

Health promotion responses to the COVID-19 pandemic

WEBINAR 22-06-2020 h. 18.00

UNESCO Chair e WHO Collaborating Center Global Health & Education

Prof. Stephan Van den Broucke

Vice-Dean of the Catholic University of Leuven and Vice-President for Scientific Affairs of the International Union for Health Promotion and Education (IUHPE)

Tema 1: COSA PUÒ FARE LA PROMOZIONE DELLA SALUTE PER CONTRIBUIRE ALLA GESTIONE DELLA PANDEMIA?

Non c'è bisogno di spiegare la situazione senza precedenti che stiamo vivendo e l'impatto delle misure applicate, ma si può dire che sia uno degli esperimenti comportamentali più grossi mai sperimentati dall'umanità.

Non è solo un problema per epidemiologi, infermieri e medici. La promozione della salute ha un ruolo più importante che mai prima, principalmente in termini di cambiamenti comportamentali.

- Cambiamento comportamentale per cittadini e operatori sanitari
- Riconquistare il controllo sulla salute o la percezione di controllo sulla salute degli individui è uno dei bisogni principali cui la promozione della salute deve provare a rispondere

Le autorità sanitarie hanno agito dando informazioni, avvertimenti e restrizioni per spingere a rispettare le misure preventive che richiedono cambiamenti comportamentali. Questa modalità non sempre è efficace perché non tutti fanno quanto richiesto solo su prescrizione. La prima reazione che nasce spontanea è affermare che le persone che non si adeguano sono irresponsabili ed incoscienti: si tratta di una reazione comprensibile ma non è corretta, perché la sola imposizione e la mera informazione non rappresentano un modello funzionale ad ottenere quanto desiderato. È importante che le persone si sentano coinvolte direttamente, che credano che la minaccia riguardi realmente loro, oppure che percepiscano che possono avere conseguenze dirette anziché credere che il problema sia lontano e riguardi altri perché magari non fanno parte di fasce ritenute a rischio. Devono sentirsi toccate direttamente e devono sentirsi capaci di mettere in atto le azioni preventive. Altrimenti questa è una delle cause per cui non applicano le misure, non solo perché sono egoisti o stupidi.

Esiste un altro problema, in qualche modo opposto a quello appena descritto, e cioè che si faccia troppo, esagerando con interventi e messaggi: se le persone sono troppo spaventate non cambieranno per forza il loro comportamento, piuttosto cambieranno i loro pensieri cercando di negare la situazione o di dirsi che non è così grave, applicando strategie difensive di evitamento e resistenze ad informarsi. Anche in questo modo non si ottiene l'effetto sperato di aderenza alle misure e responsabilizzazione.

Un altro problema è il mantenimento dei cambiamenti comportamentali, una volta che questi sono ottenuti. È necessario che questi comportamenti siano mantenuti anche quando subentra la tendenza a rilassarsi. I soli avvertimenti, appelli e restrizioni legali sul lungo termine difficilmente continuano a funzionare.

È necessario stabilire **norme sociali**, non solo imposizioni. È inoltre importante **modificare il contesto** per facilitare (ad esempio in logica di nudging) i comportamenti protettivi. Già sta avvenendo almeno in parte in alcuni contesti, ad esempio coi segnali grafici sui pavimenti che aiutano a mantenere le distanze. Terza cosa importante è incoraggiare il **formarsi di abitudini**, perché una volta formata l'abitudine è più facile mantenere il comportamento (così come l'abitudine a volte è una resistenza al cambiamento, una volta ottenuto il cambiamento l'abitudine lo consolida).

Bisogna lavorare sia sui singoli sia sulle organizzazioni. È importante lavorare sulle conoscenze delle comunità locali (empowerment di comunità). Serve sia per maggiore efficacia, sia per rinforzare la comunità in senso più generale anche per il futuro. Sappiamo che la **resilienza** e la **fiducia** sono fattori centrali. Lo sappiamo da

decenni in quanto persone che si occupano di promozione della salute in relazione ad altri problemi, ma sono fattori assolutamente applicabili anche nel caso del COVID-19.

Domande dal pubblico:

- *Perché è diventata famosa la locuzione distanziamento sociale anziché distanziamento fisico?*

Effettivamente non si sa perché sia diventato popolare questo modo di dire, e sarebbe stato decisamente preferibile evitarlo. Ma cambiarlo adesso sarebbe un rischio perché si andrebbe a creare ulteriore confusione. L'ultima cosa da fare ora è creare più confusione, soprattutto adesso che le misure in molti paesi sono state allentate. Ora una delle sfide sarà proprio mantenere le misure (un metro e mezzo di distanza) nonostante ci si stia "rilassando", e se non si spiega il motivo alle persone il motivo per cui questo va fatto, le persone non lo faranno. È dunque come detto prima una questione di norme sociali, sono centrali gli opinion leader e gli influencer sociali.

- *Ci sono molti movimenti di volontariato, supporto sociale ecc nati durante il COVID-19, come mantenerli in futuro anche al termine della fase critica?*

Questo ci mostra che ci sono risorse e resilienza nelle comunità, quindi non per forza scompariranno queste iniziative.

Tema 2: COME FAR SI CHE LE PERSONE ABBIANO CONTROLLO SULLA PROPRIA SALUTE IN UN GINEPRAIO DI FAKE NEWS E SITUAZIONI COMPLESSISSIME?

L'health literacy è fondamentale. Come per altri problemi di salute c'è un eccesso di informazione quindi l'obiettivo non è aggiungere nuove informazioni ma far sì che le persone abbiano accesso ad esse e siano capaci di selezionare le giuste informazioni, e che le capiscano. Sono importanti la ripetizione delle informazioni, l'uso di un linguaggio adeguato e il correggere le informazioni incoerenti. Se vi è la necessità di modificare le indicazioni nel tempo lo si può fare (ora la mascherina serve, prima no) ma va fatto in modo coerente e chiaro, per non generare confusione e non perdere ulteriormente credibilità.

È importante avere chiari i processi cognitivi attraverso cui le persone selezionano attivamente le informazioni e le risorse. Il contesto, le emozioni e gli altri influenzano il modo in cui selezioniamo le informazioni. C'è un forte bias informativo, non solo nella ricerca di informazioni ma anche nel come le processiamo. Vi sono bias che ingigantiscono le informazioni negative, o, viceversa, bias che tendono a selezionare solo le informazioni positive, o ancora, il bias di conferma delle notizie più recenti o familiari. È fondamentale conoscere questi meccanismi.

Bisogna inoltre gestire fake news, miti, complottismi (giovani non si infettano, virus inventato da un laboratorio in Cina...). Queste false credenze sono rinforzate dal fatto che ci affidiamo a determinati media o social media creando una "Camera eco" o "illusione di certezza" che confermano certe cose. È importante quindi incoraggiare in tutti i modi il controllo delle fonti e chiedere di non diffondere e condividere informazioni se non si ha la certezza della loro veridicità.

Centrale è sempre la chiarezza e la comprensibilità dei messaggi. Se si usa uno slogan come "stiamo a casa" non si sta sottovalutando l'intelligenza delle persone, ma è per essere diretti e comprensibili a tutti creando degli slogan d'impatto.

Come costruire credibilità e fiducia nei gruppi più difficili da raggiungere? Ascoltando gli esperti delle comunità locali.

Tema 3: CI POTREBBERO ESSERE, ANZI È PROBABILE CHE CI SARANNO, ALTRE PANDEMIE O ALTRE ONDATE O ALTRI DISASTRI AMBIENTALI. QUALI SONO LE RISPOSTE DELLA PROMOZIONE DELLA SALUTE PER UN FUTURO SOSTENIBILE?

La parola "sostenibile" è centrale. La risposta al COVID-19 deve andare oltre la crisi corrente.

1) Bisogna trovare più evidenze scientifiche preventive.

- 2) L'health literacy è altro elemento centrale. Le persone vorranno e avranno bisogno di informazioni, perciò bisogna investire affinché le persone siano in grado di gestire correttamente le informazioni.
- 3) Bisogna agire a livello di comunità locali. Costruire sull'esistente e sulle risorse presenti e usare l'expertise costruita negli anni per altri setting come le health promoting schools.

COSA IMPARARE DALLA CRISI

- La promozione della salute deve capire che le malattie infettive sono ancora un tema centrale, non ci si può concentrare solo sulle malattie croniche non trasmissibili.
- È necessario riconoscere che la salute umana non è un tema isolato, abbracciando il costrutto di ONE HEALTH che riconosce l'interconnessione tra persone, animali e piante e il loro ambiente condiviso.
- Bisogna imparare a rispondere molto più prontamente alle epidemie. Comprendendo come persone e organizzazioni reagiscono durante le crisi, si può capire come la coesione sociale e la fiducia nelle istituzioni pubbliche possono essere rinforzate per rendere le comunità più resistenti alle crisi
- Accettare che non tutti gli eventi possono essere previsti e controllati, e che l'incertezza è parte della vita.

Domande dal pubblico:

- *Come influenzare i governi per fare i giusti investimenti in questo senso anche in fatto di promozione della salute?* Non sarei pessimista, il rinnovato interesse nella salute è fortissimo ed è tornata una priorità di cui beneficerà anche la salute pubblica. L'advocacy è ovviamente un altro tema centrale.
- *Come fare a indurre cambiamenti comportamentali se la percezione della minaccia personale è così bassa?* Non per forza la percezione di minaccia personale è così bassa, si tratta in realtà di una minoranza di soggetti. Un altro elemento importante è che non si sono usate a sufficienza le modalità a disposizione per creare norme sociali, bisogna dunque mettere in campo più strumenti, anche strumenti più vicini ai giovani come i social influencer.

LINK PER CONSULTARE RISORSE RELATIVE AL WEBINAR: <https://unescochair-ghe.org/resources/global-health-education-webinar-series/health-promotion-responses-to-the-covid-19-pandemic/>