

Il cervello nella relazione di cura

Fornire evidenze scientifiche e strumenti per potenziare le capacità relazionali dei medici nei confronti di pazienti e caregivers. È lo scopo di una ricerca in progress della Fondazione Giancarlo Quarta condotta attraverso tecniche di neuroimaging

Nella relazione di cura, l'insieme delle parole e dei gesti scelti dal medico per rapportarsi al paziente, ovvero lo stile di comunicazione, produce degli effetti sulla persona malata. Questa evidenza esperienziale, indagata dalla psicologia comportamentale, ha da ora una sostanza neuroscientifica: le parole del medico producono precisi e visibili effetti cerebrali sui malati. È quanto emerge da uno studio innovativo sperimentale dalla Fondazione Giancarlo Quarta, Onlus (Presidente **Lucia Giudetti Quarta**) impegnata da anni nell'indagine clinico-sociale sul tema del rapporto medico-paziente con lo scopo di alleviare la sofferenza dei malati, in collaborazione con l'Università di Udine, Clinica Psichiatrica - ASUIUD Santa Maria della Misericordia. Quali aree del cervello si attivano e, soprattutto, come lo fanno, quando il medico si rivolge al paziente in una relazione di cura? Cosa accade a livello neurale quando i bisogni del malato incontrano le parole del medico che comunica una diagnosi, che trasmette un'indicazione terapeutica? Quando possiamo definire "corretta" la relazione medico-paziente? FIORE (Functional Imaging of Reinforcement Effects), questo il titolo della sperimentazione, prova a dare una risposta a queste e altre domande. Mediante tecniche di neuroimaging (risonanza magnetica funzionale), la ricerca ha messo a fuoco la presenza di specifiche attivazioni cerebrali correlate a differenti modalità argomentative e comportamentali rispetto a due speci-

fici bisogni del malato: il bisogno di essere compreso emotivamente ed essere a proprio agio nella situazione e il bisogno di attenzione, ovvero di essere riconosciuto come soggetto, superando il senso di spersonalizzazione della malattia. Queste aree di necessità emotiva fanno parte di un modello relazionale in cinque punti, IPPOCRATES, già sperimentato con successo dalla Fondazione Quarta, in collaborazione con l'Istituto dei Tumori di Milano (IPPOCRATES: Interventi di Premiazione e Potenziamento degli Ottimi Comportamenti di Relazione dei Giovani Medici in Ambito Terapeutico E Sanitario). Il modello individua cinque aree di bisogno del malato cui corrispondono altrettanti comportamenti e stili di comunicazione atti a soddisfarlo. La ricerca FIORE ne ha misurati due:

- bisogno di essere compresi;
 - bisogno di attenzione.
- Le due aree di necessità emotiva prese in considerazione possono dirsi soddisfatte da altrettanti stili di comunicazione:
- al bisogno di essere compreso corrisponde un comportamento orientato all'influenzamento, ovvero uno stile di comunicazione che implichi flessibilità, disponibilità all'aiuto concreto allo scopo di motivare, tranquillizzare e dare speranza al malato;
 - il bisogno di essere riconosciuto è invece soddisfatto da un comportamento orientato alla valorizzazione mediante espressioni di accordo, apprezzamento, condivisione allo scopo di favorire il convincimento del paziente, l'adesione razionale ed emotiva.

► Dati della ricerca

Il Prof. **Fabio Sambataro**, psichiatra dell'Università degli Studi di Udine ha illustrato a *M.D.* i risultati della ricerca. A 30 soggetti sani (11 maschi e 19 femmine, età compresa tra i 19 e i 33 anni) sono state sottoposte in scansione cerebrale, una serie di vignette raffiguranti situazioni di aiuto/influenzamento e di riconoscimento/valorizzazione chiedendo ai soggetti di immedesimarsi nelle stesse e di esprimere apprezzamento per comportamenti più o meno conformi ai diversi stili di comunicazione. Dalle scansioni è emerso che comportamenti di valorizzazione attivano la sfera sensoriale e in particolare la corteccia visiva, mentre comportamenti di influenzamento stimolano le regioni del cervello collegate alla teoria della mente che, tra le altre cose, si traduce nell'acquisizione di comportamenti da parte del soggetto. Una buona comunicazione orientata non solo a gratificare genericamente il paziente ma a gratificarlo con uno stimolo e una indicazione precisa del comportamento virtuoso, favorisce la reiterazione del comportamento.

• Per approfondire
www.fondazionegiancarloquarta.it



Attraverso il presente QR-Code è possibile ascoltare con tablet/smartphone i commenti di Fabio Sambataro e Lucia Giudetti Quarta