

Il papilloma virus (HPV) a Trieste: miglioramento dell'accessibilità e della copertura

Trieste, 18 ottobre 2011

La campagna di vaccinazione: la trasparenza della comunicazione

La comunicazione sulla vaccinazione HPV deve fare i conti con...



La confusione comunicativa

La molteplicità dei punti di vista

Cosa fare?



*Capire e fare chiarezza sulla correttezza
dei
contenuti
e
sugli obiettivi di sanità pubblica*

Obiettivo primario



*Prevenzione del carcinoma del collo
dell'utero*



Obiettivi secondari

- Indurre la migliore risposta immunitaria*
- Rafforzare la promozione dei programmi di screening*
- Affrontare la prevenzione delle MST*
- Affrontare le tematiche riguardanti la sessualità e il dialogo tra genitori e figlie*
- Approfondire le competenze comunicativo-relazionali e di counselling*

Cosa fare?

- .Approfondire le conoscenze scientifiche sull'infezione e sulla vaccinazione*
- .Approfondire le conoscenze del target dell'intervento*
- .Far emergere eventuali messaggi confusi*
- .Applicare le proprie competenze comunicative e di counselling*



Cosa fare?



Definire gli obiettivi comunicativi

*Creare le condizioni di scambio ed incontro
tra le figure professionali*

Pianificare la comunicazione

Obiettivi comunicativi



*Obiettivi conoscitivi - migliorare
Le conoscenze*

*Obiettivi orientati agli atteggiamenti e
Ai comportamenti*

***La comunicazione è diversa
dall'informazione generalizzata***



***La comunicazione è un processo
relazionale***

La comunicazione non si improvvisa, ma va pianificata

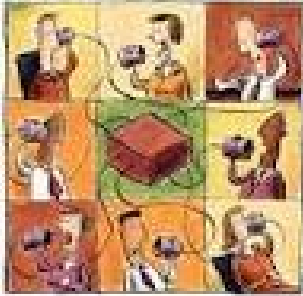


Processo strategico globale

*Aproccio integrato tra le diverse figure
per*

*migliorare la qualità dell'informazione e
le opportunità di una scelta consapevole*

*La strategia comunicativa deve porre
attenzione alla*



Comunicazione interna
tra operatori sanitari

e

Comunicazione esterna
soggetti istituzionali e sociali



Per comunicare efficacemente è necessario definire

- *Chi comunica (operatore e servizio)*
- *A chi (target)*
- *Cosa (messaggio)*
- *Come (mezzo e linguaggio)*
- *Quando (tempi)*
- *Dove (contesto)*
- *Perché*



I soggetti coinvolti



- Le istituzioni*
- Gli operatori*
- I cittadini*
- I media*
- Gli amministratori locali*
- I gruppi di interesse*

Chi sono i cittadini?



***Personne che vivono in un territorio,
in un determinato periodo storico e
in un certo contesto sociale***

Un conto è dire " i cittadini", un conto è dire...

- Le adolescenti 12 enni*
- Le adolescenti 15 enni*
- Gli adolescenti*
- Le donne adulte*
- I genitori*
- Le madri*



Cosa vogliamo dire?

Contenuto del messaggio

- *Chiaro*
- *Completo*
- *Corretto*
- *Omogeneo*
- *Generalizzato/personalizzato*



Messaggio efficace

- È compreso - linguaggio adatto al target*
- Acquista significato per le persone alle quali è rivolto*
- Attiva cambiamenti comportamentali nelle persone alle quali è rivolto*



Linguaggio adeguato



- *Scelta della terminologia*
- *Scelta del livello di complessità*
- *Scelta degli esempi*

Linguaggio inadeguato



*sopravvalutazione/svalutazione delle
conoscenze del target*

La scelta del mezzo è in funzione....

- Dell'obiettivo della comunicazione*
- Dei destinatari*
- Delle disponibilità economiche*
- Delle risorse*
- Dei tempi*
- Dell'abitudine/disabitudine*



Come lo diciamo?



*Mezzi di comunicazione indiretta:
opuscoli, lettere, mass media, internet*

*Mezzi di comunicazione diretta:
colloquio telefonico, faccia a faccia*

Comunicazione indiretta



Comunicazione unidirezionale



Comunicazione diretta colloquio telefonico



Comunicazione a due vie comunicazione verbale e paraverbale



Comunicazione diretta colloquio faccia a faccia



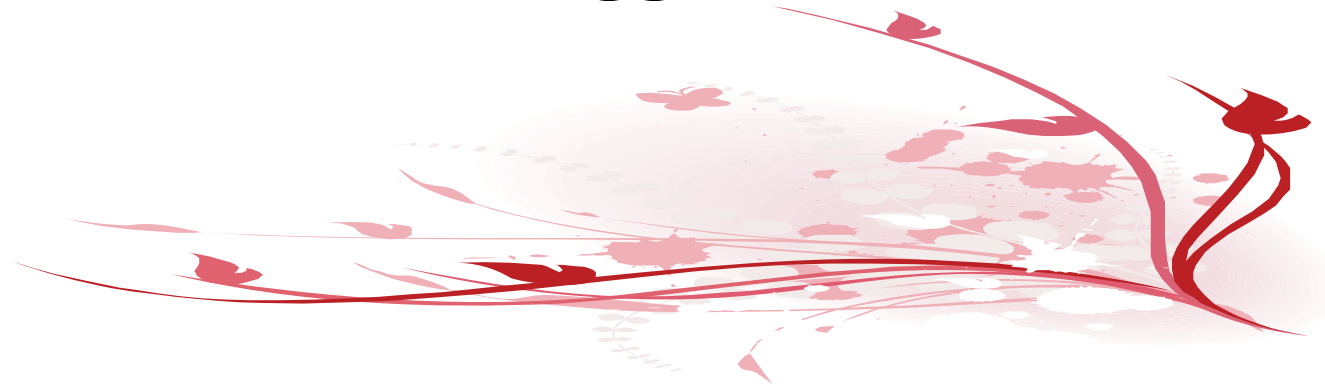
*Comunicazione a tre vie:
verbale, paraverbale e non verbale*



*Le interazioni vengono stabilite,
sostenute e interrotte dai segnali non
verbali e paraverbali...*



*Infatti il non verbale e il paraverbale
possono fornire fino al 70 % del contenuto
del messaggio*



Quando lo diciamo?



- Scelta del momento per iniziare ad informare la popolazione*
- Data d'inizio e termine di una campagna informativa*
- La pianificazione delle risposte di un "numero verde" predisposto*
- Tempo dedicato alla persona in un colloquio vaccinale faccia a faccia o telefonico*

Dove lo diciamo?



Contesto esterno - *dimensione spazio-temporale*

Contesto interno - *dimensione interna*





Contesto esterno...
fare attenzione alle barriere all'ascolto

Contesto interno...
riflettere su se stessi

MA COME
SIAMO STELLE?...

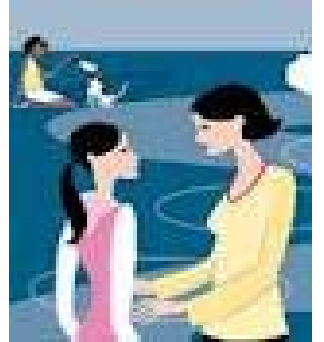


Perchè lo diciamo?



- Per migliorare le conoscenze*
- Per attivare processi di consapevolezza*
- Per raggiungere gli obiettivi comunicativi*
- Per fare prevenzione*
- Per rispondere a un bisogno*
- Per creare relazioni*

Il contesto vaccinale HPV



- Novità della vaccinazione*
- Livello di conoscenza sull'HPV*
- Necessità di vaccinare ragazze in età pediatrica*
- Argomento riguardante la sfera della sessualità*
- Comunicazione volta ad adolescenti e genitori*
- Collaborazione tra le figure professionali*

L'operatore sanitario



- Non può prescindere da quello che le persone fanno*
- Si trova ad affrontare aspetti riguardanti l'area della sessualità*
- Applica le abilità di counselling per facilitare la relazione con le persone*

Il counselling...



...Un intervento di promozione della salute e di prevenzione della malattia che ha come scopo l'attivazione delle risorse della persona....

Attraverso il counselling...



*È possibile strutturare la relazione
professionale interpersonale
in modo strategico e non improvvisato*



L'ascolto empatico...

- ..comprendere e restituire la comprensione*
- ..comprendere le richieste, i bisogni*
- ..comprendere il livello delle conoscenze*
- ..entrare in contatto con le emozioni*

Scopo dell'intervento di counselling vaccinale

- Informare in modo personalizzato*
- Chiarire e condividere le informazioni*
- Sviluppare la consapevolezza sui rischi e benefici della vaccinazione*
- Valorizzare le risorse, l'autonomia*
- Esplorare le soluzioni possibili*
- Identificare un obiettivo realistico*
- Facilitare le decisioni*
- Valorizzare l'importanza del consenso o dissenso informato*

Strategia: i passi fondamentali

- *Accogliere*
- *Predisporre all'attenzione e all'ascolto attivo*
- *Chiarire cosa la persona sa*
- *Facilitare l'esplicitazione di dubbi..*
- *Lasciare spazio ai vissuti*
- *Comunicare comprensione empatica*
- *Verificare quanto e cosa la persona ha compreso*



Strategia: i passi fondamentali

- *Ipotizzare le eventuali alternative di scelta*
- *Aiutare la persona a esprimere la sua scelta*
- *Identificare e concordare l'obiettivo da raggiungere*
- *Riassumere*
- *Verificare quanto e cosa la persona ha compreso*
- *concludere*



L'operatore con abilità di counselling ha l'opportunità di...

- Fornire informazioni aggiornate e personalizzate*
- Verificare che le informazioni siano ascoltate e comprese*
- Porre attenzione e "prendersi cura" della componente emotiva*
- Facilitare la persona ad attivare processi decisionali autonomi*





Finalmente è finita!