

Gianni Sulprizio

LA PROMOZIONE DELLA SALUTE
CON L'APPROCCIO CENTRATO SULLA PERSONA

Progetto IGEA

IV Convegno - Roma, 18-19 febbraio 2010
Istituto Superiore di Sanità

✓ La Promozione della Salute: alcuni cenni

PROMOZIONE DELLA SALUTE CON L'APPROCCIO CENTRATO SULLA PERSONA

LA REALTA' COME RELAZIONE

La comunicazione e la relazione sono fondamentale strumento di costruzione (sociale) della realtà.

La **realtà soggettiva è determinata** dai ruoli svolti dalle persone da cui si è circondati, dai ruoli che esse ci attribuiscono, dal modo in cui ci relazioniamo con noi stessi e con gli altri e dalla struttura della società allargata.

L'ambiente sociale **influenza il comportamento istituendo regole**, facendo rispettare modelli di controllo sociale, facilitando od ostacolando comportamenti specifici.

La realtà è socialmente costruita (Berger & Luckman, 1968)

PROMOZIONE DELLA SALUTE CON L'APPROCCIO CENTRATO SULLA PERSONA

IL PARADIGMA BIOPSIICOSOCIALE

Nel **PARADIGMA BIOPSIICOSOCIALE** la **salute è vista come un processo in divenire**, risultato di attività e cambiamenti continui che riflettono la risposta creativa dell'organismo alle sfide ambientali.

Ossia come un sistema dinamico di equilibrio inserito in un contesto biopsicosociale, che trova la sua base nell'**empowerment** umano: **gli esseri umani sono in una rete di relazioni biologiche, psicologiche e sociali** che influenzano la salute attraverso complesse interazioni reciproche.



Carl Rogers ha formulato un paradigma sistemico (olistico) - la **Terapia Centrata sul Cliente** e l'**Approccio Centrato sulla Persona** - il cui elemento centrale è la **qualità della relazione**.

PROMOZIONE DELLA SALUTE CON L'APPROCCIO CENTRATO SULLA PERSONA

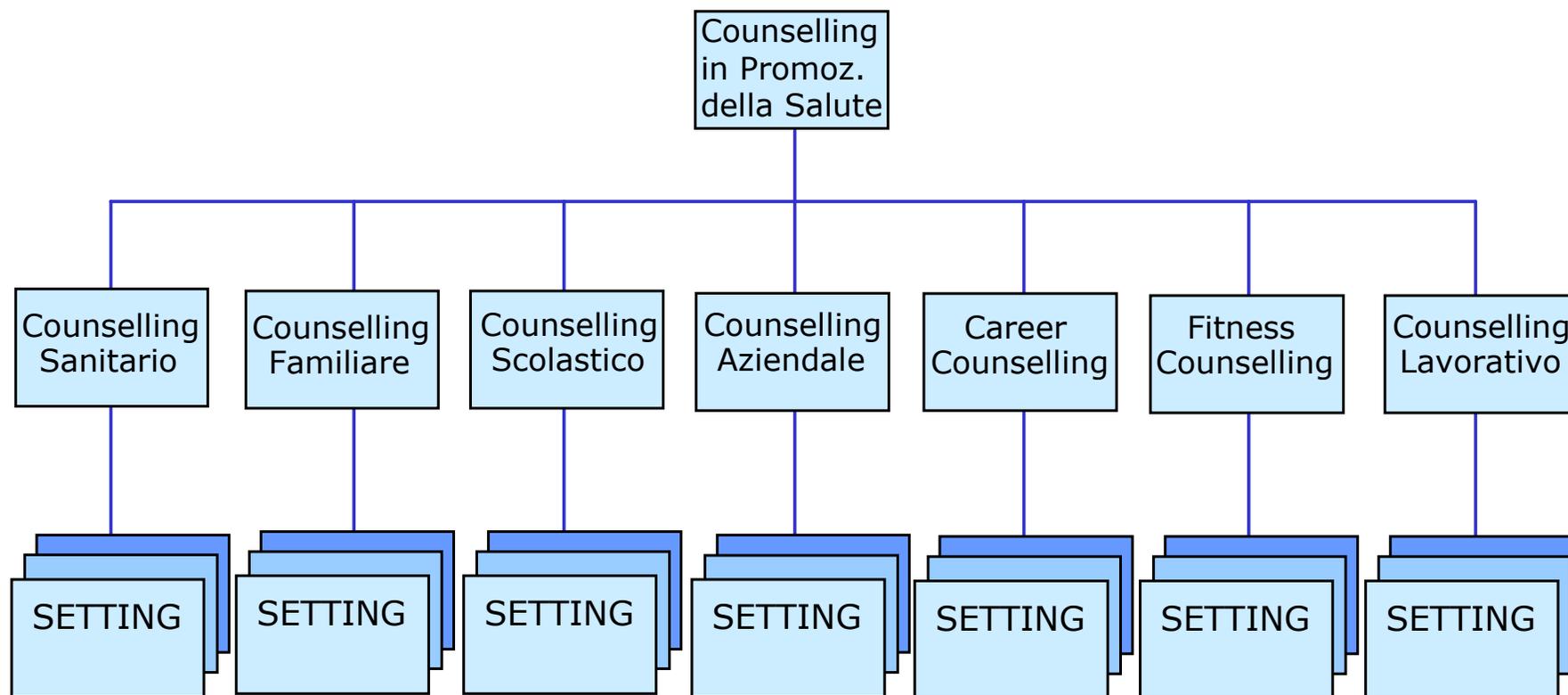
PROMOZIONE DELLA SALUTE E COUNSELLING

- Nella Promozione della Salute il modello del counselling può essere applicabile ad un sistema multidimensionale definito e individuato dai cosiddetti **Fattori Determinanti**.
- Se esaminiamo la classificazione notiamo come alla maggior parte delle voci può fare riferimento **una particolare specializzazione** di counselling.
- Nell'ottica sistemica del paradigma biopsicosociale, dove tutti gli ambiti sono considerati interconnessi, le categorizzazioni del counselling riportano ad **un sistema comune di elementi** descrittivi generali.
- Il livello più alto può avere come riferimento la **Promozione della Salute** nel suo complesso. Ai livelli più bassi i setting individuano i **contesti** in cui il counselling viene effettuato e in quale modo (setting individuale o di gruppo, privato o all'interno di una istituzione, ecc.).

PROMOZIONE DELLA SALUTE CON L'APPROCCIO CENTRATO SULLA PERSONA

PROMOZIONE DELLA SALUTE E COUNSELLING

Esempi



L'EMPOWERMENT NELLA PROMOZIONE DELLA SALUTE

La **Promozione della Salute** può essere considerata come l'insieme sistemico dei processi per applicare il paradigma biopsicosociale. Appare generalmente condiviso il concetto che promuovere la salute equivale a facilitare l'**empowerment** sia in sé stessi che negli altri.

Il **counselling** si propone come uno strumento privilegiato di **Promozione della Salute** in quanto affronta tematiche specifiche a livello di individuo, gruppo, comunità e riconducibili ai fattori determinanti della salute.

✓ **Empowerment, come promuoverlo:
la facilitazione del cambiamento**

PROMOZIONE DELLA SALUTE CON L'APPROCCIO CENTRATO SULLA PERSONA

IL COMPITO DI UN PROFESSIONISTA CENTRATO SULLA PERSONA

Quali caratteristiche deve avere il **counselling** per essere efficace strumento della Promozione della Salute e dell'empowerment?

Promuovere la salute significa "mettere la persona al centro" e questo risultato può essere raggiunto mediante un counselling centrato sulla persona nel quale i protagonisti si relazionano non come esperto/paziente ma come **facilitatore/cliente**.

Vedere le persone come abili e "capaci di reagire" significa **avviare una relazione che favorisce lo sviluppo delle potenzialità** dell'altro, la sua capacità di autogestirsi e di compiere i passi necessari per migliorare la propria salute e per relazionarsi efficacemente con se stesso, gli altri e il mondo.

PROMOZIONE DELLA SALUTE CON L'APPROCCIO CENTRATO SULLA PERSONA

EMPOWERMENT E COUNSELLING

Il counselling ha come aspettativa ultima la determinazione, da parte del cliente, di **strategie decisionali** orientate a soluzioni di **problemi specifici** nell'ambito di un "progetto di vita personale".



L'area di pertinenza del processo decisionale è delimitata **situazioni specifiche**, in determinate fasi del ciclo di vita e **in ambiti identificabili** del contesto di appartenenza.

**OBIETTIVO DEL COUNSELLING È PROMUOVERE
L'EMPOWERMENT DEL CLIENTE COSÌ DA CONSENTIRGLI
DI FRONTEGGIARE TALI SITUAZIONI.**

PROMOZIONE DELLA SALUTE CON L'APPROCCIO CENTRATO SULLA PERSONA

EMPOWERMENT COME CONDIZIONE DEL CAMBIAMENTO

Un professionista centrato sulla persona impiega le competenze di counselling per promuovere e supportare nel cliente/paziente la **presa di coscienza** dei propri bisogni, desideri e aspettative e lo **sviluppo** delle proprie caratteristiche (capacità e limiti).



Facilita pertanto nel cliente il rafforzamento del **senso di identità** e del **potere personale**. Per tale motivo egli è un **facilitatore del cambiamento**.

PROMOZIONE DELLA SALUTE CON L'APPROCCIO CENTRATO SULLA PERSONA

LA QUALITA' DELLA RELAZIONE COME BASE DEL PROCESSO

Per un professionista centrato sulla persona il cliente/paziente è **agente significativo** in quanto è colui che può dare significato alla sua esperienza. E' compito del professionista facilitare il cliente/paziente nel dare significato alla sua esperienza facilitandone nel contempo l'**autoconsapevolezza** e, di conseguenza, la capacità di **autoregolazione**.

*Il ruolo di un professionista centrato sulla persona è pertanto di facilitare il cambiamento attraverso una relazione che, come afferma Rogers, **non è finalizzata a dare empowerment al proprio cliente ma a non sottrarglielo** giocando egli stesso il ruolo di esperto.*

- ✓ **La qualità della relazione:
la realizzazione di un clima facilitante**
-

LA QUALITÀ DELLA RELAZIONE COME BASE PER IL PROCESSO

Carl Rogers fu il primo, negli anni quaranta, a formulare e verificare a livello empirico l'ipotesi che **la qualità della relazione** sia il fattore principale nella **promozione del cambiamento**.

Rogers, C. R., (1942) *Counseling and Psychotherapy*, Boston, Houghton Mifflin, trad. it, *Psicoterapia di Consultazione*, Roma, Astrolabio, 1971.

LA QUALITA' DELLA RELAZIONE COME BASE PER IL PROCESSO

Carl Rogers postula **tre condizioni** che in una relazione d'aiuto riguardano il **professionista** e **tre condizioni** che riguardano il **cliente**. E' necessario che esse siano presenti nella relazione affinché si stabilisca un **clima facilitante** che promuova il **processo** e faciliti il **cambiamento**.

Le attuali ricerche sull'efficacia confermano **la rilevanza delle condizioni** di Rogers.

Smith, R.E., Glass, G.V., Miller, T.I. (1980) The benefits of psychotherapy,
John Hopkins University Press, Baltimore.

Norcross, J. (2002) Psychotherapy Relationships that Work,
Oxford University Press

PROMOZIONE DELLA SALUTE CON L'APPROCCIO CENTRATO SULLA PERSONA

LE TRE CONDIZIONI NEL PROFESSIONISTA

- ✓ **Congruenza** - Il professionista riesce ad esprimere *autenticità*, ad essere sé stesso nella relazione abbandonando atteggiamenti o ruoli professionali.
- ✓ **Accettazione** - Il professionista sperimenta un atteggiamento positivo, accettante, *privo di giudizio* verso qualunque atteggiamento o vissuto portato dal cliente.
- ✓ **Empatia** - Il professionista manifesta *comprensione* discreta e sensibile dei pensieri e dei sentimenti dell'altro. Sa comunicare come egli vive l'esperienza dell'altro re-illustrandogliela in modo che questi possa riconoscersi e sentirsi compreso.

PROMOZIONE DELLA SALUTE CON L'APPROCCIO CENTRATO SULLA PERSONA

LE TRE CONDIZIONI NEL CLIENTE

- ✓ Il cliente manifesta uno stato di **disagio** ed é motivato al cambiamento
- ✓ Il cliente è capace di **contatto psicologico** con il professionista
- ✓ Il cliente è in grado di **riconoscere** le tre condizioni nel professionista

PROMOZIONE DELLA SALUTE CON L'APPROCCIO CENTRATO SULLA PERSONA

IL COMPITO DI UN PROFESSIONISTA CENTRATO SULLA PERSONA

Lasciare al cliente la responsabilità e il controllo attiva un processo nel quale egli matura la consapevolezza che i suoi problemi gli appartengono, sono sue la responsabilità del problema, la capacità di rispondervi preventivamente, la volontà di esaminare le soluzioni possibili, la disponibilità ad intraprendere azioni che lo aiutino a risolvere il proprio problema.



Un professionista centrato sulla persona responsabilizza il cliente sul suo processo di cambiamento.

PROMOZIONE DELLA SALUTE CON L'APPROCCIO CENTRATO SULLA PERSONA

PER CONCLUDERE...

IL COMPITO DI UN PROFESSIONISTA CENTRATO SULLA PERSONA

Mediante **l'impiego delle competenze di counselling** il professionista centrato sulla persona può aiutare il cliente

- ◆ non solo a prendere determinate **decisioni efficaci e produttive** per la sua esistenza presente,
- ◆ ma anche a raggiungere l'obiettivo più ambizioso di metterlo in condizione di sviluppare la capacità di affrontare e gestire le **situazioni di difficoltà che insorgeranno in futuro.**

Roma, 18-19 febbraio 2010 - Istituto Superiore di Sanità
Progetto IGEA

**LA PROMOZIONE DELLA SALUTE
CON L'APPROCCIO CENTRATO SULLA PERSONA**

Gianni Sulprizio - gsulprizio@iacp.it
IACP - Istituto dell'Approccio Centrato sulla Persona
www.iacp.it