

IL RUOLO ATTIVO  
DEL DISTRETTO  
PER LA PREVENZIONE  
ED I BUONI STILI DI VITA

MESAGNE (BR)  
Sala convegno del Castello  
Venerdì, 23 settembre 2016



“Le abitudini alimentari sono cambiate, allontanandosi dalla Dieta Mediterranea.....l’aspettativa di vita è aumentata.....ed anche le difficoltà per la sostenibilità del piano salute.....le risorse hanno subito una flessione..... **solo attraverso una prevenzione efficace e l’acquisizione di corretti modelli di vita, sarà possibile raggiungere l’obiettivo che sta a cuore a tutti:il mantenimento della salute.**”



Prevenzione  
e promozione  
**Salute**





# Il Counseling Nutrizionale

## Una strategia per essere più efficaci ed efficienti

Dr.ssa Biancamaria Saetta Biologo Nutrizionista, Counselor

# Che cos'è il Counseling

**Può essere definito come un processo relazionale tra Counselor e cliente, basato sul colloquio, con l'obiettivo di fornire alle persone opportunità e sostegno per sviluppare le proprie risorse e promuovere il loro benessere.**

# Chi è il Counselor

**Il Counselor può essere considerato un  
"Esperto nella  
relazione d'aiuto"**

# Chi è il Counselor

**Il Counselor è la figura professionale che aiuta a cercare soluzioni a specifici problemi, di natura non psicopatologica, e, in tale ambito, a prendere decisioni, a far emergere risorse, a promuovere e sviluppare la consapevolezza, a cambiare.**



# Cosa non è il Counseling

**Il lavoro di Counseling non ha mai come oggetto la psiche del cliente, ruolo che spetta ad altre figure professionali come Psicologi e Psichiatri, ma è basato essenzialmente sulla relazione, sul colloquio e sulle modalità di colloquio.**

# **Principio ispiratore del Counseling**

**TU SEI OK**

**Ogni persona è dotata di  
capacità di scelta,  
autodeterminazione,  
cambiamento**

# **TU SEI OK**

**Ogni persona è completa,  
integra ed ha una sua dignità.  
Possiede già in sé la capacità  
di distinguere tra ciò che va  
bene per sé stessa e ciò che  
non va bene**

# **TU SEI OK**

**Le persone che si rivolgono ad un  
Counselor sono  
momentaneamente in difficoltà e  
si avvalgono del suo aiuto per far  
emergere quelle capacità che già  
possiedono, finalizzate a  
conseguire gli obiettivi che  
desiderano**



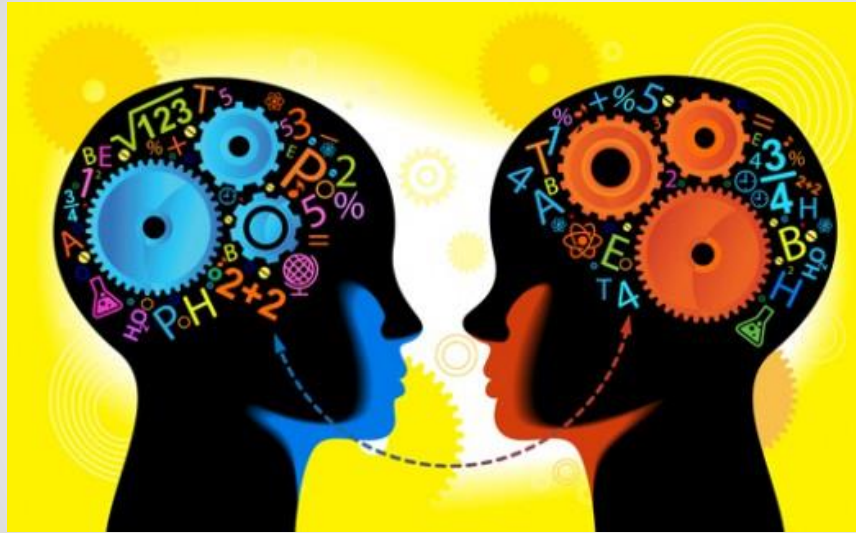
**“E’ improbabile che le persone cambino veramente se non sono ascoltate, accettate, comprese”**

*P. Clarkson*



## Regole del gioco

- Empatia: immedesimazione con il cliente e adozione della sua prospettiva e del suo sentito
- Colloquio motivazionale



## Empatia

Attraverso l'empatia, il cliente vede nel counselor "l'altro sé", quello più lucido e centrato, e, rispecchiandosi in esso, riesce a fare emergere le sue peculiari capacità e risorse, che gli consentono, eventualmente di attraversare l'impasse.

“Quando....qualcuno ti ascolta davvero senza giudicarti, senza cercare di plasmarti, ti senti tremendamente bene. Quando sei stato ascoltato ed udito, sei in grado di percepire il mondo in modo nuovo.

E' sorprendente il modo in cui i problemi che sembravano insolubili diventano risolvibili quando qualcuno ti ascolta, situazioni confuse che sembravano irrimediabili si trasformano in ruscelli che scorrono limpidi”

**Carl Rogers**



# **Il Counseling Nutrizionale**

**Applicazione delle strategie e delle  
modalità di Counseling al lavoro del  
Nutrizionista al fine rendere più  
efficace l'intervento e duraturo il  
cambiamento**



Attraverso interventi personalizzati, il Nutrizionista/Counselor accoglie empaticamente le difficoltà del cliente, e, se possibile, le direziona nel senso di un cambiamento

**Interventi personalizzati**

# Colloquio motivazionale: stato dell'arte

Fonte: Golden NH, Schneider M, Wood C. Preventing Obesity and Disorders in Adolescents. Pediatrics (2016)

Il 22 agosto del 2016, l'American Academy of Pediatrics (AAP) ha pubblicato su Pediatrics, le linee guida evidence-based per gli operatori sanitari, per aiutare gli adolescenti a prevenire l'obesità e i disturbi dell'alimentazione. Tra i vari aspetti, le linee guida raccomandano l'uso del *colloquio motivazionale*, per migliorare i risultati e rendere più efficace l'intervento. A tal fine, l'AAP mette a disposizione un'applicazione web e mobile gratuita "Change Talk" per aiutare gli operatori sanitari ad usare il *colloquio motivazionale*, considerato più adatto a promuovere il cambiamento.

**Che tu creda di farcela o di non  
farcela, avrai comunque ragione.**

**- Henry Ford**

Nel momento in cui le persone devono prendere una decisione importante, tenderanno ad opporre una certa resistenza all'opera di persuasione da parte di altri.

## **La motivazione al cambiamento**

- La resistenza e l'ambivalenza possono essere più o meno consapevoli
- Boicottano qualunque tipo di cambiamento
- Vanno fatte emergere, esplorate ed affrontate prima di intraprendere un cambiamento

## **La motivazione al cambiamento**

- Non credono di potercela fare
- Hanno accumulato troppi fallimenti e sono rassegnate
- Non condividono **pienamente** la scelta
- Hanno altre priorità
- Non sono pienamente consapevoli dei vantaggi del cambiamento
- Ci sono troppi svantaggi a cambiare
- Hanno dei vantaggi secondari a rimanere dove sono

**Le persone possono essere scarsamente motivate perché:**



- Pensano di potercela fare
- Sono pienamente convinte che sia la cosa giusta e non hanno riserve mentali
- Non hanno altre priorità o aspetti della vita che competono col cambiamento
- Riconoscono i vantaggi legati al cambiamento
- **Scelgono autonomamente di cambiare**

**Le persone cambiano  
quando:**

**Il Counseling aiuta le  
persone a  
“scegliere di cambiare”**

- **Domande aperte** (che lasciano al cliente ampia possibilità di risposta)
- **Ascolto riflessivo** (frasi che rispecchiano, restituiscono, parafrasano, ripetono, riformulano ciò che il cliente ha detto)
- **Riassunto** (riassumere ciò che il cliente ha riferito ponendo l'attenzione sui punti poco chiari e/o sui punti salienti, per dare enfasi e chiarificazione a quanto è stato detto)

**Gli strumenti del colloquio motivazionale**

- Non è possibile rispondere con un sì o un no
- Lasciano al cliente l'opportunità di rispondere con i suoi tempi e di espandere aree significative di preoccupazione.
- Orientano il Counselor su come procedere e danno informazioni importanti sul cliente
- Generalmente cominciano con Come/che/che cosa/quale

**Domande aperte**

- Come l'obesità influenza la sua vita?
- In che modo cambiare l'alimentazione migliorerebbe la sua vita?
- Mi racconti qualcosa sul suo problema di peso
- Quale potrebbe essere il primo passo per prevenire il diabete?
- Come è riuscito ad affrontare questo aspetto? Quali sono stati i suoi punti di forza?
- Qual'è la sua idea riguardo a....?

**Domande aperte**

- Consente al cliente di far emergere le sue preoccupazioni rispetto al problema obesità
- Consente di legare l'obesità agli svantaggi che l'obesità determina
- Consente al cliente di riflettere su aspetti del problema che non aveva mai considerato
- Fornisce al Counselor il materiale su cui lavorare

**Come l'obesità influenza la sua vita?**

- Consente di legare il cambiamento ai vantaggi che ne deriverebbero
- Fornisce una prospettiva nuova
- Fornisce un orientamento (verso che cosa sto andando?)
- E' incoraggiante e motivante (è vero che devo rinunciare a.....però me ne viene che....)
- Consente al cliente di muoversi spinto da *energia nuova*

**In che modo perdere peso  
migliorerrebbe la sua vita?**

- Rende il cliente protagonista della scelta
- Aiuta il cliente a far emergere le sue capacità e risorse
- Consente al cliente di suddividere il lungo percorso in tappe intermedie più facilmente raggiungibili
- E' incoraggiante e motivante
- Aiuta ad acquisire una forma mentis più flessibile

**Quale potrebbe essere il primo passo?**



- Aiuta il cliente a focalizzarsi e centrarsi
- Aiuta il cliente a diventare più consapevole
- Aiuta il cliente a prendere coscienza delle sue capacità e risorse
- Aiuta il cliente a *tesuarizzare* abilità e competenze che potrà utilizzare anche in futuro

**Come è riuscito ad affrontare questo aspetto? Quali sono stati i suoi punti di forza?**

- Ripetere con altre parole, in modo più conciso e più chiaro ciò che l'altro ha detto, ricercando l'accordo da parte dell'altro attraverso la giusta intonazione
- Comunicare al cliente che il Counselor lo sta ascoltando, è interessato a lui, si sforza di comprendere le sue ragioni
- Il cliente, riascoltandosi, comprende meglio se stesso; comprende aspetti impliciti, poco chiari, non espressi; comprende meglio i suoi sentimenti
- Il Counselor verifica che è nella giusta direzione

**Ascolto riflessivo o Reformulazione**

- Se ho capito bene vorrebbe poter chiarire meglio il ruolo di una sana e corretta alimentazione nella prevenzione di.....
- Mi sembra che mi stia dicendo che non è sicuro che.....possa essere un comportamento salutare
- Percepisco nella sua voce una forte emozione.....deve contare molto per lei..
- Mi sta rimandando che....vorrebbe proprio riuscire a.....

**Ascolto riflessivo o Reformulazione**

- Informa ed orienta
- Chiarisce le intenzioni del cliente
- Motiva perché fornisce una possibile soluzione
- Evidenzia e chiarisce i vantaggi del cambiamento

**Se ho capito bene vorrebbe poter chiarire meglio il ruolo di una sana e corretta alimentazione nella prevenzione del ....**

- E' una riformulazione riferita ad una parte più lunga del discorso del cliente
- Può servire per fare il punto della situazione oppure per rimanere focalizzati sul tema principale del colloquio
- E' molto utile con i clienti che tendono ad essere prolissi o a divagare
- Serve a riepilogare prima di passare ad un argomento differente
- Serve a concludere il colloquio, facendo emergere i punti salienti della discussione

**Riassunto**

“Allora, vediamo se ho compreso bene il suo problema. Lei mi sta dicendo che, in passato è stato bravissimo a perdere peso, ma non è riuscito molto bene a mantenere i risultati nel tempo. E quindi mi sta chiedendo di aiutarla a cambiare alcune abitudini che mantengono alto il suo peso. Vorrebbe, quindi, acquisire abitudini e comportamenti che le facciano perdere peso stabilmente”

**Riassunto**

- Aiuta il cliente a sentire che abbiamo compreso bene il suo problema
- Focalizza la difficoltà
- Attenua il senso di colpa
- Propone una possibile soluzione

**Riassunto**



**Lavorare sulla motivazione: LA  
BILANCIA DECISIONALE**



- **SCALA DELL'IMPORTANZA**

In una scala da zero a dieci, quanto è importante per lei perdere peso?

0

10

- **SCALA DELLA FIDUCIA**

In una scala da zero a dieci, quanta fiducia ripone nella possibilità di perdere peso?

0

10

**Valutare e monitorare la  
motivazione al cambiamento: LE  
SCALE NUMERICHE**

- Da un lato mi dice che per lei è fondamentale perdere peso, dall'altro che non ha sufficiente tempo a disposizione per fare un po' di attività fisica
- Da una parte pensa che non sia salutare mangiare in questo modo, dall'altra non riesce a rinunciare a certi cibi

**Far emergere e lavorare  
sull'ambivalenza: RIFLESSIONE A  
DUE FACCE**

- Mi dica le tre migliori ragioni per perdere peso
- Come ha fatto in passato a.....?
- Come intende farlo?
- Come fa a sapere che se provasse potrebbe farcela?

**Domande aperte strategiche  
finalizzate a favorire l'espressione  
di AFFERMAZIONI ORIENTATE AL  
CAMBIAMENTO**

- Le persone riacquistano la loro dignità e la fiducia in se stessi
- Ritrovano la motivazione ed il coraggio
- La frase di incoraggiamento può diventare un mantra che veicola incessantemente un messaggio positivo

**Sostenere ed incoraggiare**

- Cercare per così tanto tempo di perdere peso dimostra una grande perseveranza
- Lei mi sembra una persona con una grande energia
- Informarsi e cercare di capire dimostra grande consapevolezza
- Se fosse facile, né io né lei saremmo qui
- Questo dimostra che lei ha già la soluzione

**Sostenere ed incoraggiare**

- Fornisce una prospettiva completamente diversa
- Trasforma un limite in una risorsa: la sensazione di inadeguatezza del cliente diventa un suo punto di forza
- Restituisce al cliente dignità e fiducia in se stesso
- La dignità incoraggia e dà speranza per il futuro

**Cercare di perdere peso per così tanto tempo denota forza e perseveranza**

- Restituisce dignità al cliente
- Fornisce una visione più realistica delle cose
- Attenua il suo senso di colpa
- Genera condivisione
- E' incoraggiante e motivante

**Se fosse facile, né io né lei  
saremmo qui**

C."Buongiorno signora Maria, come posso aiutarla?

c."Buongiorno dr.ssa. Vengo da una famiglia di diabetici e sono in sovrappeso. Il medico mi ha consigliato di perdere peso e intraprendere un'alimentazione più sana per prevenire il diabete, ma non so proprio da dove cominciare e sono confusa e spaventata"

C."Allora signora Maria, mi sta dicendo che avrebbe bisogno di saperne un po' di più su come una sana e corretta alimentazione potrebbe aiutarla a prevenire il diabete. Inoltre, avere maggiori informazioni potrebbe aiutarla a gestire meglio un'eventuale dieta e ad averne meno paura"

**Esempio**



c. "Sì, credo di sì"

C. "Allora, le va se cominciamo proprio da quelli che sono i suoi principali timori a riguardo? Che cosa la spaventa di più riguardo all'idea di mettersi a dieta?"

c. "L'idea di non poter mangiare tutto e patire la fame"

C. "In altre parole, se riuscisse a seguire linee guida alimentari basate sulla moderazione e sulla flessibilità e non una dieta rigorosa e monotona, sarebbe meno spaventata?"

c. "Credo di sì....ma è possibile secondo lei?"

**Esempio**

C. "Questo è forse lo scopo del mio lavoro. Ci proviamo insieme?"

c. "Lo desidero tantissimo, ma non so se ci riuscirò?"

C. "Le va di parlarmi ancora un po' del suo problema di peso e di come il diabete influenza al vita dei suoi cari?"

c. "Posso provarci!"

C. "Ok, andiamo per gradi, cominciamo a scambiarsi qualche informazione che ci consente di conoscerci meglio?....."

**Esempio**

- Coinvolgimento
- Esplorazione
- Comprensione
- Azione
- Feedback

**Fasi del Counseling**

- Accoglienza calorosa (frasi magiche: "Come posso aiutarla?" ; "Cosa posso fare per lei?")
- Ascolto riflessivo (messaggi di accoglimento, espressioni facilitanti)
- Attenzione fisica
- Mimica facciale, postura, atteggiamenti del corpo di accoglienza

**Coinvolgimento**

- Esortazione al racconto
- Rispondere per facilitare l'esplorazione : rispondere ai contenuti, rispondere al significato, rispondere ai sentimenti
- Ascolto attivo: riformulazione ("Mi sta dicendo che....."; "In altre parole vuole dirmi che..."; "Mi sembra di capire che...."; "Quello che mi dice mi fa pensare a....")

**Esplorazione**

- Motivazione al cambiamento
- Ambivalenza
- Resistenza al cambiamento
- Chiarificazione degli obiettivi

**Comprensione**

- Stabilire un piano d'azione (dieta, linee guida alimentari, monitoraggio dell'alimentazione)
- Sperimentare comportamenti nuovi (spesa consapevole, migliore gestione della dispensa, stile di vita più attivo)
- Monitorare i cambiamenti (diario alimentare, scheda di programmazione e monitoraggio)

**Azione**

- Valutare i cambiamenti
- Valutare vantaggi e svantaggi del cambiamento
- Mettere in relazione il cambiamento con i benefici che ne derivano
- Sostegno, incoraggiamento, permesso di sbagliare
- Affermazioni orientate al cambiamento

**Feedback**



Che tu creda di farcela o di non farcela, avrai comunque ragione.

- Henry Ford

**Aiutare le persone a  
"credere di farcela"**