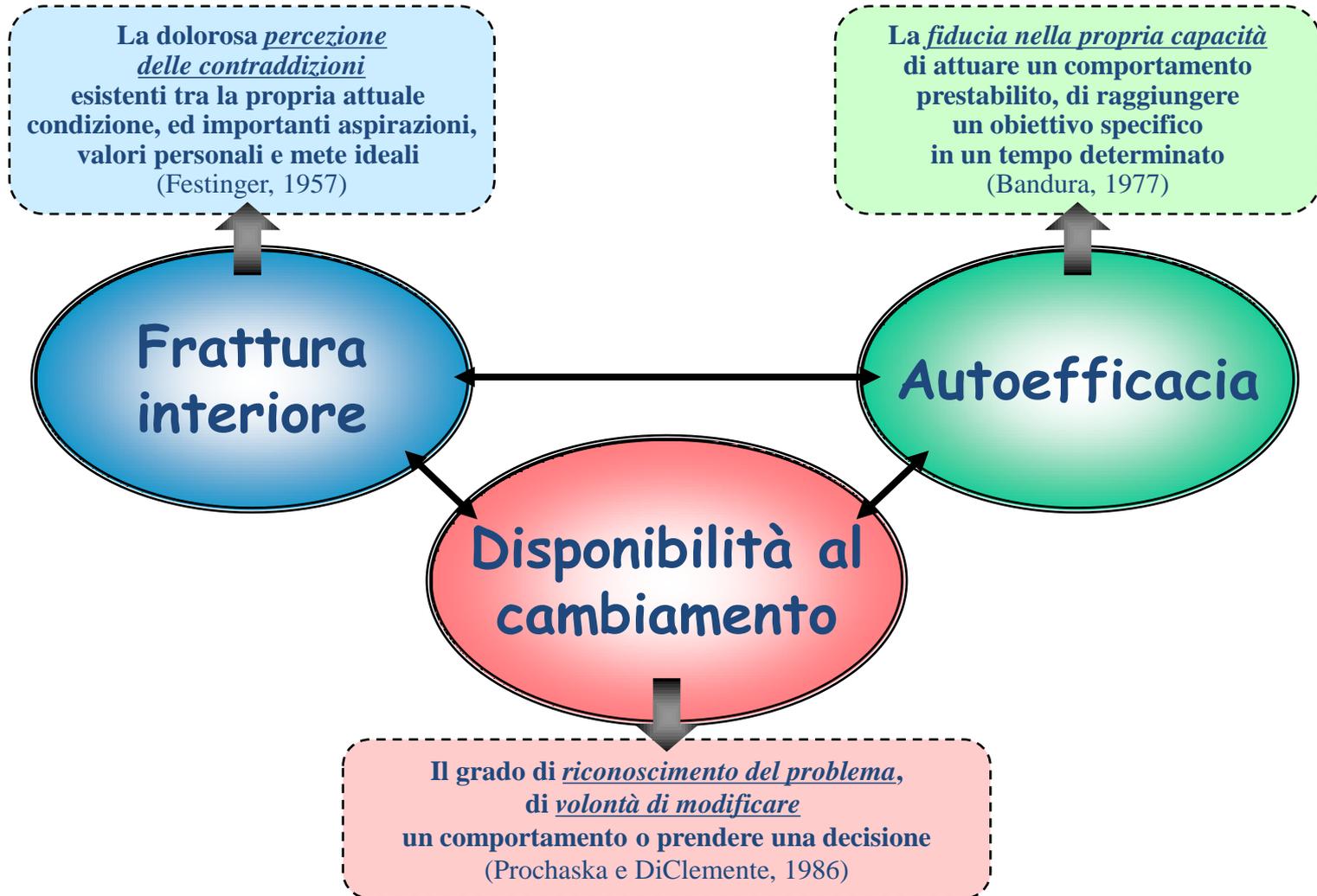
- Richiede tempo e attenzione per l'altro
- Richiede consapevolezza di se
- E' poco "emotivo"

Il Colloquio Motivazionale

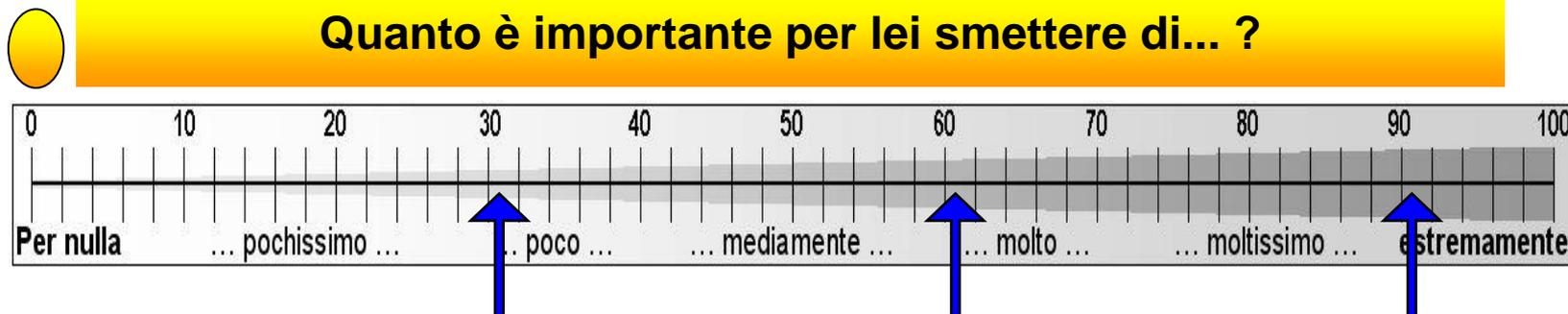
Il Colloquio Motivazionale è uno stile di comunicazione centrato sul cliente, orientato, per evocare e rinforzare la motivazione intrinseca ad un cambiamento positivo.

**Cosa motiva le persone a
cambiare?**

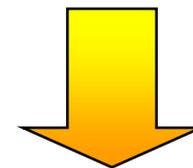
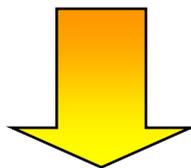
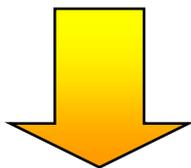
I “tre fattori” della motivazione



Uso del Regolo Motivazionale

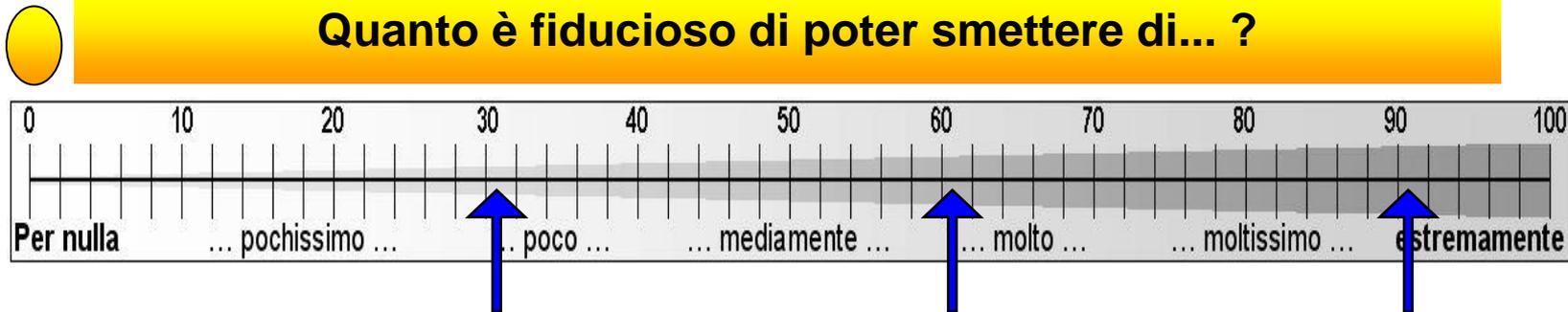


- Perché si trova sul 60 e non sul 30?
- Cosa le servirebbe per arrivare a 90?

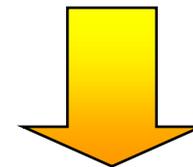
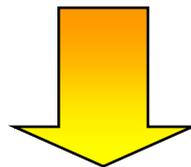


**AFFERMAZIONI CHE AUMENTANO L'IMPORTANZA
DEL CAMBIAMENTO**

Uso del Regolo Motivazionale

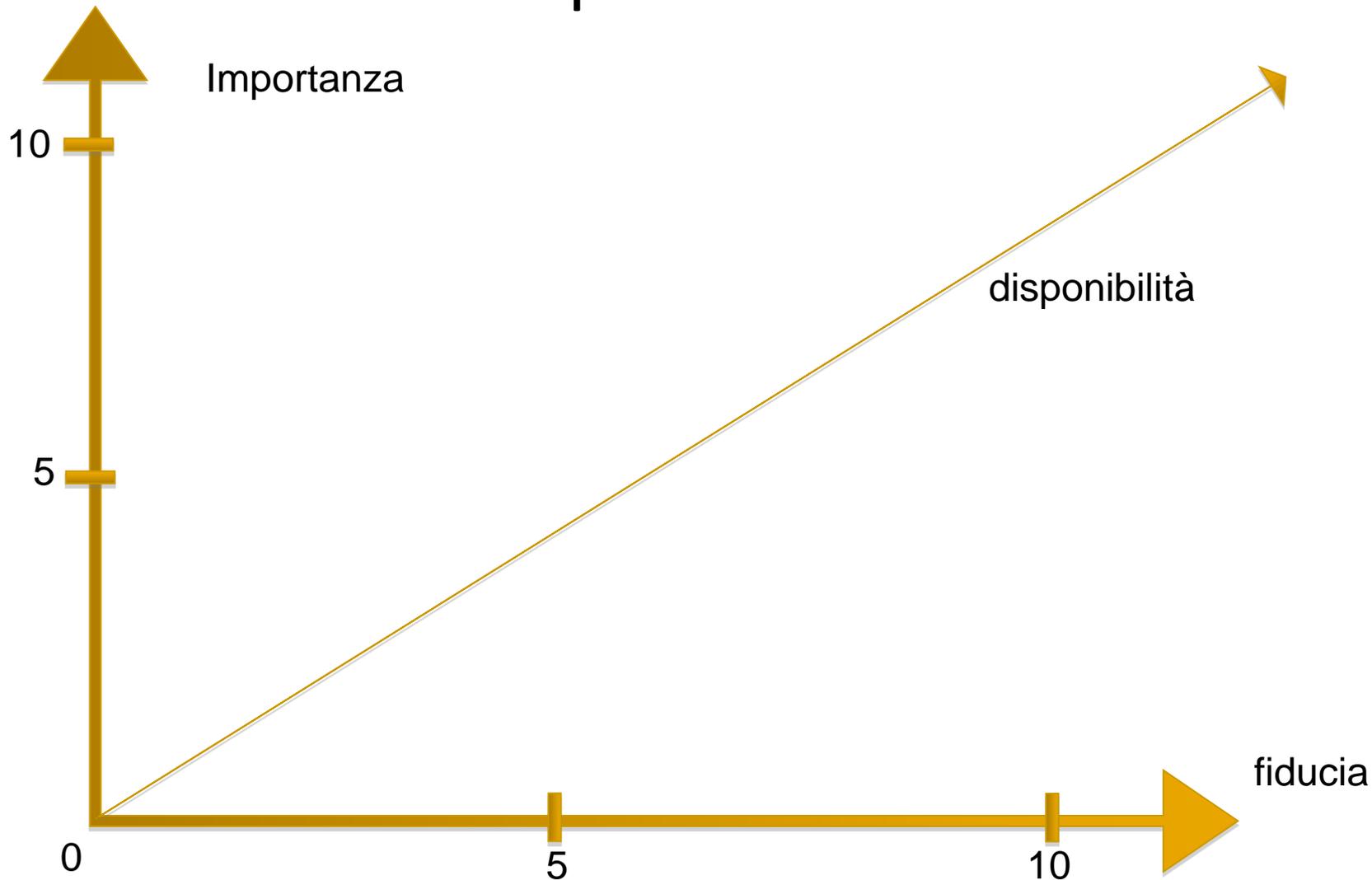


- Perché si trova sul 60 e non sul 30?
- Cosa le servirebbe per arrivare a 90?



**AFFERMAZIONI CHE AUMENTANO LA FIDUCIA
NELLA POSSIBILITA' DI CAMBIAMENTO**

Grafico della disponibilità al cambiamento:



Le trappole della comunicazione

Le trappole della comunicazione

- **Etichettare**
“lei è un obeso, e come tutti gli obesi ...”
- **Biasimare**
“facendo così lei si rovina, guardi come si è ridotto, pensi alla sua salute, alla sua famiglia ...”
- **Dirigere**
“si fidi, faccia come le dico io e vedrà ...”
- **Investigare**
“mi faccia capire bene, quanti bicchieri di vino beve ogni giorno ...”
- **Consolare**
“è inutile preoccuparsi, vedrà che passa ...”
- **Schierarsi**
“mangiare così vi fa male, dovete cambiare ...”
- **Interpretare**
“con questo comportamento lei in realtà vuole...”

La “madre di tutte le trappole”

Confrontare la negazione:

“allora lei proprio non vuol capire”

“è evidente che non vuole affrontare il problema”

“ e allora continui pure così, finirà per rovinarsi”

I 12 blocchi della comunicazione

di Thomas Gordon



**Distrarsi,
cambiare argomento,
fare dell'umorismo**

**Interpretare,
analizzare**

**Rassicurare,
consolare**

**Porre domande
insistenti,
indagare**

**Fare prediche
e paternali**

**Criticare,
biasimare,
giudicare**

**Concordare,
approvare,
lodare**

**Etichettare,
ridicolizzare**

**Dare ordini,
comandi o
direttive**

**Avvertimenti
o minacce**

**Persuadere
con la logica**

**Dare consigli
e soluzioni
non richieste**

Le abilità di base

Le abilità di base

- Formulare *domande aperte*
- Dare informazioni
- Praticare l'*ascolto riflessivo*
- Sostenere e confermare

Le domande aperte

Domande aperte

- **Non consentono risposte brevi o del tipo sì/no**
- **Non predeterminano la risposta**
- **Centrano l'attenzione ed il focus del colloquio sul cliente**
- **Facilitano il coinvolgimento**
- **Incoraggiano il cliente a parlare**

Le domande

Aperte

Qual è il problema...?

Cosa ne pensa di ...?

In che modo, questo ...?

Cosa intende con ciò?

Cosa la preoccupa di ...?

In che senso...?

Come vede questa situazione?

Cosa la soddisfa di ... ?

In che cosa... è un problema

Chiuse

Chiuse

(richiedono risposte sì/no)

Informative

(richiedono informazioni)

Indagatorie

(iniziano con: perché, come mai, ...)

Alternative

(vincolano ad una alternativa)

Troppo aperte

(generiche)

Dare Informazioni

Presentare le informazioni: processo di scambio

Sequenza circolare di tre fasi:

- 1. far emergere**
- 2. dare informazioni**
- 3. far emergere**

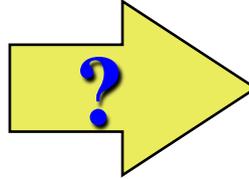


L'Ascolto Riflessivo



Adgh rty ozv
rtlk vfg

Quello che,
chi parla,
comunica



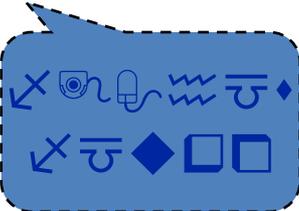
dgft

hyk

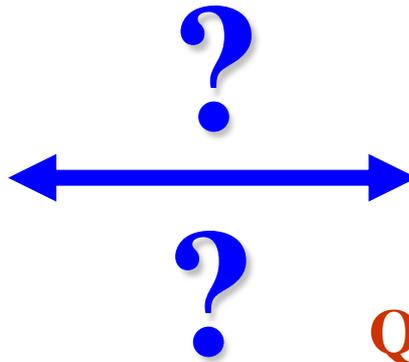
tdu mna



Quello che,
chi ascolta,
percepisce



Quello che,
chi parla,
vuol dire



Quello che,
chi ascolta,
pensa che, chi parla, vuol dire

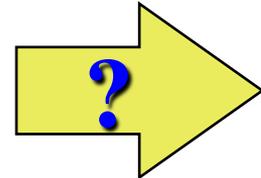


L'ascolto riflessivo

L'ascolto riflessivo fornisce all'operatore una conferma di quanto ha compreso, rende evidente all'utente l'attenzione dell'operatore e gli comunica accettazione e comprensione

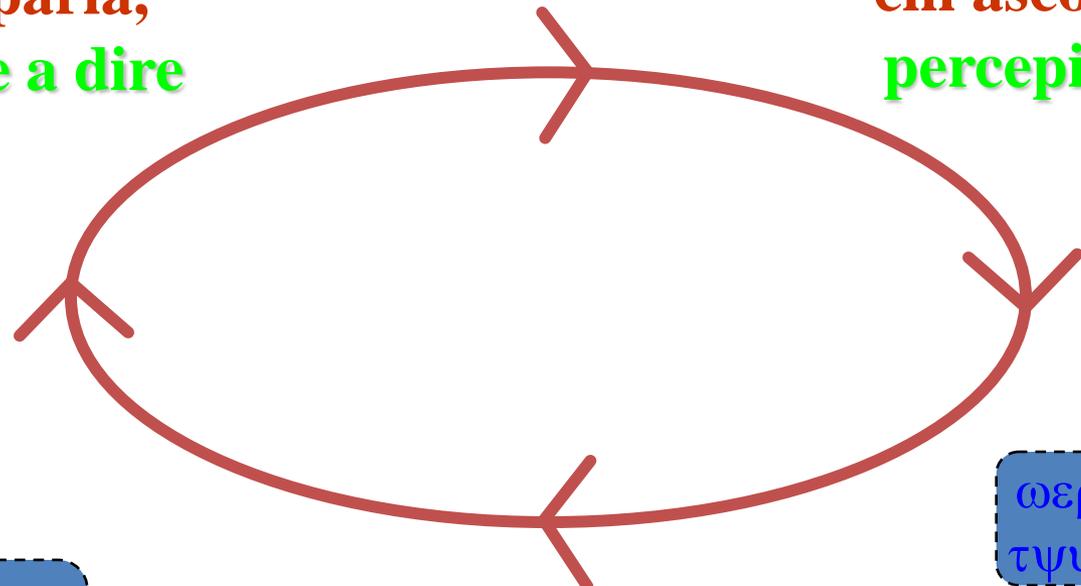
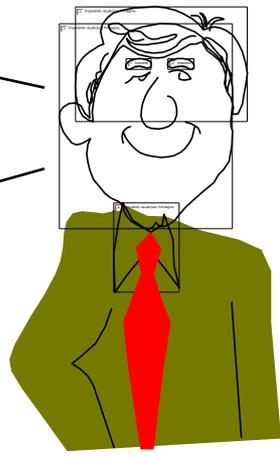
Adgh rty ozv
rtlk vfg

Ciò che,
chi parla,
riesce a dire



dgft
hyk
tdu mna

Ciò che,
chi ascolta,
percepisce



⌘ Ⓞ Ⓜ Ⓜ Ⓜ Ⓜ Ⓜ
⌘ Ⓞ Ⓜ Ⓜ Ⓜ Ⓜ Ⓜ

Ciò che,
chi parla,
pensa o prova



ωερ τψ η
τψυγη ηφ

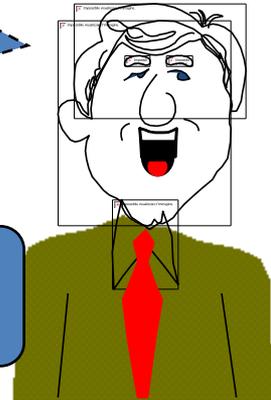
Ascolto riflessivo

(Feedback)



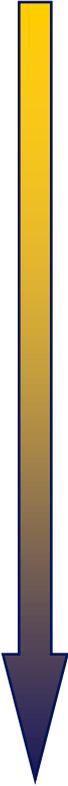
Adgh rty rt m

Ciò che, chi ascolta,
comprende che, chi parla, vuol dire



L'Ascolto Riflessivo: le applicazioni

L'ascolto riflessivo

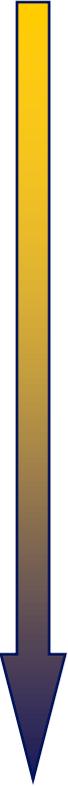


Ripetizione semplice

Parafrasi

Riformulazione

Riflessione dello stato d'animo



Ripetizione semplice

Anche la semplice ripetizione di una o più parole focalizza l'attenzione sul loro significato e costituisce un implicito invito ad approfondire quell'aspetto

Parafrasi

Consiste nel riproporre la frase del cliente utilizzando, in modo opportuno, sinonimi e parole con significato affine.

Riformulazione

E' una riproposizione delle affermazioni del cliente, arricchita del punto di vista dell'operatore, utilizzando commenti, considerazioni e ridefinizioni.

Riflessione dello stato d'animo

Consiste nel comunicare una ipotesi sullo stato d'animo, sulle emozioni da cui nascono le affermazioni del cliente

Role Play

Una cosa che è un problema per me
in questo momento è che ...

Ascolto riflessivo...

Domande aperte...

Qualche riassunto...

Sostenere e confermare

Sostenere e confermare

**Durante un processo di cambiamento
è molto importante offrire esplicitamente
rinforzi positivi e sostegno al cliente,
ad esempio, evocando e sottolineando
i risultati positivi ottenuti**

I principi di base del Colloquio Motivazionale

1. Esprimere empatia
2. Aggirare la resistenza (evitare discussioni)
3. Ampliare la frattura interiore
4. Sostenere l'autoefficacia

*“Le persone si lasciano convincere
più facilmente dalle ragioni
che esse stesse hanno scoperto
piuttosto che da quelle
scaturite dalla mente di altri”*

Blaise Pascal



marco.tamelli@luoghidiprevenzione.it

simone.storani@luoghidiprevenzione.it