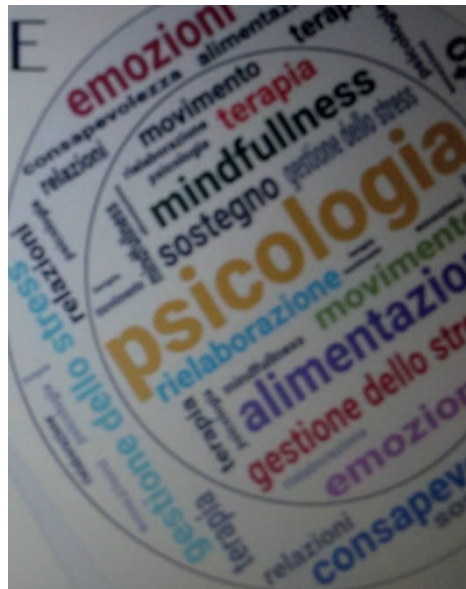


Nutrirsi di benessere l'influenza degli aspetti psicologici nelle principali aree della salute



Senigallia 24, settembre 2016

Nutrimento a 360 gradi

- Ruolo della scienze
psicologiche
- Studio delle variabili che
determinano i comportamenti
pro-health,
- Stile di vita,/stile di psiche
- Resilienza

360
gradi

Senigallia 24, settembre 2016

La Carta di Ottawa compie 30 anni

1^ Conferenza Internazionale sulla promozione della salute

17-21 novembre 1986 Ottawa, Ontario, Canada

La promozione della salute è il processo che mette in grado le persone di aumentare il controllo sulla propria salute e di migliorarla.

Per raggiungere uno stato di completo benessere fisico, mentale e sociale, un individuo o un gruppo **deve essere capace di identificare e realizzare le proprie aspirazioni, di soddisfare i propri bisogni, di cambiare l'ambiente circostante o di farvi fronte. La salute è quindi vista come una risorsa per la vita quotidiana, non è l'obiettivo del vivere.**

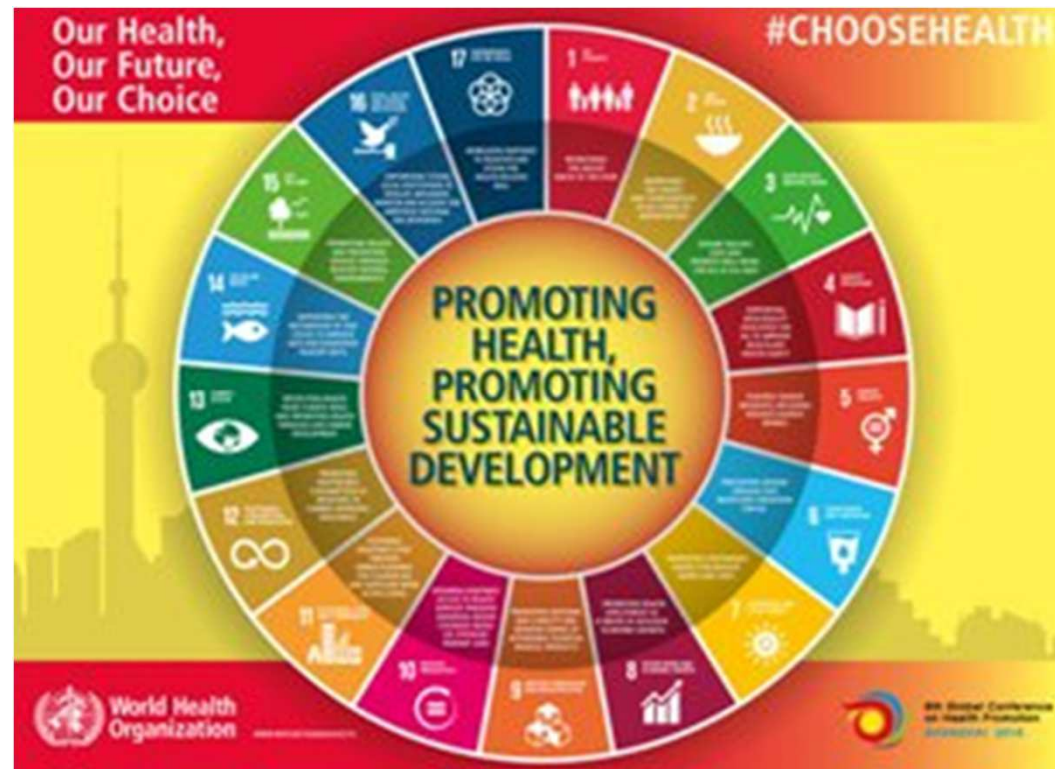
Entrare nel futuro

«...La salute è creata e vissuta dalle persone all'interno degli ambienti organizzativi della vita quotidiana: dove si studia, si lavora, si gioca e si ama.

La salute è creata prendendosi cura di se stessi e degli altri, essendo capaci di prendere decisioni e di avere il controllo sulle diverse circostanze della vita, garantendo che la società in cui uno vive sia in grado di creare le condizioni che permettono a tutti i suoi membri di raggiungere la salute. ...».

Per aumentare il proprio benessere, gli individui o i gruppi devono essere messi in grado di identificare e realizzare le proprie aspirazioni, soddisfare i propri bisogni e **modificare gli ambienti di vita.**

Our health, Our future, Our choice.



la 'salute' va creata con il diretto coinvolgimento dell'individuo, dei gruppi e delle comunità sociali. In tale processo è fondamentale aiutare le persone ad acquisire quel senso di padronanza e controllo su ciò che riguarda la propria vita → empowerment

“cultura focalizzata sulla eliminazione della malattia”
a “cultura focalizzata sulla promozione della Salute”,

→ evoluzione OMS dal paradigma della salute come
“assenza di malattia” a quello di “completo benessere
fisico, sociale e mentale”, a cui concorrono, insieme ai
fattori genetici, anche aspetti economici, culturali,
sociali, psicologici ed ambientali. Il modello “Bio-
Psico-Sociale”.

Psicologo e psicologia centrata sulla
clinica e psicopatologia → trattamento

Psicologo e psicologia diretta alla
promozione del benessere → intervento



Psicologia del quotidiano o quotidiana
psicologia

Senigallia 24, settembre 2016



Psicologo delle cure primarie

Senigallia 24, settembre 2016

Dr. Giuseppe Lavenia, Vicepresidente Ordine Psicologi Marche
Antonio Mastrovincenzo, Presidente Consiglio Regione Marche

Dr. Massimo Gualerzi, medico cardiologo

Dr. Alessandro Suardi

Dr.ssa Silvia di Giuseppe

Dr.ssa Federica Guercio

Senigallia 24, settembre 2016

Veicolare messaggi di salute:
quale prevenzione?

Dr.ssa Federica Guercio
Psicologa psicoterapeuta

Senigallia 24, settembre 2016





Comunità, famiglia scuola, istituzioni,
servizi

Senigallia 24, settembre 2016

Comportamenti a rischio salute

FUMO

**ABUSO DI
ALCOOL**

**COMPORTAMENTI
SESSUALI**

DIFFICOLTA' DI RELAZIONE
Marcata chiusura ed
isolamento, aggressività
verso i genitori ed i coetanei

**USO INCONSAPEVOLE
DELLA RETE
DIPENDENZA
TECNOLOGICA**

**CONDOTTE PERICOLOSE
AUTO-ETERO LESIVITA'**
Guida in stato alterato
Sport estremi
AUTO LESIONISMO

CYBERBULLISMO

BULLISMO

**ABBANDONO
SCOLASTICO NEET**
Ritiro /abbandono

SEDENTARIETA'

**ABUSO DI
SOSTANZE**

OBESITA'



ORDINE
PSICOLOGI
MARCHE

COMPORTAMENTI DI SALUTE COMPORTAMENTI A RISCHIO

HEALTH BEHAVIOURS PRO HEALTH

Azioni mirate allo star bene
FARE E ASTENERSI legati a

- ASPETTI COGNITIVI
- CARATTERISTICHE DI PERSONALITA'
- PATTERNS COMPORTAMENTALI
- FATTORI SOCIALI: cultura di appartenenza, livello socio economico

RISCK BEHAVIORS

Azioni che COMPROMETTONO,
DANNEGGIANO la
salute, Consapevoli, o
inconsapevoli, legate a

- ASPETTI COGNITIVI
- CARATTERISTICHE DI PERSONALITA'
- PATTERNS COMPORTAMENTALI
- FATTORI SOCIALI: cultura di appartenenza, livello socio economico

OPM

ORDINE
PSICOLOGI
MARCHE

Fattori di protezione fattori di rischio

Fattori di Protezione

Contribuiscono ad attenuare o evitare una situazione di disagio o un comportamento a rischio. Invulnerabilità ai fattori di rischio /o resistenza allo stress.

Fattori di rischio

Contribuiscono alla insorgenza di un comportamento a rischio pur non rappresentandone la causa. Nell'abuso alcool. Caratteristiche di personalità, regolazione emotiva, stato sociale Attaccamento stile educativo familiare



VARIABILI E LINEE TEORICHE

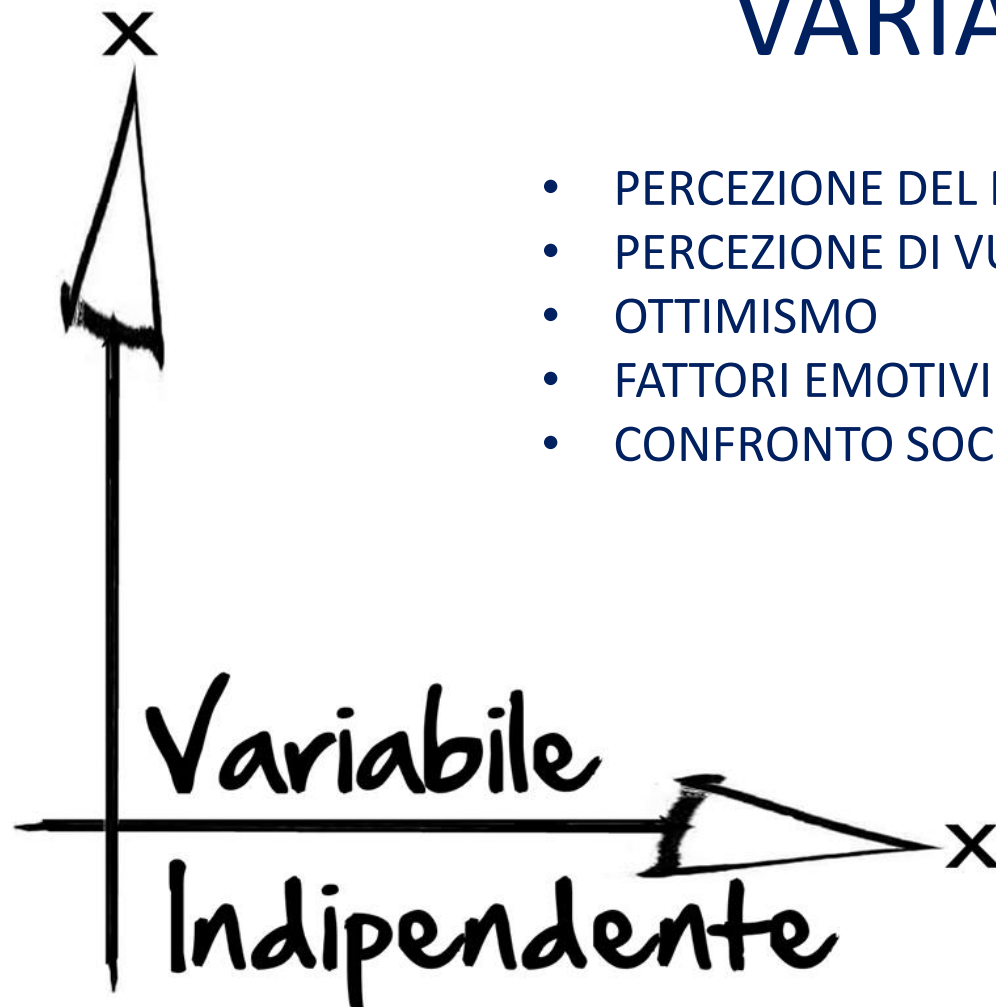
Senigallia 24, settembre 2016

PROSPETTIVE TEORICHE e COMPORTAMENTI di SALUTE e/o RISCHIO

- La motivazione a proteggersi da una malattia è data dalla percezione di: **vulnerabilità personale, gravità della malattia, dalla capacità personale di fronteggiare una situazione rischiosa/dannosa (COPING RESPONSE)**
- La probabilità di adottare un comportamento sano dipende dal grado di **minaccia associato alla malattia dalla percezione di vulnerabilità e dalla valutazione dei benefici e costi dell'azione preventiva.**
- Il comportamento sano è il risultato della **INTENZIONE/ VOLONTA' A METTERLO IN ATTO** (ci sono delle credenze sulle conseguenze, la valutazione delle conseguenze che orientano l'atteggiamento verso un' azione...)

VARIABILI

- PERCEZIONE DEL RISCHIO
- PERCEZIONE DI VULNERABILITA'
- OTTIMISMO
- FATTORI EMOTIVI
- CONFRONTO SOCIALE / INFLUENZA SOCIALE



Euristiche errori di valutazione

Euristica della disponibilità

Consente all'individuo di decidere la probabilità di un Evento sulla base di quanto un ricordo è vivo, o di quanto lo ha emotivamente colpito. La disponibilità con cui certe immagini/ricordi vengono in mente fa valutare come più probabile verifica dei alcuni eventi
(**Abuso di Alcol – divertimento**)

Euristica della rappresentatività

Tendenza ad attribuire caratteristiche simili ad oggetti simili ignorando informazioni che dovrebbero far pensare il contrario

(**alcol-gruppo dei pari “Se loro bevono allora tutti bevono”**)

Rischio

Nel 1979 **Zuckermann** in **“Sensation seeking behind the optimal level of arousal”**

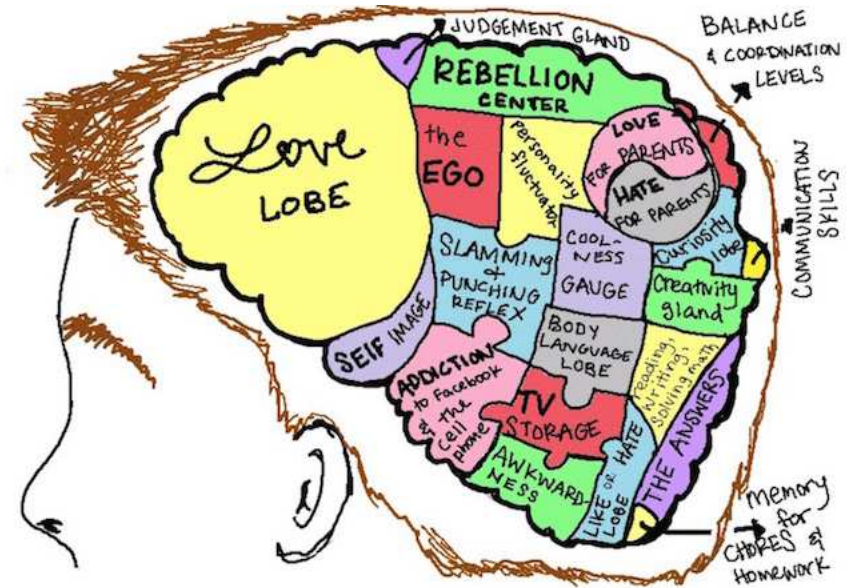
spiega l'attrazione dei giovani per il rischio come manifestazione di un **tratto di personalità** connotato dal desiderio di vivere sensazioni nuove, eccitanti e forti. Tale passione è accompagnata da un **“atteggiamento ottimistico”** dal credere di essere immuni dai pericoli rispetto ai coetanei messi nella stessa situazione.

Bell e Bell (1993) “Comportamenti a rischio”

azioni intenzionali dagli esiti incerti, con possibilità di conseguenze negative per la salute. Natura transitoria tendono a ridursi e scomparire negli anni successivi all'adolescenza. **Funzione adattiva**, utilizzati per **scopi specifici**, subordinati all'espletamento dei compiti evolutivi

SENSATION SEEKERS

- RICERCA DEL RISCHIO
- RICERCA DI SENSAZIONI E AVVENTURA
- STILE DI VITA NON CONVENZIONALE
- DISINIBIZIONE
- SPICCATA SENSIBILITA' ALLA NOIA
- TENDENZA AD EVITARE SITUAZIONI POCO STIMOLANTI
- INQUIETUDINE NON APPENA SI SPERIMENTA LA NOIA



COMPITI di SVILUPPO

<p>Gestione della pubertà e della maturazione sessuale</p> <p>1</p>	<p>Ampliamento degli interessi con acquisizione del pensiero ipotetico deduttivo</p> <p>2</p>	<p>Acquisizione di una nuova identità con la riorganizzazione del Sé</p> <p>3</p>
---	---	---

Havighurst Palmonari (2001)

- Tali compiti si presentano spesso contemporaneamente generando uno stato di confusione e di impotenza.
- La messa in atto di comportamenti rischiosi, come il consumo di alcol o di sostanze, può rappresentare un modo per **alleviare** il carico di disagio che tali compiti possono portare.
- Secondo la prospettiva della “*Social cognition*” la crisi adolescenziale può essere affrontata attraverso **strategie di coping disadattive** (coping emozionale e di evitamento) che offrono scorciatoie emotive e semplificano il vissuto del problema permettendo l’evitamento di situazioni percepite come difficili.

Spinta conservativa  Spinta evolutiva

In ogni fase del ciclo di vita si è portati selettivamente ad essere coinvolti in comportamenti rischiosi per la propria salute.

In che misura gli adolescenti e giovani adulti sono in grado di valutare i rischi?

Rischio funzioni adattive

Sviluppo dell'identità

- Sentirsi adulti
- Acquisizione e affermazione di autonomia
- Trasgressione e superamento dei limiti
- Fuga dalla realtà

Ridefinizione delle proprie relazioni sociali

- Comunicazione
- Condivisione di esperienze ed emozioni
- Esplorazioni dei propri limiti e delle reazioni degli adulti

Dal Sensation seeking....

- Il «bisogno di vivere sensazioni forti» è un bisogno radicato a livello cerebrale
- Il metabolismo della dopamina ha una funzione importante: se i livelli sono molto bassi l'adolescente si sente inutile, svuotato, prostrato
- Lo stato di eccitazione restituisce senso di vitalità: le azioni stimolano il metabolismo

.... al Risk taking

- La disposizione al rischio, il fare qualcosa di proibito ed eccitante è nella mente degli adolescenti e quindi funzionale al distacco
- A differenza degli adulti che cercano il rischio da soli, gli adolescenti preferiscono dividerlo in gruppo, rafforzati dal reciproco sostegno e dalla conferma degli altri

Il cervello degli adolescenti Differisce da quello adulto per **Connettività e funzionalità**



Alla nascita il nostro **cervello** è fornito già di quasi tutti i neuroni che ci serviranno per tutta la vita. **Non è fornito delle strutture di connessione tra neuroni, (sinapsi) che continueranno a prodursi con l'esperienza e l'apprendimento.** La neurofisiologia e le neuroscienze hanno mostrato come, a fronte di una rivoluzione ormonale

Sistema limbico

(sede dell'integrazione delle emozioni e delle esperienze)

→ **sovraccarico e immaturo**

Lobi frontali

(necessari per soppesare le azioni, giudicare i comportamenti e prendere decisioni controlla l'impulsività matura, promuove il raziocinio e il controllo degli impulsi)

→ **sono l'ultima regione a svilupparsi e a connettersi con le restanti aree cerebrali.**



comportamenti bizzarri o sconclusionati
disallineati



- L'immagine spesso evocata dai massmedia di una maggiore tendenza dei giovani ad attuare comportamenti a rischio non ha base scientifica.
- Gli adolescenti e i giovani adulti sono più esposti ma ciò non implica che assumono in assoluto un numero maggiore di rischi rispetto ad adulti o anziani.

I preadolescenti sono meno competenti degli adolescenti e giovani adulti nel riconoscere che certe attività implicano rischi. (reale che ipotetico).

Adolescenti e giovani adulti mostrano competenze adeguate per individuare i rischi delle proprie azioni e possiedono un adeguato giudizio di vulnerabilità sentendosi a volte più vulnerabili degli adulti.

**GLI INTERVENTI DI PREVENZIONE O PROMOZIONE DELLA SALUTE →
TARGET INDIVIDUI SANI (AL MASSIMO POTENZIALMENTE A RISCHIO)**

OBIETTIVI:

- AUMENTARE LA SALUTE ED IL BENESSERE INDIVIDUALE
- FAVORIRE UNA MIGLIORE QUALITA' DELLA VITA
- POTENZIARE I FATTORI PROTETTIVI
- EDUCARE ALLA SALUTE
- OFFRIRE ALLE PERSONE L'APPRENDIMENTO DI INFORMAZIONI SULLA SALUTE PER MODIFICARE VOLONTARIAMENTE IL PROPRIO COMPORTAMENTO)

Prevenzione

- Primaria
- Secondaria
- Terziaria
- Azioni dirette orientate a fornire informazioni sui **comportamenti a rischio**
- Fattori di rischio
- **Universale**
- **Selettiva**
- **Indicata**
- **Azioni indirette** volte a rinforzare i **fattori di protezione**, presenti sia nell'adolescente stesso (come le sue risorse individuali) che nel suo contesto di appartenenza (familiare ed extra familiare).
- **Fattori di protezione**

Nuovi comportamenti a rischio

- Quando emergono nuovi comportamenti dannosi per la salute, gli interventi informativi risultano essere non solo necessari, perché aiutano ad orientare, ma meno iatrogeni rispetto a tematiche di salute i cui comportamenti rischiosi si sono evoluti contemporaneamente alla complessità sociale.
- Gli interventi preventivi maggiormente efficaci risultano essere quelli che si integrano nell'iter educativo della famiglia, della scuola e del gruppo dei pari. Si articolano su percorsi che operano sugli aspetti cognitivi, comportamentali ed emotivi connessi, direttamente o indirettamente, alla situazione problematica.

Institute of Medicine 1 (IOM 1994), classifica gli interventi di prevenzione

- **Universali** : rivolti all'intera popolazione giovanile, senza prendere in considerazione eventuali differenze in termini di vulnerabilità o comportamenti a rischio, propri del target di riferimento;
- **Selettivi** : rivolti a gruppi considerati vulnerabili o implementati in contesti a rischio;
- **Indicati** : rivolti a soggetti con specifiche vulnerabilità individuali come, ad esempio, i bambini affetti da ADHD 2, i figli di genitori alcolisti cronici, ecc.

**Progettualità
sistema di monitoraggio
sistema di valutazione
evidenze - linea teorica
Effetti iatrogeni**

Senigallia 24, settembre 2016

Competizione con

- marketing pervasivo di un prodotto
- norme sociali molto radicate
- comportamenti indotti dall'abitudine o dalla dipendenza



Senigallia 24, settembre 2016



Utilizzo delle campagne di comunicazione di massa per la modifica di comportamenti di salute

M.A. Wakefield¹, B. Loken, R.C. Hornik

Ricerca revisione delle campagne di comunicazione di massa per la modifica dei comportamenti di salute

Valutare l'efficacia e le variabili coinvolte nei comportamenti pro health.

I temi di salute indagati attraverso la revisione delle campagne sono stati **18**

Centre for Behavioural Research in Cancer, Cancer Council Victoria, Calton, Australia

Carlson School of Management, University of Minnesota, Minneapolis, MN, USA .

Annenberg School for Communication, University of Pennsylvania, Philadelphia, PA, USA

Esiti

- Le campagne di comunicazione possono, in modo diretto o indiretto, produrre cambiamenti positivi nei comportamenti di salute o prevenire quelli negativi.

Esiti

- La probabilità di successo è maggiore quando gli interventi sono **multilivello** e quando il comportamento di salute richiesto al target è “semplice” e legato ad un’azione unica o episodica (per esempio: screening, vaccinazione, uso dell’aspirina da parte dei bambini,..) invece che abituale o costante (per esempio: scelte alimentari, fumo, esposizione ai raggi del sole, attività fisica).

Esiti



- La **disponibilità e l'accesso ai servizi e ai prodotti** sono fondamentali per motivare i singoli individui a modificare un comportamento di salute.
- L'inserimento di nuove **politiche** che supportano le opportunità di cambiamento forniscono motivazioni ulteriori, mentre le politiche di rinforzo possono scoraggiare comportamenti non sani o non sicuri.

Barriere che ostacolano il successo delle campagne di comunicazione

- il marketing pervasivo dei prodotti concorrenti, i messaggi contrastanti, il potere delle norme sociali.
- Mancata continuità per prolungare gli effetti sono necessari investimenti maggiori e più a lungo termine.
- Mancata pianificazione attenta e valutazione del messaggio e del formato della comunicazione insieme al target di riferimento.

Raccomandazioni per i governi nazionali, i medici e gli operatori sanitari sulle politiche da adottare

- Le campagne di comunicazione dovrebbero essere inserite in tutti gli interventi come elementi chiave per migliorare i comportamenti di salute della popolazione
- Al fine di garantire un'esposizione frequente e diffusa ai messaggi della campagna in modo continuativo, soprattutto per quanto riguarda i comportamenti abituali e costanti, occorre stanziare fondi sufficienti.
- E' necessario garantire un accesso adeguato ai servizi e ai prodotti promossi.
- I cambiamenti a livello di comportamento di salute devono essere incentivati attraverso decisioni politiche complementari che supportino le opportunità di cambiamento, e che limitino il marketing concorrenziale.

- I messaggi della campagna dovrebbero essere basati su una solida ricerca preliminare dovrebbero essere testati sul target di riferimento prima durante e dopo lo sviluppo della campagna stessa.
- I risultati dovrebbero essere sottoposti ad una valutazione rigorosa

Nuovo comportamento a rischio

Disorientamento, timore, confusione

ALLARMISMO

→ MI SPAVENTA CIO' CHE NON
CONOSCO

INTERVENTO TIPICO

SOTTOVALUTAZIONE

→ NON RICONOSCO CIO' CHE
NON CONOSCO

→ NON ESISTE IL PROBLEMA
NEGAZIONE

INTERVENTO TIPICO

ALLARMISMO

SOTTOVALUTAZIONE

DISORIENTAMENTO

IMPOTENZA

DISINFORMAZIONE

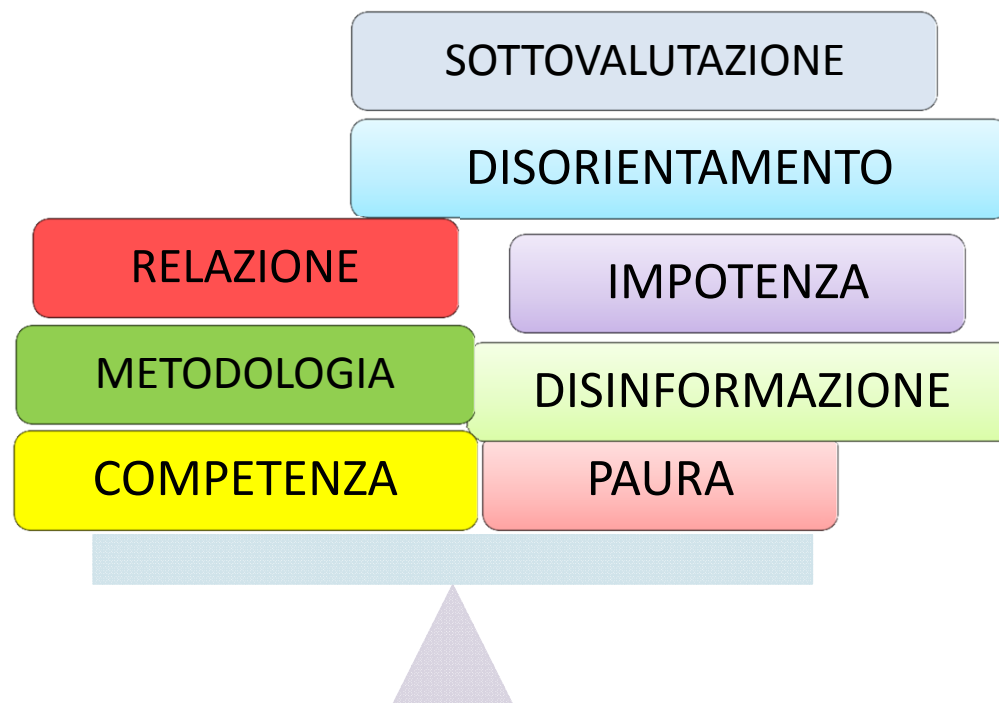
PAURA



Bilanciare

ESPERTO

CITTADINANZA



NUTRIRSI DI BENESSERE

L'INFLUENZA DEGLI ASPETTI PSICOLOGICI NELLE PRINCIPALI AREE DELLA SALUTE

Senigallia
24 settembre 2016
Hotel City
Lungomare Dante Alighieri, 14



Grazie per l'attenzione