

E.CA.R.E. - Elderly home CAre Residential Engagement

Mappatura del livello di isolamento sociale degli anziani nella loro comunità e per l'implementazione delle azioni di coinvolgimento



Licenza e copyright

Il contenuto non rispecchia le opinioni ufficiali dell'Unione Europea. La responsabilità sulle informazioni e considerazioni espresse nel documento spetta agli autori.

Il documento Mappatura del livello di isolamento sociale degli anziani nella loro comunità e per l'implementazione delle azioni di coinvolgimento è prodotto nell'ambito del progetto Elderly home CArE Residential Engagement (E.CA.R.E.) finanziato dal programma 2014 - 2020 INTERREG V-A Italy - Austria.



| | |
|--|-----------|
| 1. INTRODUZIONE | 4 |
| 2. ECARE OVERVIEW | 5 |
| 3. L'ISOLAMENTO SOCIALE | 6 |
| 3.1. Indicatori per valutare l'isolamento sociale | 6 |
| 4. CONTRASTARE L'ISOLAMENTO SOCIALE | 7 |
| 4.1. Come coinvolgere il cittadino socialmente isolato | 7 |
| 4.2. Mappare le relazioni sociali del cittadino coinvolto | 8 |
| 5.1. La rete e le figure deputate ad animarla | 10 |
| 5.2. La figura del super cittadino | 10 |
| 5.3. I due canali di animazione della rete: freddo e caldo | 11 |
| BIBLIOGRAFIA | 13 |

1. Introduzione

A partire dalla letteratura sull'isolamento sociale, questo milestone prende in esame i principali indicatori in letteratura, adottati per valutarlo. Il focus principale è poi la sintesi del lavoro del team di progetto E.CA.R.E. in risposta alla domanda che è stato ritenuto fondamentale porsi: "come vorremmo si sentisse il cittadino che partecipa al progetto?" e dunque gli obiettivi individuati nel relazionarsi con i partecipanti. A seguire la mappatura della rete sociale del cittadino, da personalizzare poi per ogni partecipante. Infine si approfondisce come animare la rete e coinvolgere il vicinato, quali figure saranno ad esso deputate, ed attraverso quali canali si animerà la rete (ovvero "caldo", dal vivo, e "freddo", online).

2. ECARE overview

Titolo del progetto: Elderly home CARE Residential Engagement

Sito web del progetto: www.ecareproject.eu

Durata del progetto: 31 mesi

Fonte di finanziamento: Interreg V-A Italia-Austria - Bando 2017

Partner principali:

Istituto per Servizi di Ricovero e Assistenza Anziani (I.S.R.A.A.)

A.S.P. UMBERTO I

SER.S.A. Servizi Sociali Assistenziali

Universität Klagenfurt

L'obiettivo del progetto ECARE è la riduzione dell'isolamento sociale e delle difficoltà psicologiche, fisiche e relazionali delle persone anziane che vivono nella propria abitazione o in un'abitazione messa loro a disposizione dalla pubblica amministrazione. Il modello di intervento previsto da ECARE si basa sul coinvolgimento della comunità (vicini di casa, amici, parenti) e sulla creazione di nuove relazioni e di interessi comuni. Le persone partecipanti verranno accompagnate in un percorso di miglioramento del loro stile di vita a partire da una valutazione svolta da professionisti sul rischio a cui sono esposti in aree rilevanti per i loro rapporti sociali e per la loro salute, in particolare l'alimentazione, l'attività fisica, la stimolazione cognitiva e sensoriale. La base della sperimentazione è l'utilizzo di un sistema di applicazioni digitali a supporto di diversi terminali, fra i quali uno smartwatch, che consente un collegamento intelligente fra la persona anziana e le persone appartenenti alla sua comunità. Insieme a questo collegamento, la piattaforma consente di monitorare il miglioramento dello stile di vita nelle sue diverse componenti e soprattutto la capacità di conseguirlo in maniera continuativa, individuando un percorso di miglioramento continuo. La validazione dei risultati sarà basata su specifici indicatori di qualità della vita, su un'analisi costi/benefici e sull'effetto di riduzione della spesa per la produzione di servizi sociali e sanitari.

3. L'isolamento sociale

L'isolamento sociale è uno degli elementi bersaglio su cui il progetto E.CA.R.E. intende agire. Partiamo dunque dalla definizione di isolamento sociale come viene definita dall'università di Sheffield (Zavaleta et al., 2017): *“l'inadeguata qualità e quantità di relazioni sociali con altre persone su differenti livelli in cui hanno luogo le interazioni umane (individuali, di gruppo, di comunità e il più largo ambiente sociale)”*. In questo milestone andremo ad approfondire come il progetto E.CA.R.E. si proporrà di contrastare tale fenomeno, sia a livello di obiettivi, sia di azioni sia di modalità.

3.1. Indicatori per valutare l'isolamento sociale

La letteratura ci indica la presenza di un alto numero di indicatori utilizzati in letteratura, per quanto l'oggettiva misurazione sia molto difficile da ottenere. E' possibile però suddividere gli indicatori sull'isolamento sociale in due principali dimensioni: (a) esterna e (b) interna.

La prima, più connessa a dati empirici ed oggettiva, la seconda più basata sulla percezione dell'individuo.

| (a) External social isolation | (b) Internal social isolation |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Frequency of social contact • Social network support • Presence of a discussion partner • Reciprocity and volunteering | <ul style="list-style-type: none"> • Satisfaction with social relations • Need for relatedness • Feeling of belonging to own neighbourhood/village/community • Loneliness • Trust |

Tabella 1: Indicatori di isolamento sociale esterni ed interni (Zavaleta et al., 2017)

E' inoltre da sottolineare come l'isolamento sociale differisca dalla solitudine e dall'isolamento geografico.

La *solitudine*, è da intendersi invece come una percezione soggettiva dell'individuo. Per tal motivo, infatti, lo strumento "Personas profile" modificato per il progetto E.CA.R.E., indaga in maniera distinta la qualità e quantità di relazioni sociali e la rete sociale personale, dalla percezione di solitudine (edere All2_D3_1_Personas Profile).

Anche l'*isolamento geografico* è da considerare separatamente dall'isolamento sociale: vivere in un ambiente geograficamente isolato non dev'essere sinonimo di mancanza di interazioni sociali (Zavaleta et al., *ibidem*).

4. Contrastare l'isolamento sociale

Il progetto E.C.A.R.E. ha come obiettivo principe la lotta all'isolamento sociale. Per contrastare questo fenomeno e tradurlo in azioni concrete, il consorzio ha elaborato una serie di riflessioni e delle linee guida di cui i professionisti coinvolti nella realizzazione dei pilot potranno avvalersi.

4.1. Come coinvolgere il cittadino socialmente isolato

Partendo dal presupposto che per contrastare l'isolamento sociale non è sufficiente una sola azione, ma la risultante di tante forze insieme, che si avvalgono anche del prezioso contributo di vari stakeholders (Network S.R.O.I., 2012). Primo passo sarà dunque, per ogni territorio dove si andranno ad implementare i vari pilot, realizzare una *mappatura* della comunità. Tale mappatura, che verrà realizzata con la stessa modalità illustrata nel paragrafo seguente, permetterà di individuare, in ogni quartiere, frazione, o paesino, quali siano le risorse (stakeholders) presenti, e quali ulteriori risorse debbano o possano essere ricercate o contattate.

Inoltre, al di là di proporre al cittadino la variegata offerta del territorio dove caleremo i nostri interventi, occorre innanzitutto interrogarsi su:

Come vorremmo che si sentisse il cittadino coinvolto nel nostro progetto?

L'intervento si concretizza anche nella *relazione* che si andrà ad instaurare. Risulta pertanto importante andare ad esplicitare i bisogni della persona, e gli obiettivi da perseguire nella relazione che sarà coltivata. Le risposte alla domanda sopra menzionata rappresentano proprio gli obiettivi che ci si porrà, al fine di prestare maggior attenzione al processo (la relazione):

- **Accolta:** la rete dovrà essere in grado di far sentire accoglienza nei confronti della persona. Ciò implica il non estremizzare le categorizzazioni¹, lasciando spazio alla persona, permettendole di stupirci e mostrarsi per ciò che è
- **Rassicurata:** si lavorerà nell'ottica di far sentire la persona al sicuro, affinché arrivi rassicurazione, anche sotto forma di attenzione da parte di chi abita nello stesso quartiere o piccolo paese/frazione
- **Invogliato ed incuriosito:** occorrerà valorizzare quelli che sono i fattori di attrazione: il potersi prendere maggior cura della propria salute in modo autonomo, l'utilizzo di dispositivi tecnologici attuali e dalle grandi potenzialità, il far parte di un progetto europeo all'avanguardia, ecc.
- **Informata:** come già detto, una parte importante del nostro lavoro, consisterà nel rendere le informazioni, le proposte, i servizi, più vicine al cittadino, e dunque più fruibili; si tratta – più che di inventare - di valorizzare e far conoscere maggiormente ciò che già il territorio offre

¹ Più precisamente, si intende evitare il fenomeno dell'"etichettamento", per cui il comportamento di un individuo appare prevedibile sulla base del tipo di etichetta individuata (A. Salvini, 1998), senza lasciare spazio alla persona di mostrarsi nella sua complessità.

- *Valorizzato*: l'idea è che non solo la comunità, il quartiere di appartenenza, diventino risorsa e fattore protettivo per il cittadino, ma che tale processo sia bidirezionale, ovvero che anche il senior diventi risorsa per la sua comunità, valorizzando le sue capacità e potenzialità

- *Rispettato*: se la conoscenza accorcia le distanze e riduce gli stereotipi, che stanno alla base dell'ageism (Levy e Banaji, 2002), ciò dovrebbe comportare maggior vicinanza e rispetto verso i senior da parte della comunità; in primis il rispetto sarà un pilastro fondante del nostro intervento, inteso anche come rispetto dei suoi spazi, dei suoi limiti, delle sue volontà e resistenze.

4.2. Mappare le relazioni sociali del cittadino coinvolto

Per avere un'idea del lavoro da fare sui cittadini, risulta molto utile rappresentare graficamente la mappa delle sue relazioni sociali, in modo da avere una panoramica dei vari attori che gravitano attorno al cittadino e di ciò che fanno realmente o che potrebbero fare.

Grazie al colloquio conoscitivo ed intervista tramite il questionario "Quality of Life" (Allegato1 D3.1), si raccoglieranno le informazioni sulle persone di riferimento del cittadino e verranno riassunte, insieme al resto delle risposte nello strumento "Personas Profile" (Allegato2 D3.1).

Lo step successivo, che verrà svolto da un professionista insieme al volontario che ha conosciuto ed intervistato il cittadino, sarà di rappresentare graficamente la rete dei contatti di quest'ultimo.

A seguire possiamo osservare una rappresentazione grafica (mappatura) che rappresenta la rete di contatti di un cittadino generico. Tale mappa può essere realizzata per ogni singolo cittadino che prenderà parte al progetto – e quindi ad inizio progetto (t_0), e potrà essere confrontata poi con la mappa delle relazioni sociali del cittadino durante ed a termine del progetto (t_1, t_2, \dots).

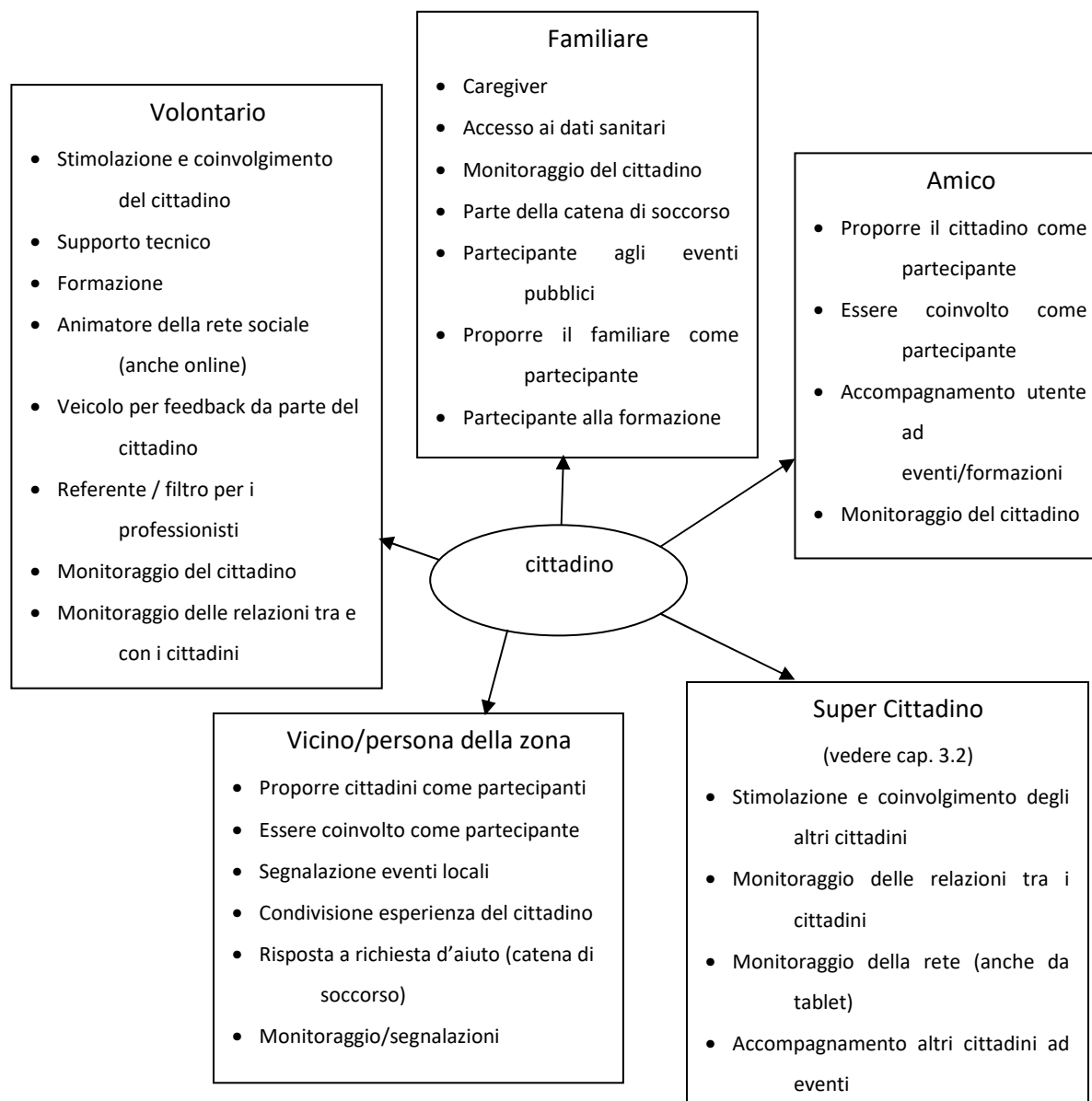


Tabella 2: Mappa delle relazioni sociali del cittadino

Tale mappa rappresenta lo strumento a partire dal quale si potranno definire degli obiettivi “ad personam” per ogni cittadino partecipante, ad opera dei professionisti e del volontario. La mappa, insieme agli obiettivi identificati, saranno co-costruiti e condivisi anche con il cittadino.

5. Animare la rete: le azioni di coinvolgimento del vicinato

Un presupposto condiviso è che per migliorare il complesso lavoro di animazione della rete e di coinvolgimento dei cittadini, fondamentale sarà la valorizzazione di quanto già esiste nei territori dei diversi pilot: dagli eventi, ai corsi, alle agevolazioni, ai luoghi di ritrovo. Valorizzare sarà dunque l'obiettivo primario, solo in seconda battuta si valuterà se proporre ai gruppi di cittadini, che saranno suddivisi per quartiere, iniziative nuove da creare, come ad esempio: feste, gite, cene, ecc., che rimarranno tuttavia sullo sfondo. In questo senso, è da ribadire ancora una volta l'importanza collaborazione con gli stakeholders, quali associazioni locali di tipo sportivo, artistico, culturale, ricreativo, ecc. ed allo stesso modo l'inclusione di nuovi piccoli stakeholders di quartiere o del paesino/frazione con cui collaborare.

5.1. La rete e le figure deputate ad animarla

I gruppi (reti) di cittadini che si formeranno, si ritiene dovranno avere una numerosità di n. 15 componenti al massimo (incluso il Super Cittadino, vedere par. 3.2). Saranno geograficamente localizzati in una piccola area, dal diametro di circa 5km, che potrà corrispondere a quella di un piccolo paese o frazione, oppure di un quartiere, al cui interno ci si può spostare a piedi. Una rete (gruppo di cittadini) hanno in comune gli stessi servizi: forno, edicola, farmacia, ufficio postale, chiesa, ecc. Per ogni rete ci saranno almeno:

- ✓ n.1 *community manager* di riferimento, ovvero un professionista che si farà carico di orchestrare, animare, monitorare e mantenere la rete. Il community manager sarà possibilmente anche il formatore del gruppo, che dal principio condurrà gli incontri con i cittadini appartenenti a quella specifica rete;
- ✓ n.2 *volontari* (o più) che opereranno in stretta collaborazione con il community manager. Il ruolo del volontario è descritto nel Milestone 4.1;
- ✓ n.1 *super cittadino*, la cui figura viene dettagliata nel paragrafo che segue;
- ✓ almeno n.5 *cittadini* (o più), ovvero gli end users del progetto, per ognuno dei quali si cercherà di individuare un ruolo ad hoc (Es: la signora che prepara le torte per la merenda, il cittadino che può ospitare pranzi o merende in giardino, il cittadino con la patente che può dare un passaggio ad altri, ecc...)

5.2. La figura del super cittadino

È stato stabilito che per migliorare il difficile lavoro di animazione della rete e di coinvolgimento dei cittadini socialmente isolati che parteciperanno al progetto, verrà data la possibilità ad alcuni cittadini, con maggiori capacità relazionali, e meglio inseriti nella società e nella rete del territorio, di partecipare al progetto, seppur meno "socialmente isolati".

Le ragioni per cui si coinvolgeranno dei cittadini con queste caratteristiche sono:

- i Super Cittadini potranno fungere da "traino", ovvero stimolare gli altri cittadini attraverso un coinvolgimento *peer to peer*, diventando degli *animatori interni* della rete;

- i Super Cittadini potranno fornire dei *feedback* sull'andamento della rete, su qualità e quantità di interazioni tra i partecipanti sia online (canale freddo), che reali (canale caldo), diventando degli *osservatori interni*; potranno avvisare professionisti e volontari;
- i Super Cittadini avranno maggior dimestichezza nell'uso dei dispositivi tecnologici, quindi potranno dare un supporto informale agli altri cittadini, nel caso di dubbi o piccole difficoltà nell'uso del tablet e dello smartwatch;
- I Super Cittadini potranno “essere una spalla” per i volontari, con i quali potranno collaborare.

5.3. I due canali di animazione della rete: freddo e caldo

I gruppi (reti) di cittadini che si formeranno, si ritiene dovranno avere una numerosità di n. 15 componenti. Sarebbe opportuno che i cittadini della stessa rete frequentassero il training insieme, così da poter instaurare spontaneamente legami amicali, già durante questi incontri. Sarà inoltre richiesto ad ogni cittadino di compilare un questionario sui propri interessi, hobby e passatempi. Sulla base del questionario saranno dati suggerimenti “ad personam” e stimolate interazioni “ad hoc” sul criterio della comunanza di interesse.

5.3.1. Il canale “freddo”

Per canale “freddo” o *cold social link*, intendiamo tutte le interazioni e comunicazioni che possono avvenire mediate dai dispositivi tecnologici del progetto E.C.A.R.E., in particolare il tablet e lo smartwatch. Segue ora un elenco di tutte le possibilità offerte dalla tecnologia in questione:

- ✓ Uso della chat (forum e bacheca)
- ✓ Divulgazione degli eventi (formali ed informali. Es: mostra, caffè dalla Sig.ra Maria...)
- ✓ Servizi (riguarda però i servizi già presenti nel territorio)
- ✓ Servizi per la cura della persona
- ✓ Proposta di attività fisica (video tutorial)
- ✓ Applicazioni: calendario e promemoria (alert)
- ✓ Videochiamata: a due e videoconferenza

5.3.2. Il canale “caldo”

Con canale “caldo” o *warm social link*, si intendono tutte quelle forme di comunicazione ed interazione tradizionali, ovvero face-to-face. All'interno del canale caldo vi è innanzitutto il training, come prima occasione conoscitiva e di socializzazione. Inoltre si prevedono le seguenti possibilità:

- ✓ Eventi, iniziative e corsi richiesti e proposti dagli stakeholders
- ✓ Attività ed eventi proposti dalle residenze (Es: presentazione di un libro, ciclo di conferenze...)
- ✓ Eventi nel quartiere e/o della città (Es: camminata solidale)
- ✓ Monitoraggio da parte del volontario e del super cittadino
- ✓ Proposta di trovarsi per un caffè / merenda/ pranzo... avanzata da un volontario/supercittadino
- ✓ Festeggiamenti di compleanni / onomastici / festività (Es: cena prima delle vacanze di Natale...)

Bibliografia

Levy, B. R., e Banaji, M. R. (2002). Implicit ageism. Ageism: Stereotyping and prejudice against older persons, 49-75.

Network, S. R. O. I. (2012). A guide to Social Return on Investment. *Written by Jeremy Nicholls, Eilis Lawlor, Eva Neitzert and Tim Goodspeed, and edited by Sally Cupitt, SROI Network, Liverpool, UK, www.sroi--uk.org.*

Salvini, A. (1998), Argomenti di psicologia clinica, Upsel Domeneghini Editore, Padova.

Zavaleta, D., Samuel, K. e Mills, C.T. (2017), Measures of Social Isolation. Social Indicators Research, 131 (1). pp. 367-391.

