

Pandemic fatigue

Rinviare e motivare le persone
per prevenire il COVID-19



Quadro strategico di supporto alla
prevenzione e alla gestione della pandemia

This translation was not created by the World Health Organization (WHO). WHO is not responsible for the content or accuracy of this translation. The original English edition shall be the binding and authentic edition: Pandemic fatigue – reinvigorating the public to prevent COVID-19. Policy framework for supporting pandemic prevention and management. Copenhagen, Denmark: WHO Regional Office for Europe; 2020. Licence: CC BY-NC-SA 3.0 IGO

TRADUZIONE (non ufficiale) A CURA DI CLAUDIA MERONI

ATS Milano Città Metropolitana - UOS Prevenzione Specifica

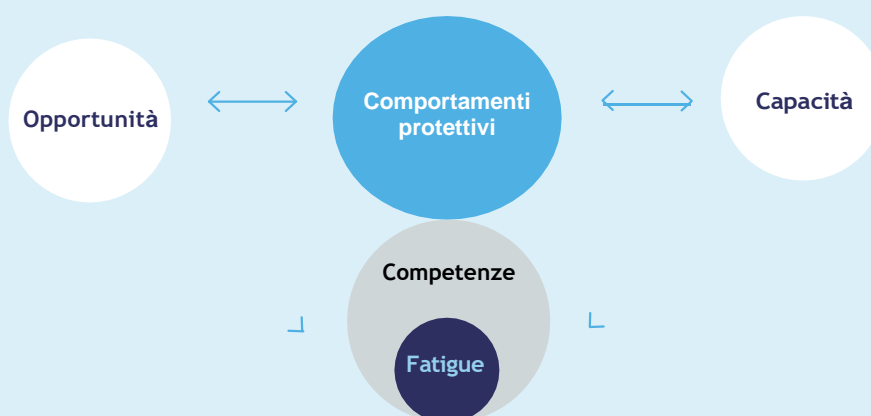
nell'ambito delle attività di supporto regionale alla DG Welfare - UO Prevenzione - Struttura Stili di vita per la prevenzione - Promozione della salute – Screening

Sintesi

Nonostante vi siano documentate azioni di supporto alle strategie per rispondere alla pandemia all'interno della Regione Europea dell'OMS, gli Stati Membri riferiscono crescenti segnali di "pandemic fatigue" nella popolazione. La pandemic fatigue, letteralmente affaticamento e stanchezza da pandemia, è definita come scoraggiamento e demotivazione nel seguire i comportamenti protettivi raccomandati, che emerge gradualmente nel tempo e riguarda varie emozioni, esperienze e percezioni.

Rispondendo a una richiesta di supporto in questo ambito da parte degli Stati Membri, questo documento fornisce un quadro di riferimento per progettare ed implementare a livello nazionale e locale delle strategie per mantenere e rinforzare il supporto della cittadinanza nella prevenzione al COVID-19.

La pandemic fatigue è una reazione prevedibile e naturale ad una crisi di salute pubblica prolungata, non ultimo a causa del fatto che la gravità e la portata della pandemia da COVID-19 hanno reso necessaria l'implementazione di misure invasive con un impatto senza precedenti sulla vita quotidiana di tutti, compresi coloro che non sono stati direttamente colpiti dal virus.



Queste indicazioni quadro sono finalizzate a supportare la prevenzione e la gestione della pandemia.

Data la natura complessa della pandemic fatigue, è necessario un piano d'azione multifattoriale. Le azioni devono essere basate sugli ostacoli e sui fattori motivazionali che le persone sperimentano, e devono essere implementate in modo integrato a tutti i livelli della società.

Le strategie per mantenere e rinforzare il supporto della cittadinanza devono essere guidate da considerazioni di sanità pubblica, sociali, culturali ed economiche, e devono fare in modo che nessuno venga lasciato indietro.

Proponiamo ai governi quattro strategie chiave per mantenere e rinforzare il supporto e l'aderenza del pubblico ai comportamenti protettivi.



Comprendere le persone.

Raccogliere ed utilizzare le evidenze per politiche, interventi e comunicazione mirati, su misura ed efficaci



Coinvolgere ed ingaggiare le persone come parte della soluzione.

Trovare modalità per coinvolgere i singoli e le comunità in modo significativo a tutti i livelli



Permettere alle persone di vivere la loro vita, ma riducendo i rischi.

Le restrizioni ad ampio raggio potrebbero non essere praticabili per tutti sul lungo termine



Riconoscere e occuparsi delle difficoltà che le persone vivono e

del forte impatto che la pandemia ha sulle loro vite

Per qualunque iniziativa, azione politica o comunicazione volta a sostenere e rinforzare il supporto pubblico per il mantenimento di comportamenti protettivi, proponiamo cinque principi trasversali.



Puntare alla massima correttezza e imparzialità possibile in tema di raccomandazioni e restrizioni



Essere più coerenti possibile nei messaggi e nelle azioni, e evitare misure in contraddizione l'una con l'altra



Mirare il più possibile alla prevedibilità anche se ci si trova in circostanze imprevedibili, ad esempio usando criteri oggettivi per le restrizioni e per i cambiamenti ad esse applicati



Essere trasparenti, spiegando le ragioni che stanno dietro le restrizioni, condividendo qualunque cambiamento venga ad esse applicato e riconoscendo i limiti della scienza e del governo



Coordinarsi per evitare messaggi contrastanti tra esperti e loro portavoce

Proponiamo la seguente breve lista di azioni concrete.



Pensare localmente. Mettersi in contatto con i gruppi della società civile e chieder loro di trovare modalità creative per motivare i loro membri ed i loro pari



Mettere a punto soluzioni sicure per le festività nazionali imminenti durante le quali le persone si riuniscono tra diverse generazioni e località geografiche. Coinvolgere nel dibattito sulle strategie per ridurre i rischi gli individui, i luoghi di lavoro, i sistemi di trasporto pubblico, il settore commerciale, le RSA e altre realtà. Fornire indicazioni chiare



Essere chiari, precisi e prevedibili. Usare infografiche semplici e assimilabili come modalità efficace di comunicare le restrizioni, i rischi e la relazione tra di esse



In qualunque luogo di lavoro, scuola, università centro giovanile o altro, parlare agli utenti. Chiedere loro in che modo vorrebbero implementare i comportamenti raccomandati. Chieder loro di che tipo di supporto hanno bisogno da parte vostra



Comprendere quali misure potrebbero essere insostenibili sul lungo termine. Correggere o compensare tali restrizioni attraverso altre misure (economiche, sociali, psicologiche), tenendo in considerazione il rischio epidemiologico



Condurre studi di popolazione quantitativi e qualitativi in modo sistematico. Prendere sul serio i risultati. Usarli per guidare l'azione



Sviluppare delle guide su come continuare a vivere pur riducendo i rischi. Trovare modi creativi per comunicare tali indicazioni ed evitare di modificarle continuamente



Fare in modo che i comportamenti raccomandati siano facili e poco costosi. Questo può implicare la fornitura di connessioni internet veloci ed economiche, mascherine ed igienizzanti gratuiti, aree per il lavaggio delle mani accessibili, spazi per l'interazione sociale, opportunità di telelavoro e molto altro



Adottare comunicazioni mirate per specifici gruppi che si sentono demotivati. Testare i messaggi e le immagini su campioni di popolazione prima di renderli pubblici



Fare appello alle persone anziché incolparle, spaventarle o minacciarle. Riconoscere il fatto che tutti stanno dando il loro contributo

Introduzione

Le indagini comportamentali confermano sistematicamente che la maggioranza delle persone generalmente appoggia le strategie nazionali di risposta al COVID-19, ha un buon livello di conoscenze e intende seguire i comportamenti raccomandati (1). Dopo oltre sei mesi di lockdown, restrizioni ed impatti significativi sulle nostre vite quotidiane, ciò è decisamente degno di nota.

Ciò nonostante, gli Stati Membri riferiscono anche segnali di “pandemic fatigue”, stanchezza e sfinimento a causa della pandemia, tra i loro cittadini. Possiamo considerare la pandemic fatigue come una reazione prevedibile e fisiologica alla natura prolungata di questa crisi, nonché ai disagi e alle difficoltà ad essa associati. Tuttavia, rappresenta una seria minaccia rispetto agli sforzi in atto per tenere sotto controllo la diffusione del virus. Finché non sarà disponibile un vaccino o delle terapie efficaci, il sostegno della popolazione e i comportamenti protettivi continueranno ad essere centrali per il contenimento del virus. Ciò che ogni nazione collettivamente è riuscita ad ottenere attraverso i lockdown e le altre misure, spesso pagando un alto prezzo in termini economici e sociali, deve essere salvaguardato.

Ad oggi, esistono poche esperienze che aiutino a capire quale sia il modo migliore per mantenere o ridare forza al supporto pubblico durante una crisi di salute globale che si protrae per mesi (potenzialmente per anni) e che colpisce ogni membro di ogni società in ogni paese.

Questo documento è stato redatto in risposta alla richiesta degli Stati Membri di avere linee guida per gestire la pandemic fatigue e rinvigorire il sostegno della cittadinanza rispetto ai comportamenti protettivi.

Fornisce agli Stati Membri una cornice di riferimento che li aiuta a pianificare e implementare le strategie in questo campo a livello sia nazionale, sia locale. Si basa sui risultati delle indagini comportamentali condotte nella Regione Europea, comprese quelle basate su uno specifico strumento messo a punto dall'OMS (2). Fa ricorso inoltre alla letteratura pre-COVID-19 in tema di sanità pubblica, crisi sanitarie, resilienza, fiducia, percezione del rischio, contesti culturali, comunicazione e tanto altro. Il documento è stato revisionato da una serie di rappresentanti degli Stati Membri e da esperti sul tema.

Questo quadro di riferimento è volto a supportare la gestione e la prevenzione della pandemia. Deve essere consultato congiuntamente ad altre risorse essenziali dell'OMS, tra le quali in particolare: *Risk communication and community engagement readiness and initial response for novel coronavirus: interim guidance* (3), e *Risk communication and community engagement strategy for COVID-19 template* (4), che supportano i paesi nel definire le loro strategie specifiche.

Questo documento contiene le seguenti sezioni.

- **Cos'è la “pandemic fatigue”?**
- **Piani d'azione nazionali**
 - Strategia chiave: Comprendere le persone
 - Strategia chiave: Ingaggiare e coinvolgere le persone come parte della soluzione
 - Strategia chiave: Permettere alle persone di vivere le loro vite, ma ridurre i rischi
 - Strategia chiave: Riconoscere le difficoltà che le persone vivono
 - Checklist: principi trasversali
- **10 azioni consigliate**

Cos'è la pandemic fatigue?

Per “pandemic fatigue” si intende, in questo documento, la mancanza di motivazione nel seguire i comportamenti protettivi raccomandati che emerge gradualmente nel tempo ed è influenzata da molteplici emozioni, esperienze e percezioni (5,6).

La pandemic fatigue che i diversi paesi segnalano si esprime attraverso un crescente numero di persone che non segue a sufficienza le raccomandazioni e le restrizioni, diminuendo il proprio sforzo nel tenersi informati sulla pandemia e con una ridotta percezione del rischio collegato al COVID-19.

Messaggi centrali riguardanti il lavaggio delle mani, l'uso delle mascherine e la pratica di una corretta igiene e del distanziamento fisico, mentre prima risultavano efficaci sembrano ora funzionare meno, e molti paesi hanno evidenziato il bisogno di rinforzare le strategie in atto.

Tale demotivazione è naturale e prevedibile arrivati a questo punto della crisi. All'inizio di una crisi, la maggior parte delle persone è in grado di attingere alle proprie capacità di intervento – una fonte di sistemi adattivi mentali e fisici a cui gli esseri umani ricorrono per sopravvivere nel breve termine in situazioni di stress acuto. Tuttavia, quando le circostanze emergenziali si trascinano per molto tempo, devono adottare delle strategie di coping differenti, che potrebbero esitare in demotivazione ed esaurimento (7,8).

La demotivazione fa parte di una complessa interazione tra molti fattori che influenzano i comportamenti protettivi. Questi sono collegati sia alla motivazione e alle capacità personali, sia alle opportunità offerte dall'ambiente culturale, sociale, strutturale e normativo (si veda Fig.1) (9). Ognuno di questi fattori può rappresentare un ostacolo e/o un fattore trainante dei comportamenti protettivi.

Molte delle componenti legate alla motivazione individuale hanno subito fortemente l'impatto della lunga durata della situazione pandemica. In primis, la minaccia percepita del virus può perdere forza dal momento che le persone si abituano nel tempo alla sua esistenza, nonostante i dati epidemiologici possano mostrare che il rischio sta in realtà aumentando.

Cosa intendiamo per pandemic fatigue?

- **Una reazione naturale e prevedibile ad un'avversità protratta ed irrisolta nella vita delle persone.**
- **Si manifesta come una crescente demotivazione nell'impegnarsi in comportamenti protettivi e nel ricercare informazioni legate al tema del COVID-19. Si manifesta inoltre con sentimenti di disinteresse, alienazione e disperazione.**
- **Evolve gradualmente nel tempo ed è influenzata da molteplici emozioni, esperienze e percezioni così come dall'ambiente culturale, sociale, strutturale e normativo.**

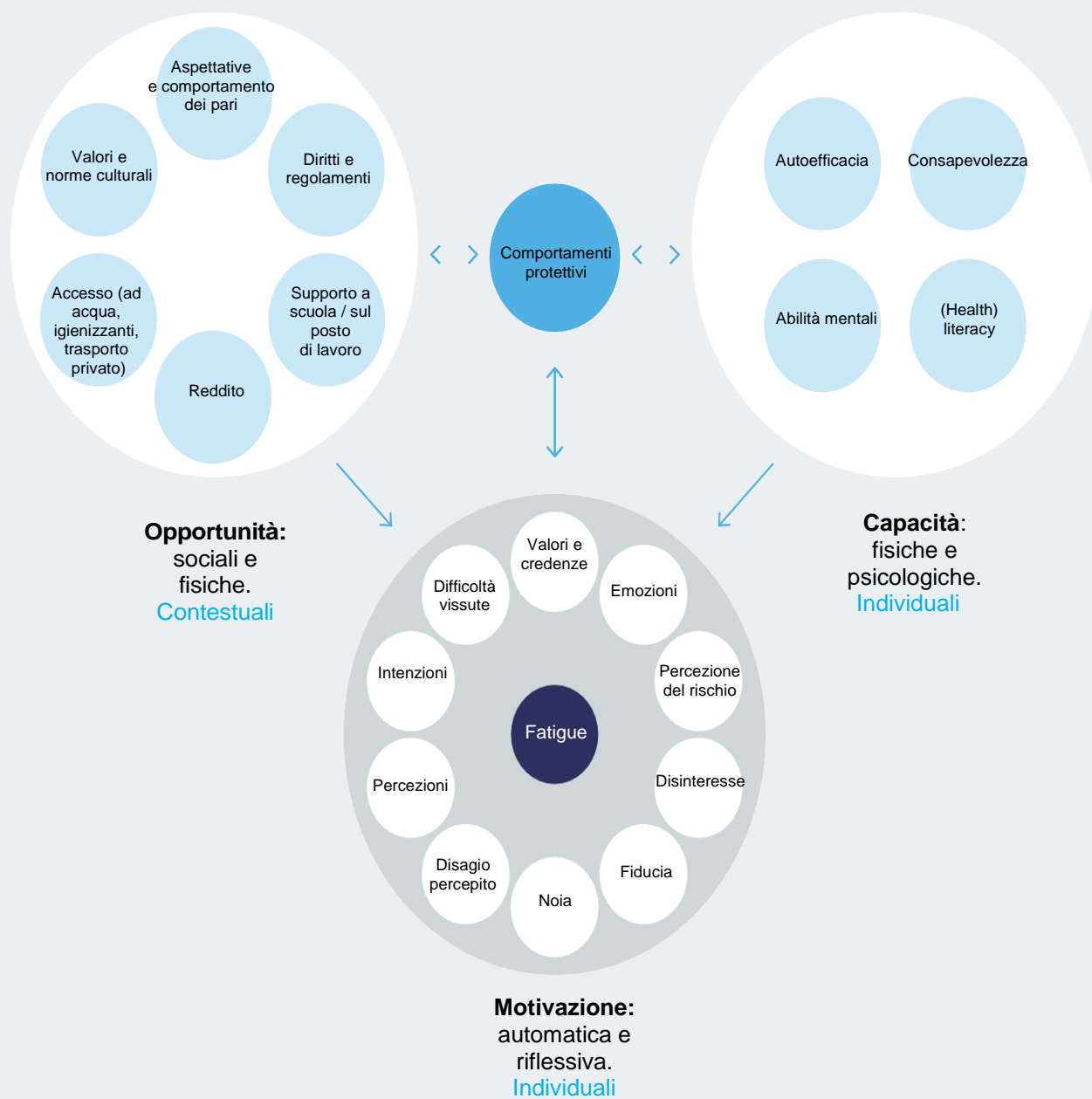
Allo stesso tempo, è verosimile che la percezione della perdita e della privazione che deriva dalle azioni di contrasto alla pandemia (lockdown, restrizioni) aumenti nel tempo, parallelamente al fatto che le persone fanno esperienza delle conseguenze personali, sociali e potenzialmente economiche a lungo termine delle restrizioni. Per alcune persone l'ago della bilancia potrebbe sportarsi, e i costi percepiti dovuti alle misure potrebbero cominciare ad avere un peso maggiore rispetto al rischio percepito connesso al virus.

In seconda analisi, potrebbe generarsi un forte desiderio interiore di autodeterminazione e libertà, dovuto al fatto che le restrizioni si protraggono per molto tempo, impongono disagi nella vita quotidiana o cambiano continuamente con modalità su cui le persone sentono di avere scarso controllo.

Terzo, anche le circostanze più drammatiche diventano normali se vissute per lunghi periodi. Le persone potrebbero abituarsi alla pandemia ed alle minacce che porta con sé, iniziando a mostrare disinteresse.

Tutti questi fattori sono parte della demotivazione e della pandemic fatigue affrontati da questo documento.

Fig. 1. L'interazione tra i fattori che influenzano i comportamenti protettivi rispetto al COVID-19



La Figura 1 fa riferimento al modello COM-B, un modello teorico ampiamente utilizzato per comprendere i fattori che influenzano i comportamenti (9). Propone tre fattori generali che devono essere presenti affinché un qualunque comportamento possa aver luogo: motivazione individuale (automatica e riflessiva), capacità individuali (fisiche e psicologiche) e opportunità contestuali (sociali e fisiche). Le sotto-componenti di ogni fattore possono fare da ostacoli e/o fattori trainanti di un dato comportamento.

Piani d'azione nazionali

Sia prima che durante la pandemia di COVID-19, sono state realizzate molte ricerche sulla stanchezza/fatica e su fattori quali la fiducia, la percezione del rischio, le norme sociali e culturali e le opportunità strutturali (10-16).

A partire da queste ricerche e dalla natura complessa della pandemic fatigue, proponiamo un piano d'azione multifattoriale.

In generale, suggeriamo di comprendere le persone facendo riferimento alle evidenze che emergono dai dati epidemiologici e dalle ricerche sulla popolazione. Più precisamente, raccomandiamo di concentrare l'attenzione sull'engagement, sulla riduzione del danno e sul riconoscimento delle difficoltà.

Proponiamo inoltre cinque principi trasversali applicabili a qualunque politica, intervento o comunicazione che miri a rinforzare il sostegno dei cittadini verso i comportamenti protettivi (si veda Fig. 2).

Le indagini svolte in vari paesi mostrano che la maggioranza delle persone ha un alto livello di conoscenze in tema di comportamenti di protezione

dal COVID-19 ed è in grado di trovare le informazioni di cui ha bisogno. Tuttavia le emozioni e i fattori contestuali possono avere un impatto più potente sui comportamenti di quello dovuto alle conoscenze (17); ciò significa che **una strategia che mira a fornire informazioni e indicazioni di sanità pubblica potrebbe non essere la più efficace se utilizzata singolarmente.**

Piuttosto, le strategie dovrebbero concentrarsi sia sulla comunicazione, sia sulle politiche e gli interventi. La loro pianificazione e implementazione deve essere sempre basata sulla situazione epidemiologica, sulla comprensione dei comportamenti e sulle considerazioni sociali, culturali ed economiche più appropriate per garantire che nessuno sia lasciato indietro.

Documenti di supporto

Come esplicitato in precedenza, questo documento deve essere consultato congiuntamente ad altre risorse essenziali dell'OMS, tra le quali in particolare: *Risk communication and community engagement readiness and initial response for novel coronavirus: interim guidance* (3), e *Risk communication and community engagement strategy for COVID-19 template* (4), che supportano i paesi nel definire le loro strategie specifiche.

Fig. 2. Quattro strategie e cinque principi trasversali



Strategia chiave: comprendere le persone



Contesto

La pandemic fatigue è l'esito dei vari ostacoli che le persone incontrano nei contesti culturali e nazionali, e che richiedono differenti modalità di comunicazione, supporto e diverse strutture.

Comprendere chi sta vivendo questo senso di demotivazione e gli ostacoli e le spinte che impattano sulla capacità o la volontà di accettare i comportamenti protettivi, permette a chi ha le responsabilità decisionali di segmentare e rendere il più mirate possibili le azioni rispetto ai bisogni dei soggetti. Gli ostacoli e i fattori trainanti (driver) possono essere ascritti a varie aree (si veda Fig. 1), e possono essere connessi alle capacità individuali, alla motivazione o all'ambiente sociale, culturale, strutturale o normativo. La considerazione attenta di questi elementi genera politiche, interventi e azioni di comunicazione di maggior successo, più efficaci e più efficienti dal punto di vista economico.

Per la comunicazione in particolare, la regola aurea in questa fase della pandemia deve essere qualità piuttosto che quantità. Bisogna indirizzare ai gruppi chiave della popolazione una comunicazione mirata, di alta qualità e basata sulle evidenze. Oggi come oggi molte persone hanno livelli di conoscenza alti, in particolare per quanto concerne le misure protettive (1). Al tempo stesso, la cosiddetta "infodemia da COVID-19" ha generato una quantità enorme di informazioni e di dubbi su quali siano le fonti più attendibili (17). Per queste ragioni può ritenersi valida la regola del "less is more", meno è meglio.

Considerazioni strategiche

- **Identificare i gruppi di popolazione prioritari** – quelli che mostrano segni di demotivazione e quelli in cui il ritmo di diffusione del contagio è in crescita. Usare le indagini di popolazione e i dati delle sorveglianze.
- **Comprendere cosa li motiva**; capire gli ostacoli che incontrano. Usare gli studi di popolazione qualitativi e quantitativi, il monitoraggio dei media e i feedback dai numeri di emergenza.
- **Usare ciò che si apprende**. Usare queste conoscenze per identificare bisogni e percezioni emergenti. Usarle per guidare le politiche, la comunicazione e gli altri interventi sulla pandemia. Le conoscenze e le analisi comportamentali sono utili solamente se guidano concretamente le azioni.
- **Testare nuove iniziative**, messaggi e azioni comunicative sulle persone da cui si spera di ottenere dei cambiamenti nel comportamento. Usare focus group (online) e altri approcci di ricerca.
- **Comunicare i bisogni, le priorità e le lacune informative del governo** alla comunità scientifica per fare in modo che l'agenda di ricerca sia pertinente e tempestiva.

Esempi da cui trarre ispirazione



Francia

Documentare le esperienze personali con metodi creativi ed innovativi

I ricercatori del Ministero della Salute francese hanno approfondito l'esperienza delle persone in fatto di pandemia e di restrizioni ad essa connesse attraverso un questionario settimanale, ed hanno chiesto loro di documentare la loro vita attraverso dei compiti creativi, ad esempio filmando sé stessi mentre si lavavano le mani. Lo studio si è chiuso con interviste conclusive a tutti i partecipanti. In particolare il tasso di ritenzione dello studio, che è durato 16 settimane e ha avuto più di 60 partecipanti, è stato considerevolmente elevato. L'uso di metodi qualitativi e di approcci creativi permette di fare nuove scoperte che possono fornire informazioni di grande valore per guidare le politiche (18).

Germania

Coinvolgere nelle discussioni sulle restrizioni esperti in tema di salute del mondo umanistico

Le discussioni sulle restrizioni dovute alla pandemia ovviamente coinvolgono virologi e specialisti della medicina. In Germania tuttavia, sono state ingaggiate altre voci per aiutare a dare peso anche agli aspetti etici, culturali e comportamentali parallelamente alla salvaguardia della salute pubblica – si tratta di aspetti critici per il mantenimento del supporto pubblico e per prevenire il calo della motivazione. Il Governo Federale ha consultato filosofi, storici della scienza, teologi, esperti di pedagogia e giuristi, che hanno fornito spunti rilevanti, ad esempio in tema di progressi educativi nei bambini di famiglie svantaggiate, di legittimità delle restrizioni alla libertà e di equilibrio tra azione coercitiva dello stato e supporto pubblico e norme morali (19).

Romania

Usare le indagini sui comportamenti per guidare la strategia di riapertura delle scuole

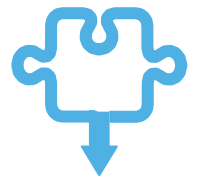
La riapertura delle scuole dopo il lockdown ha sollevato sfide politiche importanti per le autorità della Regione Europea. Il fatto di non essere in grado di garantire un'offerta formativa in un ambiente sicuro potrebbe portare velocemente a sfiducia e demotivazione da parte dei cittadini. Il Governo della Romania ha usato i risultati emersi da un'indagine sui comportamenti realizzata nel paese per costruire la strategia di riapertura delle scuole. Lo studio ha confermato elevati livelli di sostegno rispetto alla decisione di riaprire le scuole sia per i ragazzi più grandi che per i più piccoli. Tali studi possono aiutare i governi nell'identificare gli sviluppi nel tempo, le nuove questioni emergenti, e gli effetti positivi e negativi di restrizioni, messaggi e azioni.

Ucraina

Personalizzare i messaggi di salute per raggiungere determinati gruppi

Le indagini sul comportamento realizzate in Ucraina hanno mostrato come gli uomini con bassa scolarizzazione siano il gruppo con minore aderenza alle misure e ridotta percezione dei rischi legati al COVID-19. Sono stati dunque testati attraverso dei focus group nuovi messaggi e illustrazioni sul COVID-19, con la finalità di personalizzare la comunicazione per raggiungere questo gruppo critico. Adattare i messaggi di salute in modo mirato per specifici gruppi di popolazione può rinforzarne l'impatto e la rilevanza. I focus group possono essere utilizzati anche per ravvivare e rinfrescare i messaggi di salute, questione rilevante dal momento che un'esposizione prolungata ai messaggi li rende meno efficaci nel tempo.

Strategia chiave: ingaggiare le persone come parte della soluzione



Contesto

Gli esseri umani hanno il bisogno innato di sentire di avere il controllo delle proprie vite, e quando quest'autonomia è minacciata, si perde facilmente la motivazione (20). Pertanto, rinforzare il supporto dei cittadini richiede di coinvolgerli ed ingaggiarli come parte della soluzione (21,22).

Il coinvolgimento delle persone può dare, più di ogni altra cosa, la sensazione che i comportamenti raccomandati non siano una sorta di resa alle autorità o un sintomo di disperazione, quanto piuttosto parte di qualcosa di positivo, speranzoso e (per quanto possibile) divertente (16,23). Tale ingaggio può avvenire in forme differenti, a livello nazionale, comunitario e individuale.

La promozione dell'auto-efficacia e dei comportamenti positivi della maggioranza può essere un fondamento delle strategie e della comunicazione nazionali. Piuttosto che concentrarsi su coloro che non seguono i comportamenti corretti, può essere più funzionale evidenziare la moltitudine di persone che li rispetta, così come le norme positive e i guadagni in termini di salute pubblica che si ottengono attraverso l'impegno collettivo.

Ascoltare le persone, comprendere i loro bisogni e pianificare politiche che rispondano a quei bisogni e riflettano il senso di identità personale dei soggetti, sono tutte modalità che promuovono sentimenti di engagement. Anche le storie sono potenti strumenti per motivare: le ricerche mostrano che le persone sono più propense a seguire comportamenti e azioni se le informazioni vengono narrate in un modo per loro significativo (24).

Per alcune comunità e gruppi di popolazione specifici, l'ingaggio di voci autorevoli nel rendere l'adozione di comportamenti protettivi una norma sociale, è utile per accrescere il supporto (25-27).

Durante la crisi di Ebola, l'ingaggio del settore religioso-spirituale e di membri autorevoli della comunità è stato visto come un punto di svolta nella risposta all'epidemia (28,29). Anche l'esperienza della pandemia da COVID-19 ci mostra che le risorse, le norme e i valori culturali della comunità rappresentano una risorsa di vitale importanza per costruire e mantenere gli sforzi preventivi (16).

A livello individuale, le persone possono essere ingaggiate su base locale all'interno dei luoghi di lavoro, delle scuole, dei gruppi sportivi e in altri contesti.



Considerazioni strategiche

- **Passare ad altri il testimone.** Valutare quali gruppi e persone di riferimento della società civile potrebbero essere ingaggiati per dar loro ruoli di leadership finalizzati a rendere possibili e promuovere i comportamenti protettivi: considerare organizzazioni giovanili nazionali, enti che si occupano di housing a livello locale e nazionale, leader religiosi, gruppi sportivi e organizzazioni scoutistiche, e organizzazioni aziendali o comunitarie.
- **Imparare dalla società civile** e ingaggiarla attivamente nello sviluppo di scenari e piani relativi a eventuali prossimi lockdown locali/nazionali.
- **Chiedere ai soggetti della società civile** di trovare modalità creative per motivare i loro membri e i loro pari. Chieder loro di quale supporto hanno bisogno da parte vostra. Ingaggiare dei volontari. Coinvolgerli nella progettazione e nell'implementazione di politiche, interventi e messaggi sul COVID-19. Tutti possono avere un ruolo attivo.
- **In ogni luogo di lavoro, scuola, università, centro giovanile, ecc.,** chiedere agli utenti confronti su come vorrebbero implementare i comportamenti raccomandati. Da queste discussioni possono emergere ostacoli, disagi e percezioni distorte che possono essere gestite pur mantenendo in vigore le restrizioni.
- **Usare i “patti di collaborazione”.** Incoraggiare le iniziative locali per coinvolgere le persone nel definire obiettivi e impegnarsi a seguire determinati comportamenti.
- **Ingaggiare voci autorevoli e fidate nel creare messaggi di salute,** e dare evidenza pubblica a chi ha contrastato positivamente il COVID-19 o chi si è impegnato in prima linea in iniziative di volontariato per aiutare gli altri.
- **Mettere al centro dei messaggi il rinforzo dell'auto-efficacia,** spostando la prospettiva da “la pandemia controlla i nostri comportamenti” a “noi controlliamo la pandemia con i nostri comportamenti”. Sottolineare gli enormi guadagni in termini di salute pubblica raggiunti attraverso lo sforzo collettivo.
- **Provare sia a informare, sia a dare ispirazione.** Utilizzare a proprio favore il potere delle storie e di coloro che sanno raccontarle bene. Trovare soluzioni creative o nuove opportunità per reiterare messaggi che sappiano ingaggiare le persone. Lavorare con scrittori professionisti, giornalisti, artisti e altri narratori per creare narrazioni basate sulle intuizioni e le informazioni raccolte lavorando con le comunità.

Esempi da cui trarre ispirazione



Danimarca

Co-creare soluzioni: @hvemdelerduspytmed [con chi condividi la saliva]

La Danish Lung Association ha co-creato, insieme al suo gruppo target di giovani, una campagna che li invitava a partecipare ad un concorso di idee su come trascorrere del tempo insieme in modo sicuro durante la pandemia. Il coinvolgimento attivo dei gruppi target nello sviluppo e nella realizzazione di attività di engagement fa sì che queste attività siano su misura e intercettino al meglio i punti di vista e le esperienze delle persone che mirano a raggiungere (31).

Stati Uniti d'America

Condividere patti e contratti di collaborazione attraverso i movimenti della società civile

In Florida due fratelli hanno lanciato la campagna "Promise to Humanity" con un unico obiettivo: ingaggiare persone affinché firmassero dei contratti in cui si impegnano a seguire tutte le linee guida nel tentativo di rallentare la diffusione del virus. Dopo aver sottoscritto l'impegno online, i follower possono nominare altre tre persone affinché facciano lo stesso. È noto che questo tipo di contratti influenza i comportamenti delle persone e fa sì che il loro impegno per la causa sia mantenuto più a lungo (32).

Turchia

Coinvolgere le persone nel riflettere sul loro ambiente

Il Country Office dell'OMS in Turchia ha realizzato dei sondaggi su Twitter con domande come "Cosa stai facendo per proteggere la tua salute?".

Queste tipologie di attività di engagement a basso costo possono stimolare le persone a pensare criticamente ai loro stessi comportamenti ed ambienti sociali, ed al contempo agiscono come promemoria della situazione pandemica in corso.

Africa Occidentale

Collaborare e stringere partnership con voci autorevoli e rispettate

Durante l'epidemia di Ebola, i leader spirituali cristiani e musulmani hanno utilizzato dei passaggi tratti dai testi religiosi per mostrare come i rituali di sepoltura fossero comunque accettabili seppur modificati. Nei casi in cui i rituali religiosi sono toccati dalle restrizioni dovute al COVID-19 infatti, ingaggiare i leader religiosi può aiutare ad aumentare l'accettazione delle cerimonie adattate alla situazione. I leader della comunità godono spesso di molta fiducia e hanno un'elevata comprensione delle norme e dei valori della comunità, e ciò può essere un grande valore aggiunto per i decisori che devono definire le politiche (33).

Norvegia

Ingaggiare il personale nel pianificare la riapertura delle scuole materne

In Norvegia, la strategia di riapertura delle scuole materne e degli asili nido presentava un certo grado di flessibilità. In questo modo, le comunità e le singole scuole materne hanno potuto rendere operative le restrizioni e le misure di protezione con modalità su misura per il loro contesto. In alcune zone il personale delle scuole materne si è riunito per discutere e concordare collettivamente delle soluzioni locali sostenibili in ottemperanza ai requisiti nazionali. Questo approccio, riconoscendo che le persone sono esperte del loro stesso ambiente, dimostra l'importanza di rendere possibile la presa di decisioni, la titolarità e l'autonomia locali nella pianificazione nazionale (30).

Strategia chiave: permettere alle persone di vivere le loro vite ma di ridurre i rischi



Contesto

La demotivazione di alcune persone è in parte una reazione dovuta alla lunga durata della pandemia. Mentre le prime strategie hanno potuto ricorrere a interventi su vasta scala quali i lockdown nazionali, le strategie più a lungo termine hanno bisogno di andare oltre lo stato di emergenza e di permettere alle persone di tornare a qualcosa che somigli alla vita normale.

Pensare in termini di riduzione del danno può essere un passo avanti. Quando sono stati adottati per affrontare problemi quali l'abuso di alcol e le infezioni sessualmente trasmissibili come l'HIV, gli approcci di riduzione del danno si sono mostrati efficaci nel ridurre la morbilità e la mortalità (34). Pur essendo questa pandemia qualcosa di molto diverso, tali approcci possono comunque tornare utili per coloro che hanno difficoltà a convivere con le restrizioni.

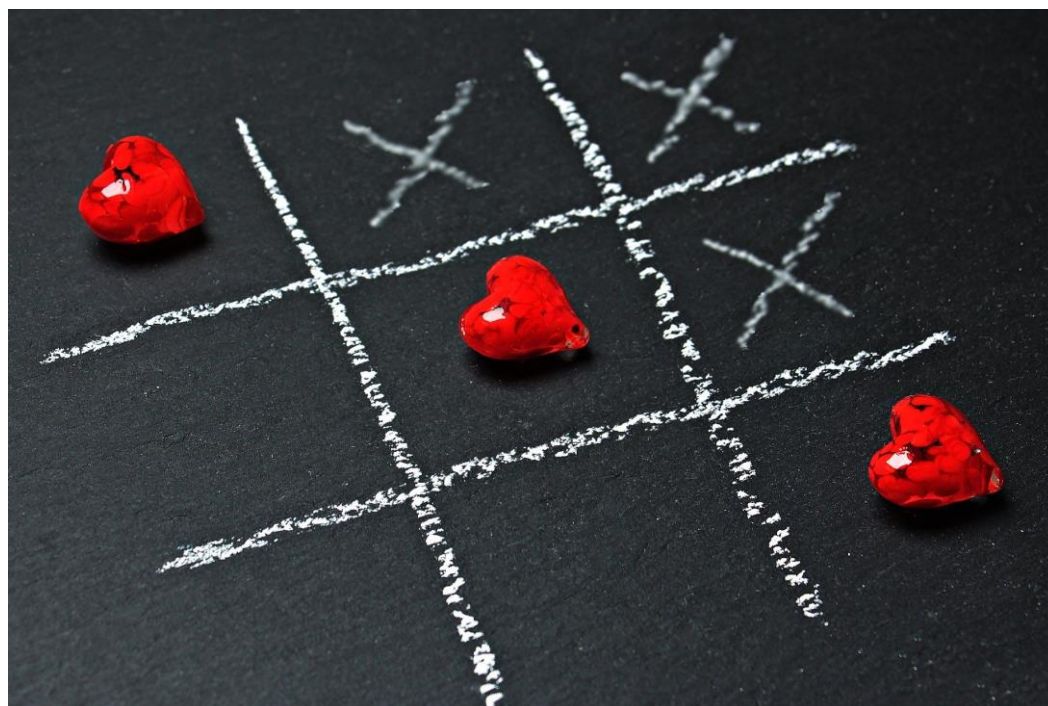
Un approccio di riduzione del danno riconosce che interrompere totalmente determinati comportamenti potrebbe essere difficile, ma che è possibile ridurre i danni ad essi associati. Tenendo presente ciò, un approccio di riduzione del danno incoraggia uno spettro di comportamenti accettabili (35). Quando sono messe di fronte a scenari tutto-o-niente e con standard che possono intimidirle, è più probabile che le persone rinuncino facilmente e ricadano in comportamenti a rischio. Nel contesto della pandemia di COVID-19 ciò potrebbe, ad esempio, prendere la forma di qualcuno che fa una grande festa perché la totale carenza di socialità è arrivata al punto di essere insostenibile. Dunque, sebbene la socializzazione in piccoli gruppi potrebbe non essere la cosa ideale al 100%, è sicuramente preferibile a ad un'esplosione reattiva di assembramenti di massa.

Questo approccio può essere applicato anche a livello nazionale. Gli Stati Membri che hanno di recente messo in atto nuove restrizioni per gestire il riemergere di casi, hanno agito in gran parte applicando misure locali, mirate, limitate nel tempo e rischio effettivo, anziché implementando restrizioni estese e su vasta scala. Questo approccio mirato può ridurre la diffusione del COVID-19 ed il suo impatto sulla società e sull'economia, pur permettendo il proseguimento di una vita relativamente normale.



Considerazioni strategiche

- **Aiutare la cittadinanza a distinguere** tra attività ad alto e a basso rischio, e garantire la presenza di meccanismi di supporto per le azioni a basso rischio nei casi in cui un'astinenza di lunga durata non sia una possibilità.
- **Sviluppare indicazioni su come continuare a vivere** mentre si cerca di ridurre il rischio di trasmissione. Le linee guida possono offrire delle opzioni per cene di gruppo in sicurezza, appuntamenti di gioco per i bambini, interazioni lavorative, appuntamenti, funerali, matrimoni, viaggi, ecc. Pensare a modi creativi per comunicare queste possibilità. Attenersi alle raccomandazioni piuttosto che modificarle continuamente.
- **Cominciare a prepararsi per le festività di fine anno**, e pensare in anticipo ad altre celebrazioni su larga scala che avranno luogo nel corso dell'anno. Ad esempio, come possono essere ingaggiati gli individui, le aziende, il trasporto pubblico, il settore del commercio al dettaglio e le RSA, al fine di ridurre il rischio che portano con sé questi eventi in cui le persone si incontrano trasversalmente alle generazioni ed ai luoghi geografici? Chiedere il loro contributo e sviluppare le linee guida di cui hanno bisogno. Fornire raccomandazioni chiare.
- **Valutare se tutti gli eventi culturali** devono essere cancellati o se invece possono essere realizzati con modalità sicure, ad esempio combinando momenti online e momenti in presenza che prevedono meccanismi che garantiscono gli standard di sicurezza. Intraprendere un dialogo con gli organizzatori e trovare soluzioni creative con loro.
- **Stimolare gli individui e la comunità** ad individuare delle strategie di riduzione del danno che siano adeguate ai loro bisogni.
- **Spostare l'asse del discorso** dal "non fare" al "fare in modo diverso".
- **Evitare i giudizi e le colpevolizzazioni** connesse ai comportamenti a rischio, poiché possono contribuire alla vergogna ed all'alienazione anziché ingaggiare e motivare.



Esempi da cui trarre ispirazione



Paesi Bassi

Quando l'astinenza non è un'opzione: "il compagno di coccole"

Le autorità olandesi, riconoscendo che le persone hanno bisogno di contatto fisico anche durante una crisi, hanno pubblicato una guida per le persone single in cerca di intimità durante la pandemia. Hanno suggerito loro di trovare solo un "compagno di coccole" piuttosto che avere relazioni intime con numerosi partner. Guide simili sono state pubblicate in diversi paesi. Supportare le persone nel trovare un equilibrio tra attività ad alto e a basso rischio, piuttosto che dare raccomandazioni tutto-oriente, può aiutare a prevenire la demotivazione (38).

Danimarca

Un nuovo format per gli eventi culturali

Il festival annuale Copenhagen Pride consiste solitamente in un evento pubblico su larga scala fatto di parate vivaci e colorate nelle strade accompagnate da momenti di festa diffusi. Quest'anno, anziché cancellare l'evento, gli organizzatori hanno modificato radicalmente il format al fine di includere attività principalmente online pur mantenendo delle attività in presenza. L'ingaggio di un'ampia gamma di stakeholder e delle autorità di sanità pubblica ha permesso la realizzazione di un evento in sicurezza ed il proseguimento di una celebrazione annuale importante per molte persone. Strategie e linee guida per la riduzione del danno di questo genere possono essere adattate per altri rituali o festività di rilevanza sociale e culturale. Avendo un obiettivo specifico in mente (quale ad esempio incontrare le persone amate) e coinvolgendo le persone nello stabilire le regole, ci sono buone possibilità di mantenere alta la motivazione (36).

Israele

Interazioni sociali sicure: il cinema galleggiante

In Israele, una società locale ha aperto un cinema galleggiante in cui le persone possono noleggiare una barca sul lago e godersi un film rispettando il distanziamento fisico. Incoraggiare e supportare le start-up e le società locali che provano a pensare in modo creativo e a fare le cose in modo diverso è fondamentale per garantire l'esistenza di spazi sociali e di opportunità ricreative, che sono elementi chiave per contrastare la pandemic fatigue (37).

Stati Uniti d'America

Mantenere un monitoraggio attraverso un "bilancio dei contatti"

Un epidemiologo americano ha suggerito un semplice metodo per la riduzione del danno nella vita quotidiana: l'uso di un "bilancio dei contatti". Nello stesso modo in cui un bilancio casalingo permette di avere il quadro generale di come viene speso il denaro e di dove è possibile risparmiare, un bilancio dei contatti permette alle persone di tenere traccia della propria esposizione al virus. Accettando che un certo livello di rischio è inevitabile, metodi e strumenti come questo possono aiutare le persone a esaminare consapevolmente e criticamente le loro stesse abitudini e a fare delle scelte per minimizzare i rischi (39).

Strategia chiave:

Riconoscere le difficoltà che le persone vivono



Contesto

Le limitazioni dovute alla pandemia hanno imposto sia difficoltà, sia disagi alla vita quotidiana, e chiunque ha vissuto qualche tipo di perdita: di reddito o di un lavoro, in termini di progresso formativo, di tempo con gli amici e la famiglia, di impegno nell'attività sportiva, o di possibilità di partecipare a cerimonie importanti quali matrimoni, diplomi, funerali e molto altro². È noto che la pandemia e le sue restrizioni hanno portato a stress, solitudine e noia, ed hanno avuto un impatto negativo sul benessere e la salute mentale di molte persone (1,40,41). È inoltre dimostrato che coloro che vivevano già in situazioni svantaggiate hanno subito un impatto ancor più negativo (42-45).

Le indagini mostrano che la percezione della perdita legata alle restrizioni può essere persino più alta della perdita percepita in relazione al virus stesso.

Dalle indagini sul comportamento spesso emerge, ad esempio, che poche persone hanno una percezione del rischio elevata rispetto al virus in sé, mentre invece più persone riportano stress causato dalle preoccupazioni legate alla risposta alla pandemia, quali la perdita del lavoro o del proprio reddito (1).

2 Le perdite più grandi sono quelle legate a patologia grave o morte causate dal COVID-19. Sono necessarie linee guida aggiuntive per fornire supporto a coloro che hanno vissuto la malattia o perso i propri cari.

Viste le circostanze, chiedere alla popolazione il suo supporto continuativo non è certo cosa da poco. Se questa difficoltà non è ben compresa, riconosciuta e gestita da coloro che chiedono supporto alla popolazione, può certamente accadere che le persone perdano la loro motivazione e che, conseguentemente, iniziative, politiche e comunicazioni in tema di COVID-19 non abbiano successo.

La fatigue derivante dalle avversità esperite può essere affrontata lavorando sulla resilienza e alleviando, dove e quando possibile, le difficoltà, attraverso interventi di sostegno finanziario, sociale, culturale e psicologico fornito dal governo e dalla società civile.

Considerazioni strategiche

- **Individuare ed affrontare gli ostacoli** e le avversità che le persone devono affrontare, e capire quali misure potrebbero essere di difficile mantenimento sulla lunga distanza (ad esempio, l'isolamento che genera perdita di lavoro o di reddito).
- **Rendere meno onerose le nuove abitudini comportamentali protettive.** In termini di denaro: come far sì che i comportamenti protettivi siano più economici possibile? E in termini di impegno: come possiamo rendere meno faticosi possibile per le persone i comportamenti raccomandati?
- **In tutte le comunicazioni, riconoscere le difficoltà e le paure che persone devono affrontare, ad esempio in termini di solitudine o di perdita di reddito.** Empatia, speranza e comprensione al di sopra di punizioni, vergogna e colpevolizzazione.
- **Valutare come possono essere corrette le restrizioni più difficili da rispettare,** tenendo comunque in considerazione il rischio epidemiologico.
- **Valutare come le restrizioni più difficili da rispettare** possono essere compensate da altre misure per alleviare l'impatto negativo. Ciò può prendere la forma di piani di supporto finanziario o di supporto sociale, psicologico e per la salute mentale (ad esempio servizi gratuiti online).
- **Creare opportunità grazie alle quali le persone** possano occupare il loro tempo in modo produttivo se isolate o disoccupate a causa della pandemia, ad esempio attraverso programmi di formazione o di impiego, sovvenzioni all'occupazione o incentivi alle start-up. Aiutarle a strutturare meglio la vita quotidiana e ad impegnarsi in attività che abbiano effetti positivi, quali lo stare all'aperto, fare esercizio e godersi attività di socializzazione sicure.
- **Evitare la dicotomia economia versus salute.** Le difficoltà economiche personali possono generare demotivazione, pertanto le misure di risposta alla pandemia dovrebbero contenere sforzi per aiutare l'economia e le aziende ad andare avanti.



Esempi da cui trarre ispirazione

Norvegia

Riconoscere le difficoltà dei giovani per motivarli

Il Ministro della Salute norvegese ha tenuto un discorso nel quale ha voluto riconoscere le difficoltà esperite dai giovani e li ha ringraziati per il loro contributo alla società. La Norvegia ha inoltre voluto consultare i giovani in tema di soluzioni sicure per le cerimonie di diploma e di avvio dell'anno accademico. La scelta sembra essere stata ripagata: le indagini sulla popolazione in Norvegia mostrano che i giovani rispettano le restrizioni per il COVID-19 più di quanto facciano le persone sopra i 50 anni, al contrario di quanto accade in molti altri paesi. Anche quando le difficoltà non possono essere alleviate concretamente, la comprensione e l'empatia sono potenti fattori motivazionali al fine di mantenere il supporto dei cittadini (48,49).

Federazione Russa

Contrastare le barriere strutturali

Il contrasto alle barriere strutturali è un prerequisito per qualunque cambiamento comportamentale di lunga durata. Nella Federazione Russa sono state implementate molte misure che vanno in tale direzione. Sono state erogate delle somme forfettarie alle famiglie con bambini, e le famiglie con bambini dai 3 ai 7 anni vulnerabili dal punto di vista finanziario hanno diritto a un sussidio mensile. I cittadini che hanno perso il lavoro possono fare domanda per questo sussidio nel 2020 a prescindere dalla loro situazione finanziaria. A Mosca, le persone anziane sono state aiutate a impegnarsi in iniziative di attività fisica svolte all'aria aperta in sicurezza.



Spagna

Rimuovere le barriere strutturali attraverso sistemi di previdenza sociale specifici

Molti paesi hanno messo a disposizione aiuti sociali ed economici per le persone più colpite dalle restrizioni. La Spagna ha varato uno schema nazionale per il "Reddito Minimo Vitale". Il programma aiuterà 850000 nuclei famigliari attraverso sussidi mensili fino a 1015€. Tra i requisiti per averne diritto non vi sono la disoccupazione o la mancanza di un reddito, cosa che permette alle persone di continuare ad avere qualche forma di occupazione. In questo modo, le persone possono soddisfare i propri bisogni primari pur continuando a cercare di migliorare la propria situazione attraverso degli impieghi o dei corsi di formazione professionale (46).

Francia

Incentivare risposte tempestive alle sfide emergenti

Come è accaduto in altri paesi, anche in Francia le indagini comportamentali hanno dimostrato che la salute mentale della popolazione è stata gravemente colpita dal lockdown. Per far fronte a tale situazione, le autorità sanitarie hanno implementato molto rapidamente una gamma di misure per promuovere una buona salute mentale tra i cittadini. Ciò è stato fatto in stretta collaborazione con dei professionisti della salute e con il settore del volontariato. Tra le iniziative messe in campo vi sono un numero d'emergenza telefonico nazionale e linee informative e per l'invio di persone che stanno vivendo difficoltà psicologiche (41).

Bulgaria

Prevenire la violenza domestica durante la pandemia

In risposta alle crescenti segnalazioni di violenza domestica verificatesi dall'inizio della pandemia, il Governo della Bulgaria ha adottato un programma nazionale per prevenire la violenza e proteggere donne e bambini. Esso mira a mantenere i servizi esistenti e ad offrire aiuto a chi ne ha bisogno. Programmi di questo genere sono stati introdotti in molti paesi e possono aiutare ad attenuare alcune delle conseguenze sociali negative della pandemia (47).

Checklist:

Principi trasversali

Le quattro strategie chiave per rinvigorire il sostegno ai comportamenti protettivi da parte dei cittadini devono essere attuate sulla base della situazione epidemiologica e di considerazioni sociali ed economiche volte a garantire che nessuno sia lasciato indietro. Per supportare questo processo, proponiamo cinque principi trasversali definiti a partire dalle evidenze relative a fattori quali la fiducia, la percezione del rischio, le norme sociali e culturali e le opportunità strutturali. Questi principi devono essere impiegati trasversalmente alle politiche, agli interventi ed alla comunicazione, e possono essere utilizzati come una checklist.

Spingono i decisori e gli amministratori a chiedersi:

Le persone vedranno queste azioni come adeguatamente trasparenti, giuste, coerenti, coordinate e prevedibili?



Trasparenza

Conoscere il rationale delle decisioni aumenta la motivazione a seguirle (50). Bisogna essere trasparenti nel condividere **le ragioni che stanno alla base di raccomandazioni e restrizioni**. Riconoscere i **limiti della scienza e del governo** nel prevedere gli sviluppi di questa pandemia e le restrizioni che si renderanno necessarie in fasi successive, condividere l'incertezza e assumersi le responsabilità delle decisioni che devono essere prese senza avere tutti gli elementi necessari. Fare promesse che non possono essere mantenute o mostrare reticenza nel condividere le ragioni delle azioni lascia spazio a percezioni errate, dicerie o addirittura teorie complottiste. **Chiarezza e semplicità sono la chiave**: se i messaggi non sono abbastanza chiari e semplici da comprendere e tradurre in azione generano incertezza e sfiducia.



Correttezza ed imparzialità

Per avere fiducia nelle autorità, le persone devono avere la percezione che tutte le opinioni rilevanti siano state incluse (10,11) e che le decisioni siano state prese secondo **criteri oggettivi**, e non arbitrariamente o sulla base degli interessi di alcuni gruppi. Mirare alla massima correttezza nel dare raccomandazioni e imporre restrizioni. Tutti hanno vissuto le conseguenze della pandemia, e se vengono soddisfatti i bisogni solo di alcuni, questo verrà percepito dagli altri come ingiusto. Un altro aspetto centrale è creare le condizioni strutturali per l'equità in tema di salute, che implica comunicare chiaramente il **bisogno di equità**, ad esempio ristorando o alleviando le restrizioni in modo specifico per coloro che stanno soffrendo di più.



Coerenza

È quasi impossibile garantire la coerenza in una situazione in continuo mutamento. Ciò nonostante, si può mirare alla massima coerenza possibile assicurandosi che i rischi comunicati attraverso messaggi e restrizioni siano sempre in linea con il rischio epidemiologico corrente, e che le **azioni dei leader siano coerenti** con ciò che viene raccomandato ai cittadini. Le autorità devono inoltre **evitare risposte discordanti e prive di logica**, quali quelle che attenuano le restrizioni in un settore (per esempio, aumentando il numero di spettatori che può prendere parte a un evento sportivo) mentre contemporaneamente le irrigidiscono in un altro (ad esempio, imponendo nuove restrizioni ai ristoranti), senza fornire motivazioni e spiegazioni chiare. La coerenza può essere ottenuta anche attraverso l'**uso regolare di termini e dati specifici**, quali il tasso di contagio, il tasso di fatalità e il tasso di nuovi contagiati.



Coordinamento

Il coordinamento degli stakeholder genera fiducia (51). Mantenere le relazioni con gli stakeholder, mirare all'unità e **evitare messaggi contrastanti** da parte di esperti, portavoce, rappresentanti del governo e professionisti sanitari. Tutti hanno diritto ad avere la propria opinione da esperto; tuttavia, tutti devono anche essere coscienti del fatto che condividere nel dibattito pubblico i primissimi risultati delle ricerche o le proprie percezioni personali sui rischi può influenzare la fiducia negli esperti in generale, in particolare se tali risultati e percezioni non sono in linea con quelle di altri esperti.



Prevedibilità

La possibilità di fare previsioni è un bisogno psicologico di base che previene lo stress e il sovraccarico mentale. Questa pandemia però, è tutto tranne che prevedibile. Ciò nonostante, i paesi possono cercare qualche forma di prevedibilità stabilendo dei **criteri epidemiologici oggettivi che guidino le restrizioni** (e relativi irrigidimenti o attenuazioni), ad esempio in tema di viaggi, raduni, istituzioni scolastiche e luoghi di lavoro. I paesi possono inoltre comunicare chiaramente **le tempistiche e le sequenze temporali delle restrizioni**, così che le persone sappiano cosa aspettarsi.

Esempi da cui trarre ispirazione

Norvegia

Rendere trasparenti i processi decisionali

La Norvegia ha mantenuto un alto livello di trasparenza nelle decisioni e nel ruolo delle organizzazioni di esperti. Il razionale delle decisioni è stato comunicato chiaramente al pubblico, anche nei casi in cui le decisioni originavano dalle raccomandazioni fatte dai comitati di esperti al Governo (55).

Kazakhstan

Mostrare empatia

Riconoscendo le significative perdite vissute dalle persone durante la pandemia, l'Ufficio Nazionale dell'OMS in Kazakhstan in occasione della giornata nazionale per il ricordo delle vittime del COVID-19 si è rivolto alla nazione attraverso i social media per ricordare la perdita di molti lavoratori del settore sanitario. Dare spazio al lutto e mostrare empatia per l'impatto considerevole che la pandemia ha avuto sulle persone è più importante oggi che mai, dato che ci si aspetta l'emergere degli esiti dei traumi subiti (52).



Irlanda

Adattare ai diversi target messaggi facili da comprendere

Molti paesi hanno cercato di dimostrare la relazione tra livelli di rischio e differenti comportamenti attraverso tabelle ed infografiche semplici ed immediate (53). L'Irlanda ha preparato un compendio dal quale vengono selezionate e utilizzate individualmente per specifici target delle infografiche mirate (si veda <https://assets.gov.ie/87604/405b1065-055a-4ca8-9513-390ce5298b10.pdf>) (54).

Germania

Leader che dimostrano con i fatti quello che chiedono

In molti paesi i leader hanno cercato di essere d'esempio, auto-isolandosi, indossando mascherine e cancellando eventi o cerimonie personali. Quando in Germania è stata ritenuta necessaria la quarantena, la Cancelliera Angela Merkel si è auto-isolata dal 22 marzo al 2 aprile dopo essere risultata positiva al virus. Ha registrato un podcast sulla sua esperienza di quarantena ed ha condiviso il senso di solitudine provato in quel periodo.

Lettonia

Scegliere di essere aperti e onesti su ciò che non si conosce

In Lettonia è stata concordata come principio politico fondamentale una strategia basata sull'onestà. Alla comparsa del COVID-19, le autorità hanno cominciato a effettuare conferenze stampa giornaliere in cui rispondevano ad ogni singola domanda. Nei casi in cui non avevano risposta, lo hanno ammesso promettendo che avrebbero fornito maggiori informazioni non appena possibile. Per costruire e mantenere la fiducia è essenziale mostrare onestà e trasparenza.

10 Azioni consigliate

Proponiamo ai decisori che desiderano suggerimenti di azioni concrete il seguente elenco. Tutte le azioni suggerite fanno riferimento alle strategie ed ai principi descritti in precedenza.

1

Pensate localmente. Fate appello ai gruppi della società civile e chiedete loro di trovare modalità creative per motivare i loro membri e i loro pari. Chiedete loro di quale supporto necessitano da parte vostra. Ingaggiate volontari. Le organizzazioni giovanili, le associazioni di housing, i leader religiosi, i gruppi sportivi, le associazioni scoutistiche e le organizzazioni aziendali e comunitarie possono giocare un ruolo attivo.

2

In ogni luogo di lavoro, scuola, università, centro giovanile, ecc., chiedete agli utenti confronti su come vorrebbero implementare i comportamenti raccomandati. Da queste discussioni possono emergere ostacoli, disagi e percezioni distorte che possono essere gestite pur mantenendo in vigore le restrizioni.

3

Sviluppate linee guida su come continuare a vivere mentre si cerca di ridurre il rischio di trasmissione. Ad esempio, potete offrire indicazioni per effettuare in modo più sicuro cene di gruppo, appuntamenti di gioco per i bambini, interazioni lavorative, appuntamenti, funerali, matrimoni e viaggi. Trovate modi creativi per comunicare queste possibilità. Attenetevi alle raccomandazioni piuttosto che modificarle continuamente.

4

Cominciate a prepararvi in anticipo per le prossime festività nazionali durante le quali le persone si incontrano attraversando generazioni e luoghi geografici. Ingaggiate gli individui, le aziende, il trasporto pubblico, il settore del commercio al dettaglio, le RSA, e altre entità nel dibattito su come ridurre i rischi nei periodi precedenti a questi eventi. Chiedete il loro contributo e sviluppate le linee guida di cui hanno bisogno. Fornite raccomandazioni chiare (56-58).

5

Cercate di capire quali misure potrebbero essere insostenibili sul lungo termine, ad esempio lunghi periodi di isolamento che generano perdita di impiego o di reddito. Correggete o compensate tali restrizioni attraverso altre misure (economiche, sociali, psicologiche), tenendo in considerazione il rischio epidemiologico.

6

Fate in modo che i comportamenti raccomandati siano facili e poco costosi. Questo può implicare la fornitura di connessioni internet veloci ed economiche, mascherine ed igienizzanti gratuiti, aree per il lavaggio delle mani accessibili, spazi per l'interazione sociale, opportunità di telelavoro e molto altro.

7

Fate appello alle persone anziché incolparle, spaventarle o minacciarle. Riconoscete che tutti stanno dando il loro contributo.

8

Siate chiari, precisi e prevedibili. Usate infografiche semplici e assimilabili come modalità efficace di comunicare le restrizioni, i rischi epidemiologici e la relazione tra i due.

9

Realizzate studi di popolazione quantitativi e qualitativi in modo sistematico. Prendete sul serio i risultati. Usateli per guidare l'azione.

10

Adottate comunicazioni mirate per specifici gruppi che si sentono demotivati. Testate i messaggi e le immagini su campioni di popolazione prima di renderli pubblici.

1. Behavioural insights surveys related to COVID-19. Copenhagen: WHO Regional Office for Europe; 2020. Unpublished data.
2. Survey tool and guidance: behavioural insights on COVID-19, 29 July 2020. Copenhagen: WHO Regional Office for Europe; 2020 (www.euro.who.int/en/coronavirus-bi, accessed 26 September 2020, accessed 26 September 2020).
3. Risk communication and community engagement readiness and initial response for novel coronaviruses (nCoV): interim guidance. January 2020. Copenhagen: WHO Regional Office for Europe; 2020 (<https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/330377/WHO-2019-nCoV-RCCE-v2020.1-eng.pdf>), accessed 26 September 2020).
4. Risk communication and community engagement strategy for COVID-19 template. Copenhagen: WHO Regional Office for Europe; 2020.
5. Morrison M, Parton K, Hine DW. Increasing belief but issue fatigue: changes in Australian Household Climate Change Segments between 2011 and 2016. *PLoS ONE*. 2018;13(6):e0197988. doi:10.1371/journal.pone.0197988.
6. Masten AS, Motti-Stefandi F. Multisystem resilience for children and youth in disaster: reflections in the context of COVID-19. *Advers Resil Sci*. 2020;1–12. doi:10.1007/s42844-020-00010-w.
7. Masten AS, Cicchetti D. Resilience in development: progress and transformation. In: Cicchetti D, editor. *Developmental psychopathology*. Volume 4. Risk, resilience, and intervention. 3rd edition. Hoboken: Wiley; 2016:271–333. doi:10.1002/9781119125556.devpsy406.
8. Habersaat KB, Betsch C, Danchin M, Sunstein CR, Böhm R, Falk A et al. Ten considerations for effectively managing the COVID-19 transition. *Nature Hum Behav*. 2020;4:677–87. doi:10.1038/s41562-020-0906-x.
9. Michie S, Watkins L, West R. *The Behaviour Change Wheel. A guide to designing interventions*. London: Silverback; 2014.
10. Renn O. Risk communication: insights and requirements for designing successful communication programs on health and environmental hazards. In: Heath RL, O’Hair HD, editors. *Handbook of risk and crisis communication*. New York: Routledge; 2008:81–99.
11. Abraham T. Lessons from the pandemic: the need for new tools for risk and outbreak communication. *Emerg Health Threats*. 2011;4:7160. doi:10.3402/ehjt.v4i0.7160.
12. Seeger MW. Best practices in crisis communication: an expert panel process. *J Appl Commun Res*. 2006;34(3):232–44.
13. Coombs WT, Hollady SJ. Helping crisis managers protect reputational assets: initial tests of the situational crisis communication theory. *Manage Commun Q*. 2002;16(2):165–86. doi:10.1177/089331802237233.
14. Jang WM, Kim U-N, Jang DH, et al. Influence of trust on two different risk perceptions as an affective and cognitive dimension during Middle East respiratory syndrome coronavirus (MERS-CoV) outbreak in South Korea: serial cross-sectional surveys. *BMJ Open*. 2020;10:e033026. doi:10.1136/bmjopen-2019-033026.
15. Slovic P, Peters E. Risk perception and affect. *Curr Dir Psychol Sci*. 2006;15(6):322–5. doi:10.1111/j.1467-8721.2006.00461.x.
16. Dutta MJ, Elers C, Jayan P. Culture-centered processes of community organizing in COVID-19 response: notes from Kerala and Aotearoa New Zealand. *Front Commun*. 2020;5:62. doi:10.3389/fcomm.2020.00062.
17. Zarocostas J. How to fight an infodemic. *Lancet*. 2020;395:676. doi:10.1016/S0140-6736(20)30461-X.
18. COVID-19 : étude ViQuoP "Vie quotidienne et prévention dans 60 foyers français à l’heure du coronavirus" [COVID-19: ViQuoP study "Daily life and prevention in 60 French homes in the time of coronavirus"]. Paris: Santé Publique France; 2020 (<https://www.santepubliquefrance.fr/etudes-et-enquetes/covid-19-etude-viquop-vie-quotidienne-et-prevention-dans-60-foyers-francais-a-l-heure-du-coronavirus>, accessed 26 September 2020) (in French).
19. Matthews D. German humanities scholars enlisted to end coronavirus lockdown. London: Times Higher Education; 2020 (<https://www.timeshighereducation.com/news/german-humanities-scholars-enlisted-end-coronavirus-lockdown>, accessed 26 September 2020).
20. Tworek H, Beacock I, Ojo E. Democratic health communications during Covid-19: a rapid response. Vancouver: UBC Centre for the Study of Democratic Institutions; 2020 (<https://democracy.arts.ubc.ca/2020/09/14/covid-19/>, accessed 26 September 2020).
21. Toppenberg-Pejcic D, Noyes J, Allen T, Alexander K, Vanderford M, Gamhewage G. Emergency risk communication: lessons learned from a rapid review of recent gray literature on Ebola, Zika, and Yellow Fever. *Health Communication*. 2018;34:437–55.
22. Communicating risk in public health emergencies: a WHO guideline for emergency risk communication (ERC) policy and practice. Geneva: WHO; 2017 (<https://www.who.int/publications/item/communicating-risk-in-public-health-emergencies>, accessed 26 September 2020).
23. Nabi RL, Myrick JG. Uplifting fear appeals: considering the role of hope in fear-based persuasive messages. *Health Commun*. 2019;34(4):463–74. doi:10.1080/10410236.2017.1422847.
24. Jones MD, Anderson Crow D. How can we use the ‘science of stories’ to produce persuasive scientific stories? *Palgrave Commun*. 2017;3:53. doi:10.1057/s41599-017-0047-7.
25. Van Bavel JJ, Baicker K, Boggio PS, Capraro V, Cichocka A, Crockett MJ et al. Using social and behavioural science to support COVID-19 pandemic response. *Nature Hum Behav*. 2020;4:460–71. doi:10.1038/s41562-020-0884-z.
26. Burchell K, Rettie R, Patel K. Marketing social norms: social marketing and the ‘social norm approach’. *J Consumer Behav*. 2013;12:1–9. doi:10.1002/cb.1395.
27. Andrews JL, Foulkes L, Blakemore SJ. Peer influence in adolescence: public-health implications for COVID-19. *Trends Cog Sci*. 2020;24(8):585–7. doi:10.1016/j.tics.2020.05.001.
28. Balibuno B, Mbuna Badjonga E, Mollett H. Lessons not learnt? Faith leaders and faith-based organisations in the DRC Ebola response. London: Humanitarian Practice Network; 2020 (<https://odihpn.org/magazine/lessons-not-learnt-faith-leaders-and-faith-based-organisations-in-the-drc-ebola-response/>, accessed 24 September 2020).

29. Featherstone A. Keeping the faith: the role of faith leaders in the Ebola response. London/ Teddington/Birmingham: Christian Aid, Catholic Agency for Overseas Development, Tearfund, Islamic Relief Worldwide; 2015 (https://www.researchgate.net/publication/340249127_Keeping_the_Faith_The_Role_of_Faith_Leaders_in_the_Ebola_response, accessed 26 September 2020).
30. The COVID-19 epidemic: guide to infection control for kindergartens. 3rd edition. Oslo: Norwegian Directorate of Health; 2020 (https://www.helsedirektoratet.no/english/corona/guide-to-infection-control-for-kindergartens/Guide%20to%20infection%20control%20for%20kindergartens.pdf/_/attachment/inline/9b0edde7-3a2e-4a9e-b678-331cf873746d:bb935acb179e43bef7b7915b6072318d1bc19ed7/Guide%20to%20infection%20control%20for%20kindergartens.pdf, accessed 26 September 2020).
31. Kampagne målrettet unge: Hvem deler du spytt med? [Campaign targeted at young people: Who do you share saliva with?] Aarhus: Danish Lung Association; 2020 (<https://www.lunge.dk/corona/sektion-kampagne-maalrettet-unge-hvem-deler-du-spytt-med>, accessed 26 September 2020) (in Danish).
32. Promise to Humanity [website]. Parkland: Promise to Humanity; 2020 (<https://www.promisetohumanity.com/>, accessed 26 September 2020).
33. #Faith-in-action guidance documents. New York: Faith and positive change for children, families and communities; 2020 (<https://www.fait4positivechange.org/guidance-documents>, accessed 26 September 2020).
34. Harm reduction: an approach to reducing risky health behaviours in adolescents. *Paediatr Child Health*. 2008;13(1):53–60. doi:10.1093/pch/13.1.53.
35. Kutscher E, Greene RE. A harm-reduction approach to coronavirus disease 2019 (COVID-19) – safer socializing. *JAMA Health Forum*. 2020 (<https://jamanetwork.com/channels/health-forum/fullarticle/2766837>, accessed 26 September 2020).
36. Copenhagen Pride Week to go ahead despite crisis. Copenhagen: CPH Post; 2020 (<http://cphpost.dk/?p=117318>, accessed 26 September 2020).
37. Israel opens floating cinema for coronavirus- safe viewing. Toronto: Reuters; 2020 (<https://www.reuters.com/article/us-health-coronavirus-israel-floating-ci-idUSKBN25G2AR>, accessed 26 September 2020).
38. Guidelines on coronavirus and sexuality. Bilthoven: National Institute for Public Health and the Environment; 2020 (<https://www.loketgezondleven.nl/advies-ondersteuning/coronavirus/seksualiteit>, accessed 26 September 2020).
39. Reduce your risk of coronavirus exposure with a 'contact budget'. New York: Lifehacker; 2020 (<https://vitals.lifehacker.com/reduce-your-risk-of-coronavirus-exposure-with-a-contact-1843703692>, accessed 26 September 2020).
40. Fancourt D. Covid-19 social study 2020. London: University College London; 2020 (<https://www.covidsocialstudy.org/results>, accessed 26 September 2020).
41. Enguerrand du Roscoät. Mental health of the French population during the COVID-19 pandemic: results of the CoviPrev survey. Brussels: EuroHealthNet; 2020 (<http://eurohealthnet-magazine.eu/mental-health-of-the-french-population-during-the-covid-19-pandemic-results-of-the-coviprev-survey/>, accessed 26 September 2020).
42. The social impact of COVID-19. New York: United Nations; 2020 (<https://www.un.org/development/desa/dspd/2020/04/social-impact-of-covid-19/>, accessed 26 September 2020).
43. Yancy CW. COVID-19 and African Americans. *JAMA*. 2020;323(19):1891–2. doi:10.1001/jama.2020.6548.
44. Shared responsibility, global solidarity: responding to the socio-economic impacts of COVID-19. New York: United Nations; 2020 (<https://unsdg.un.org/sites/default/files/2020-03/SG-Report-Socio-Economic-Impact-of-Covid19.pdf>, accessed 26 September 2020).
45. Policy brief: a disability-inclusive response to COVID-19. New York: United Nations; 2020 (<https://unsdg.un.org/sites/default/files/2020-05/Policy-Brief-A-Disability-Inclusive-Response-to-COVID-19.pdf>, accessed 26 September 2020).
46. Spain launches minimum income scheme for its most vulnerable families. Lyon: Euronews; 2020 (<https://www.euronews.com/2020/06/26/spain-launches-minimum-income-scheme-for-its-most-vulnerable-families>, accessed 26 September 2020).
47. Bulgaria launches new national programme amid pandemic on violence against women and children. Copenhagen: WHO Regional Office for Europe; 2020 (<https://www.euro.who.int/en/countries/bulgaria/news2/news/2020/5/bulgaria-launches-new-national-programme-amid-pandemic-on-violence-against-women-and-children>, accessed 26 September 2020).
48. Norwegian Minister of Health and Care Services Bent Høie. To our youth [speech delivered on 27 April 2020]. Oslo: Government of Norway; 2020 (<https://www.regjeringen.no/en/aktuelt/to-our-youth/id2700424/>, accessed 26 September 2020).
49. Norwegian Prime Minister Erna Solberg. PM statement at a press conference for children [speech delivered on 15 April 2020]. Oslo: Government of Norway; 2020 (<https://www.regjeringen.no/en/aktuelt/pms-statement-at-press-conference-for-children/id2697589/>, accessed 26 September 2020).
50. Chalofsky N, Krishna V. Meaningfulness, commitment, and engagement: the intersection of a deeper level of intrinsic motivation. *Adv Dev Hum Resour*. 2009;11:189–203. doi:10.1177/1523422309333147.
51. Salvi C, Frost M, Couillard C, Enderlein U, Nitzan D. Emergency risk communication – early lessons learned during the pilot phase of a five- step capacity-building package. *Public Health Panor*. 2018;4:51–7 (https://www.euro.who.int/data/assets/pdf_file/0009/364869/php-4-1-1207-emergency-risk-eng.pdf, accessed 26 September 2020).
52. 2020 жылғы 13 шілде – Қазақстанда COVID-19 құрбандарын еске алатын қаралы күн [13 July 2020 is a day of mourning for the victims of COVID-19 in Kazakhstan]. Astana: WHO Country Office in Kazakhstan; 2020 (<https://www.facebook.com/103348944576161/videos/700783503802964>, accessed 26 September 2020) (in Kazakh).

53. Fig. 3. Risk of SARS-CoV-2 transmission from asymptomatic people in different settings and for different occupation times, venting, and crowding levels (ignoring variation in susceptibility and viral shedding rates). In: Jones NR, Qureshi ZU, Temple RJ, Larwood JPJ, Greenhalgh T, Bourouiba L. Two metres or one: what is the evidence for physical distancing in Covid-19? *BMJ*. 2020;370:m3223. doi:10.1136/bmj.m3223 (<https://www.bmj.com/content/bmj/370/bmj.m3223/F3.large.jpg>).
54. National framework for living with COVID-19 [infographic]. Dublin: Government of Ireland; 2020 (<https://assets.gov.ie/87604/405b1065-055a-4ca8-9513-390ce5298b10.pdf>, accessed 26 September 2020).
55. Norwegian Institute of Public Health. Risikovurdering av covid-19 epidemien i Norge. Oslo: Norwegian Institute of Public Health; 2020 (<https://www.fhi.no/contentassets/c9e459cd7cc24991810a0d28d7803bd0/vedlegg/covid-19-epidemien---notat-om-risiko-og-respons-11.9.2020.pdf>, accessed 30 September 2020).
56. World Health Organization. (2020). WHO Mass Gathering COVID-19 Risk Assessment Tool – Generic Events, version 2. World Health Organization. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/333185>. License: CC BY-NC-SA 3.0 IGO
57. World Health Organization. (2020). Key planning recommendations for mass gatherings in the context of COVID-19: interim guidance, 29 May 2020. World Health Organization. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/332235>. License: CC BY-NC-SA 3.0 IGO
58. World Health Organization. (2020). Considerations for mass gatherings in the context of COVID-19: annex: considerations in adjusting public health and social measures in the context of COVID-19, 14 May 2020. World Health Organization. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/332079>. License: CC BY-NC-SA 3.0 IGO