

---

## Coronavirus Covid-19: Università Cattolica, "4 italiani su 10 sono refrattari a rispettare le regole" nella fase 3

"Ben più di un terzo della popolazione italiana, il 38% per la precisione, trova molto difficile cambiare le proprie abitudini di vita, anche se in gioco c'è la tutela dalla pandemia". Con queste parole Guendalina Graffigna, docente di Psicologia dei consumi e direttore del centro di ricerca EngageMinds Hub, sintetizza la problematicità dell'adattamento della popolazione alle regole ancora necessarie dopo la fase 1 e la fase 2 dell'emergenza da Covid-19: indossare la mascherina, igienizzarsi spesso le mani e rispettare il cosiddetto distanziamento sociale. La percentuale di persone che è riluttante a cambiare le proprie regole di vita è molto elevata e va a incrociare variabili socio-demografiche. Questi numeri emergono da uno studio del centro di ricerca dell'Università Cattolica, condotto con un sondaggio con metodo Cawi (Computer Assisted Web Interview) su un campione di 1.000 italiani rappresentativo della popolazione italiana. La difficoltà ad adeguare le proprie abitudini alla nuova normalità imposta dalla convivenza con il nuovo coronavirus è sentita maggiormente dagli uomini (43% contro il 38% medio complessivo), soprattutto se giovani (44% nella fascia tra i 18 e i 34 anni), residenti al sud e nelle isole (42%) e con un reddito di livello medio (47%). E tra coloro che vantano un titolo di studio elevato (laurea o oltre), la quota di italiani "in difficoltà" sale al 49%. Ma c'è di più. La ricerca dell'EngageMinds Hub ha incrociato il dato di base con altri fattori psicologici. Coloro che percepiscono un rischio di contagio da Covid-19 elevato mostrano maggiore problematicità ad adattarsi alle misure di comportamento contro la pandemia rispetto alla popolazione generale. A fare la differenza è anche il livello di coinvolgimento psicologico delle persone nella prevenzione (tecnicamente detto "patient engagement"): secondo lo studio, coloro che risultano avere un alto livello di "patient engagement" percepiscono il cambiamento delle proprie abitudini di vita nel corso di questa fase 3 come meno difficile rispetto alla popolazione generale, mentre coloro che sono in una posizione di basso coinvolgimento percepiscono più difficoltà nel cambiamento. "Gran parte degli approcci tradizionali alla comunicazione preventiva ha puntato sull'emozione della paura quale leva principale per sensibilizzare la popolazione ad un cambio comportamentale. Tuttavia, il processo di educazione e sensibilizzazione è molto più complesso sul piano emotivo e psicologico, soprattutto per le fasce della popolazione più giovani e culturalmente più evolute. In questo caso spaventare o assumere toni troppo punitivi e severi può generare l'effetto opposto, di chiusura e di disattenzione verso il comportamento preventivo predicato. Al contrario veicolare una comunicazione valorizzante la possibilità delle persone di diventare protagoniste nella gestione della propria salute e che coltivi il loro coinvolgimento attivo nella prevenzione può risultare più efficace", conclude Graffigna.

Gigliola Alfaro