

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

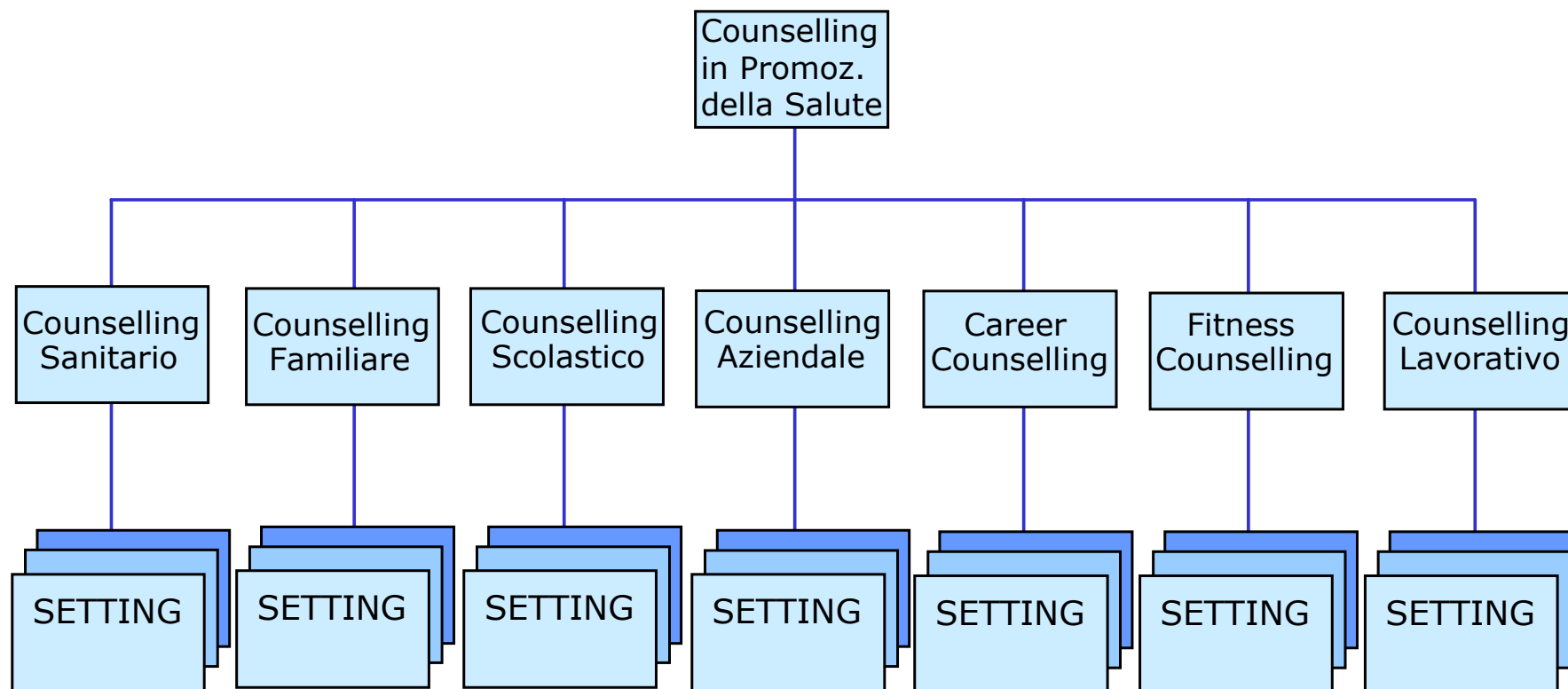
## PROMOZIONE DELLA SALUTE E COUNSELLING

- 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](mailto:gsulprizio@iacp.it)  
IACP - Istituto dell'Approccio Centrato sulla Persona  
[www.iacp.it](http://www.iacp.it)