

La vaccinazione tra diritto e dovere

Quale comunicazione per facilitare la scelta

L'obiettivo

Non è convincere

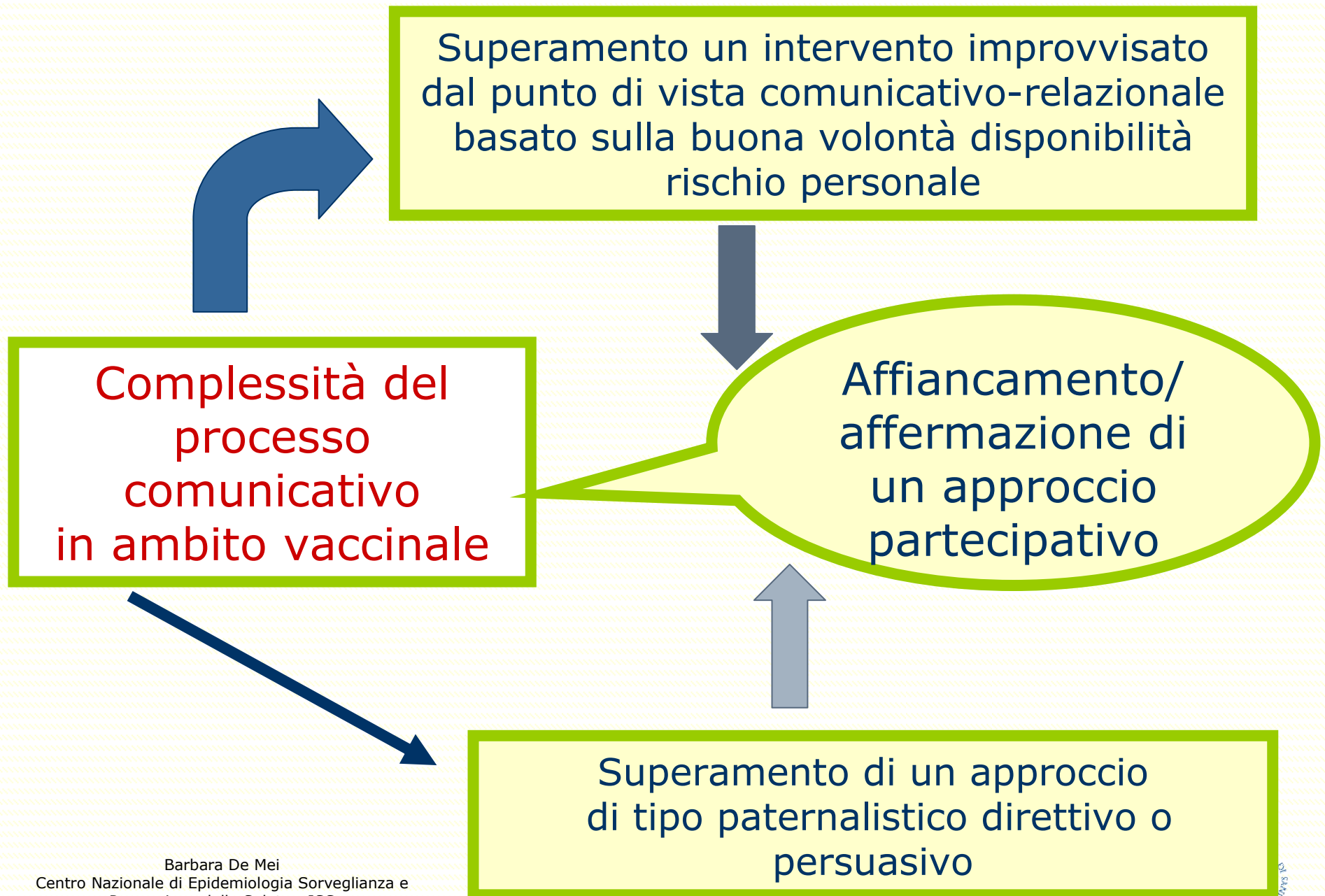
Ma

Facilitare

Istituto Superiore di Sanità
10 Gennaio 2011

**La comunicazione per
una scelta consapevole**

Barbara De Mei
Centro nazionale di Epidemiologia
Sorveglianza Promozione della Salute
Istituto Superiore di Sanità



Condizioni storico-sociali modificate

- ❑ Le condizioni esterne che avevano motivato la scelta dell'obbligatorietà si sono modificate
- ❑ Si è persa la memoria storica delle malattie infettive e prevale la percezione del rischio vaccinale
- ❑ I cittadini hanno accesso a molte fonti informative
- ❑ Gli operatori hanno consapevolezza di questo processo e spesso si relazionano con interlocutori che creano difficoltà dal punto di vista comunicativo

**Comunicazione
è scambio bidirezionale**

Approccio partecipativo

Cum=con, e **munire**, costruire, legare

Comunicare significa mettere insieme, scambiare informazioni, conoscenze, bisogni, atteggiamenti, emozioni, percezioni tra soggetti coinvolti in un determinato contesto spazio-temporale su tematiche comuni

I soggetti sono molteplici e hanno ruoli e competenze diverse

**La comunicazione è un processo
relazionale che comprende l'ascolto**

Intervento territoriale di comunità

Istituzioni e Soggetti coinvolti

- Istituzioni a livello nazionale regionale e locale
- Società scientifiche
- Gruppi d'interesse organizzati
- Media
- Amministrazioni locali
- Scuola
- gli operatori:
 - operatori dei servizi vaccinali/consultori
 - pediatri
 - medici di medicina generale
 - Ospedali ginecologi ostetriche dermatologi, chirurghi, oncologi
- i cittadini (in particolare genitori – adolescenti – donne)
- Associazioni di cittadini e pazienti
-

Strategia organizzativa.

**I soggetti dialogano tra loro
Hanno punti di vista bisogni informativi e linguaggi diversi**

Scopo di un intervento comunicativo professionale in ambito vaccinale

Riconoscimento di un ruolo attivo nella relazione
Potenziamento delle risorse dell'autonomia e della responsabilità di ogni singolo individuo per.....

CONDIVIDERE informazioni complete e personalizzate

FAVORIRE LA CONSAPEVOLEZZA dei benefici e dei rischi delle scelte

FACILITARE il processo decisionale

Lo scopo non è convincere, persuadere, consigliare, dare direttive, affermare il proprio punto di vista, prendere decisioni al posto di un'altra persona, **"vincere" nella relazione, ma piuttosto *mantenere* la relazione**

Quindi ascoltare, comprendere senza banalizzare, potenziare le risorse e l'autonomia della persona
L'intervento è centrato sulla persona, sulla specificità delle esperienze che racconta e dei problemi che pone, ma anche sulle risorse e sulle opportunità che emergono dalla sua narrazione

Per una comunicazione efficace in ambito vaccinale è necessario

- ❑ Pianificare le iniziative di comunicazione in modo strategico e finalizzato riconoscendo un ruolo attivo a tutti i soggetti coinvolti
- ❑ Porre attenzione alla comunicazione interna e alla rete territoriale
- ❑ Considerare la comunicazione come competenza per gli operatori che integra le competenze tecnico-scientifiche del ruolo professionale
- ❑ Affrontare gli aspetti organizzativi dei servizi vaccinali (tempi, spazi, omogeneità degli interventi, lavoro in equipe)
- ❑ Garantire aggiornamento e formazione

La comunicazione va pianificata

la comunicazione
non va
improvvisata



Attenzione alla comunicazione interna
circolazione delle informazioni, formazione e collaborazione
integrata tra gli operatori sanitari direttamente coinvolti
nell'attività di prevenzione (offerta attiva della vaccinazione)

Presupposto essenziale per

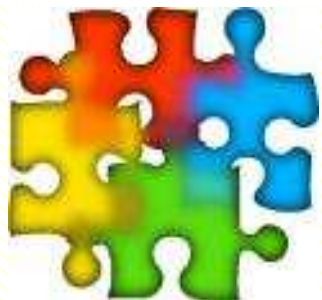
Una efficace comunicazione esterna
Soggetti istituzionali e sociali (amministratori, media,
industria, gruppi d'interesse, genitori, adolescenti,
donne, cittadini.....)

Pianificare una strategia comunicativa la comunicazione non si improvvisa

Il processo comunicativo è tanto più efficace se le diverse figure coinvolte sono capaci di lavorare in modo integrato, di comunicare e collaborare, di affrontare i conflitti

ogni singolo atto comunicativo è un momento fondamentale che si inserisce all'interno di un processo strategico più ampio e globale per la realizzazione di un scopo comune

“Migliorare la qualità dell'informazione e le opportunità per una scelta consapevole”



La pianificazione della comunicazione è importante per la strategia organizzativa (1)

Le domande fondamentali della pianificazione

- **Chi comunica** chi attiva il processo comunicativo
 - Il servizio vaccinale sul territorio e l'operatore nella relazione professionale
- **Chi è il target** - l'interlocutore coinvolto nel processo comunicativo
Es: i genitori/le donne sono il target primario, ma altre figure sono coinvolte nel processo comunicativo come target secondari
Quali sono le percezioni, i valori, bisogni, i vincoli, gli obiettivi dei genitori?
 - Cosa fanno o pensano di sapere in merito a rischi e benefici vaccinali
 - Quali dubbi, perplessità, preoccupazioni
 - Quale linguaggio utilizzare
 - Quale è il contesto nel quale vivono
 - Come il messaggio si può inserire nel loro contesto
 - Quali competenze per poter scegliere consapevolmente
 - Quale è il rapporto tra voi e i genitori

La pianificazione della comunicazione è importante per la strategia organizzativa (2)

- **Cosa comunicare** - Il contenuto della comunicazione sempre aggiornato, completo sui benefici e i rischi della malattia e della vaccinazione, chiaro, omogeneo
- **Come comunicare** – le iniziative e i mezzi per comunicare scelti in base a
 - Target
 - Obiettivi comunicativi (conoscenze – atteggiamenti - comportamenti)
 - Risorse umane e economiche
 - Tempi
- **Quando comunicare** – La scelta dei tempi per la comunicazione
- **Dove comunicare** – La scelta del contesto dei luoghi per comunicare
- **Perché comunicare** – Le finalità della comunicazione

L'efficacia della comunicazione aumenta se si costruisce la rete comunicativa

Intervento territoriale di comunità

Comunicazione



Rete comunicativa

Non
per intrappolare
ma
per ascoltare
per sostenere
per facilitare

Empowerment

Intervento professionale efficace in ambito vaccinale potenziato dall'aggiornamento e dalla formazione

Integrazione di

- Competenze tecnico-scientifiche specifiche del ruolo professionale
- Competenze/abilità comunicativo-relazionali

Competenze di base del counselling

- Capacità di operare in modo integrato (lavoro di equipe e di rete)

Le competenze di base del counselling in ambito vaccinale

- Le competenze di counselling rappresentano un'opportunità, una risorsa per l'operatore in una visione della salute integrata e multidisciplinare
- Enfatizzano la partecipazione attiva della persona perché è centrato su
 - **le sue aspettative**
 - **i suoi desideri**
 - **il suo contesto di riferimento**
- potenziano il ruolo dell'operatore e l'efficacia dei suoi interventi attraverso la creazione di un relazione professionale di "qualità" strutturata in modo strategico e non improvvisato secondo alcuni passaggi fondamentali utilizzando qualità personali, abilità interpersonali verbali e non verbali (ascolto, empatia e autoconsapevolezza)

Scopo dell'intervento di counselling vaccinale

- informare in modo personalizzato
- chiarire e condividere le informazioni
- sviluppare la consapevolezza di rischi e benefici
- valorizzare e mobilitare le risorse, l'autonomia e la responsabilità
- esplorare le soluzioni possibili
- identificare un obiettivo realistico, concreto, raggiungibile
- facilitare le decisioni e ampliare le scelte
- valorizzare l'importanza del consenso e del dissenso informato

L'operatore con competenze di counselling

- ha l'opportunità di fornire informazioni aggiornate, scientificamente corrette, omogenee e personalizzate
- ha l'opportunità di verificare che le informazioni siano effettivamente ascoltate e comprese
- può porre attenzione e "prendersi cura" della componente emotiva del processo comunicativo
- può facilitare la persona ad attivare processi decisionali autonomi e consapevoli su soluzioni concordate in base a un obiettivo concreto, realistico, realizzabile, condiviso e negoziabile con quella specifica persona/famiglia in quella specifica situazione

Possibilità di conciliare l'obiettivo di salute pubblica (copertura vaccinale) con l'obiettivo delle singole persone

- La definizione di un obiettivo concreto, realistico, realizzabile, condiviso e negoziabile è il reale risultato di una comunicazione efficace e competente in grado di creare e mantenere la relazione

Grazie per l'ascolto

barbara.demei@iss.it