

La comunicazione efficace per guadagnare salute

[Dott. Matteo SIMONE](#)

Psicologo clinico e dello sport, Psicoterapeuta Gestalt ed EMDR

La Carta di Ottawa dell'Organizzazione mondiale della sanità nel 1986, ha definito il concetto di "promozione della salute" come il processo che consente alle persone di esercitare un maggiore controllo sulla propria salute e di migliorarla. Ma molte persone non riescono a prendersi cura attivamente della propria salute, alcune persone sottovalutano le conseguenze di alcuni comportamenti che danneggiano la salute, alcuni non hanno una reale percezione della propria salute.

In questi casi è necessaria una comunicazione efficace in grado non solo di informare le persone sugli stili di vita che apportano benessere o comunque che non creino benessere, ma il valore aggiunto che dovrebbe avere la comunicazione efficace dovrebbe essere quello di motivare le persone a considerare l'importanza della propria salute per un diretto interesse personale, per l'interesse delle persone a cui si sta vicino o si condivide un affetto, un amore, un'amicizia ed anche di motivare le persone a prendere in considerazione un minimo cambiamento nel proprio stile di vita, nelle proprie abitudini ad iniziare nel porre l'attenzione in quello che si fa, a come lo si fa, con quale modalità, con quale frequenza, con quale intensità in modo da rendersene pienamente consapevoli e decidere se è veramente quello che si vuole o è qualcosa che si fa per mera abitudine, quasi per pigrizia.

Oltre a motivare le persone, la comunicazione dovrebbe anche supportare le persone mostrando degli esempi concreti, strutture che danno l'opportunità di seguirle, o di fare delle attività, la comunicazione dovrebbe avere come fonte non solo le Istituzioni ma anche gli esperti dei vari settori includendo anche le testimonianze di coloro che sono stati agganciati dalla comunicazione e sono riusciti ad essere più attenti alla propria salute ottenendo dei vantaggi con volontà, impegno e gratificazione sia personale che da parte delle persone vicine.

Il modello degli stadi di cambiamento, elaborato da Di Clemente e Prochaska, sostiene che gli individui, quando apprendono e adottano un nuovo comportamento, passano attraverso sei stadi: precontemplazione, contemplazione, preparazione, azione, mantenimento, conclusione/risoluzione o ricaduta.

Nello stadio della *precontemplazione* l'individuo non ha intenzione di modificare il proprio comportamento problematico per una serie di possibili motivi: non è cosciente o non è informato del rischio a lungo termine, è scoraggiato circa la propria capacità di operare il cambiamento e preferisce non pensarci, ha un atteggiamento di difesa nei confronti della pressione sociale a cambiare, minimizza il rischio e rifugge da consigli e raccomandazioni.

Nello stadio della *contemplazione* l'individuo intende seriamente modificare il proprio comportamento e soppesa costi e benefici, ma potrebbe rimanere in questo stadio anche per lunghi periodi. Le persone che si trovano in questo stadio non sono ancora in grado di intraprendere programmi di modifiche dello stile di vita.

Nello stadio della *preparazione* l'individuo intende attivarsi rapidamente. Ha un piano di azione e ha iniziato a mettere in atto piccoli cambiamenti.

Nello stadio dell'*azione* si realizza la modifica effettiva del comportamento e l'individuo è determinato a mantenerlo.

Nello stadio della *conclusione/risoluzione* l'individuo ha modificato il suo stile di vita e ha interiorizzato i nuovi comportamenti. Tuttavia in ogni momento è possibile il ritorno a uno stadio precedente del processo di cambiamento che può comportare la ripresa del comportamento problematico (ricaduta).

La comunicazione dovrebbe avere un approccio partecipativo, dovrebbe considerare la persona a cui si riferisce senza giudicarla ma rivolgendosi con attenzione e con rispetto, la comunicazione non dovrebbe essere offensiva ma empatica, dovrebbe agganciare le persone rispettando le proprie abitudini, modalità e invitando allo stesso tempo a vedere l'altro lato della medaglia, cosa potrebbe succedere continuando ad agire in un certo stile di vita, senza terrorizzare, altrimenti le persone evitano a priori di ascoltare l'informazione e continuano per la propria strada.

Un'efficace comunicazione per la promozione della salute non può basarsi su un passaggio unidirezionale di informazioni standardizzate, di norme comportamentali dettate dall'esperto («Ti dico che cosa devi fare senza preoccuparmi dell'impatto che avrà ciò che io ti dico sulla tua persona»). Deve piuttosto attivare passaggi bidirezionali, interazioni, feedback di risposta, deve focalizzare l'attenzione sull'individuo con la sua storia personale.

Non basta dire a una persona in sovrappeso che è opportuno fare più movimento, occorre concordare il tipo di attività fisica che maggiormente si addice alle caratteristiche psicologiche e allo stile di vita della persona. Ad esempio, una ragazza mi ha detto che avrebbe voluto iniziare a fare un'attività fisica ma aveva difficoltà a prendere una decisione, gli ho chiesto se avesse già in mente l'attività fisica da praticare e in quale momento della giornata, ma mi ha riferito che avrebbe voluto provare a correre ma nel paese dove vive le donne che corrono sono mal viste, allora l'ho invitata a valutare la possibilità di andare al lavoro a piedi, ma mi ha risposto che abitava in un posto distante dal lavoro, allora gli ho proposto di fare metà tragitto in macchina e l'altra metà a piedi, ascoltando questa proposta gli si sono illuminati gli occhi dicendo che poteva accompagnare i figli a scuola e lasciare l'auto lì e proseguire a piedi al lavoro.

Un'informazione importante, per esempio, rivolta agli operatori sanitari è il progetto "Guadagnare Salute" dell'Istituto Superiore della Sanità che consiste in un modulo di formazione a distanza on line composto da quattro corsi, dedicati rispettivamente a fumo, attività fisica, alimentazione e alcol, che forniscono un inquadramento complessivo e aggiornato sull'impatto per la salute dei comportamenti e degli stili di vita legati ai quattro fattori di rischio, insieme alla presentazione delle principali iniziative di promozione della salute e di contrasto ai comportamenti a rischio. Il completamento dei quattro percorsi consente l'erogazione di 8 crediti Ecm in aggiunta ad altri tre ulteriori moduli formativi: uno sul counseling e due sulla comunicazione come strumenti di promozione della salute. Per maggiori informazioni visita la [piattaforma Goal](http://www.piattaformaGoal.it).

Dott. Matteo SIMONE

Psicologo clinico e dello sport, Psicoterapeuta Gestalt ed EMDR

380-4337230 - 21163@tiscali.it

<http://www.psicologiadellosport.net/eventi.htm>

http://store.aracneeditrice.com/it/libro_new.php?id=5472

LABORATORIO ESPERIENZIALE

OBIETTIVI, MOTIVAZIONE, AUTOEFFICACIA, RISORSE

Sabato 25 e Domenica 26 Febbraio 2012 Roma in Via Veio 52/b (Metro San Giovanni)

Per informazioni e prenotazioni tel. 3476402018 o inviare una e-mail a: info@timelight.it

GRUPPO DI AUTOCONOSCENZA E CONSAPEVOLEZZA

Frequenza quindicinale Roma presso la sede Mediare di via Rubicone, 33

Per informazioni e prenotazioni tel. 3387222087 o inviare una e-mail a: pmpastore@tiscali.it