

Salute Mentale: rapporto sulle ricerche degli italiani nel web

Psicoadvisor ha raccolto i dati da servizi come SemRush, SeoZoom e Google Trends per mettere in evidenza cosa digitano gli italiani nel web con un confronto dei dati analitici raccolti dal 2004 a oggi. L'indagine mette in risalto un cambio di rotta: l'attenzione degli italiani si è spostata dalla depressione all'ansia.

Keyword	Volume
ansia	27,100
ansia sintomi	9,900
ansia da prestazione	5,400
ansia sintomi fisici	4,400
attacchi di ansia	4,400

Depressione, ansia e disturbi di personalità: cosa cercano gli italiani nel web?

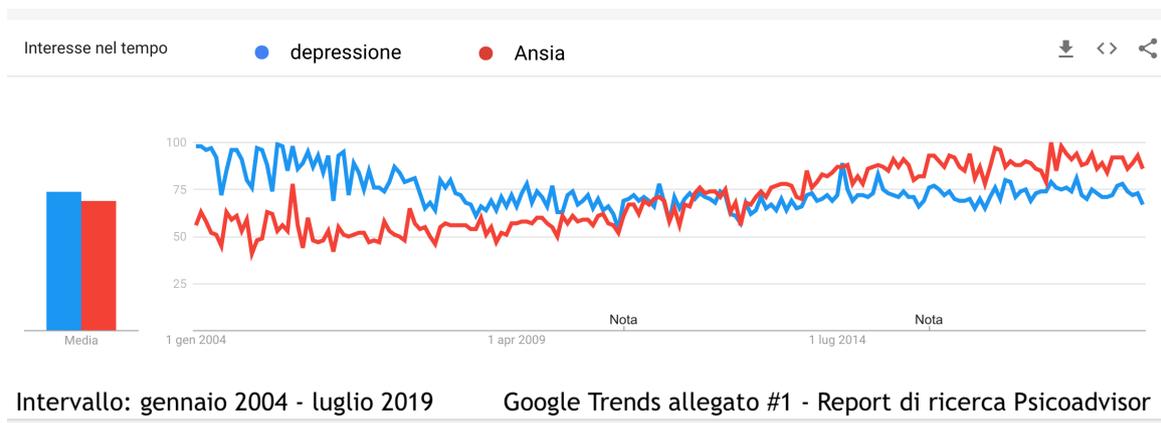
Ecco le tendenze emerse dalla ricerca di Psicoadvisor

Psicoadvisor è il punto di riferimento per coloro che hanno a cuore la crescita personale e tutte le tematiche che ruotano intorno alla Psicologia. E' gestito da un team eterogeneo di professionisti della salute mentale e per questa estate 2019 presenta il suo primo Report realizzando un'indagine su come gli italiani si interessano ai disturbi mentali attraverso le loro ricerche nel web.

Salute mentale: cosa cercano gli italiani nel web

Il numero di ricerche relative alla depressione è stato il più alto tra il 2004 e il 2005. In seguito si è registrato un calo del trend fino al 2008 quando l'interesse per questo tema si è stabilizzato rimanendo costante fino a oggi.

Mentre l'interesse degli italiani per le tematiche affini alla depressione diminuiva, **si è registrato un incremento d'interesse per l'ansia.**



Google Trends (tabella in alto) analizza tutti i termini della query: nel termine di ricerca “ansia” il Trends crescente incorpora le ricerche degli italiani eseguite con parole come “ansia sociale”, “curare l’ansia”, “ansia sintomi”, “ansia da lavoro”, “ansia da prestazione”, “attacchi d’ansia”... Nel complesso, gli italiani mostrano più interesse per il “calderone di parole chiave affini all’ansia” e non per il calderone di parole chiave che ruotano intorno alla depressione (sintomi depressione, come uscire dalla depressione, depressione post partum...).

La parola secca “*ansia*” è digitata dagli italiani sui motori di ricerca 27.200 volte al mese mentre la parola “*depressione*” è cercata dagli italiani 49.500 volte al mese (stime SemRush). Nessun paradosso. Nonostante questa prima apparenza, il **disagio psicologico più sentito dagli italiani sembra essere l’ansia** e non la depressione.

La verità viene fuori in secondo momento, quando si analizzano tutti i termini della query, cioè anche le ricerche “affini”: solo 13.043 per la depressione e ben 19.654 per l’ansia (stime SeoZoom).

Quali sono le “regioni italiane più depresse” e quali le “più ansiose”?

La top 10, delle **regioni** in cui gli italiani effettuano più ricerche sull’ansia sono:

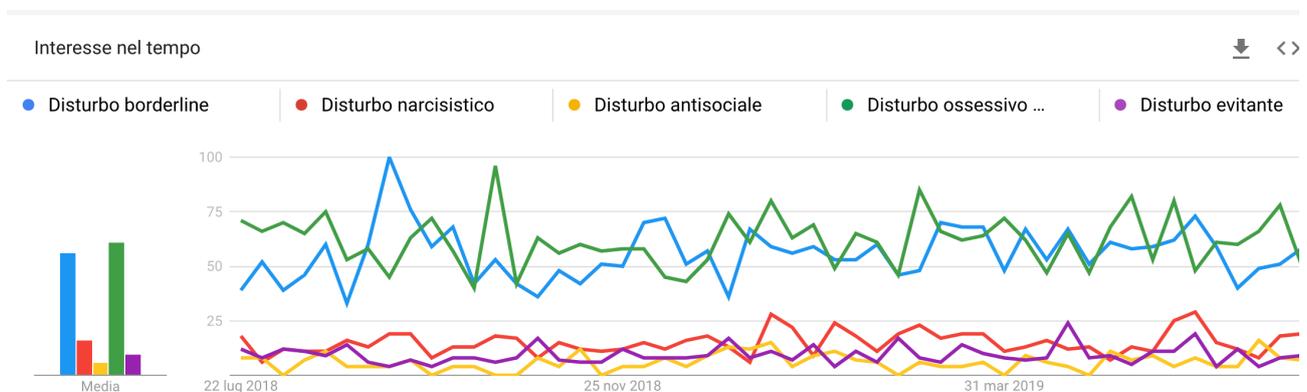
1. Basilicata
2. Campania e Molise
3. Abruzzo
4. Calabria
5. Sicilia
6. Sardegna
7. Puglia
8. Piemonte
9. Marche
10. Lazio

Salute Mentale: rapporto sulle ricerche degli italiani nel web

Le “regioni meno ansiose” sono la **Valle d’Aosta** e il **Trentino Alto Adige**. Per quanto riguarda il trend della depressione, le regioni in cui i termini delle query sono più digitati, sono:

1. Basilicata
2. Abruzzo e Umbria
3. Sicilia
4. Liguria
5. Molise
6. Sardegna
7. Puglia
8. Calabria
9. Campania
10. Piemonte

Le regioni meno depresse, anche in questo caso sono la Valle d’Aosta e il Trentino Alto Adige. C’è senza dubbio una correlazione tra ansia e depressione. *“La depressione è spesso associata con l’ansia cronica grave. Si stima che il 7% della popolazione oltre i 14 anni (3,7 milioni di persone) abbia sofferto nell’anno di disturbi ansioso-depressivi”* (dati Istat “La salute mentale nelle varie fasi della vita” 26 luglio 2018).



Google Trends allegato #2 - Report Psicoadvisor

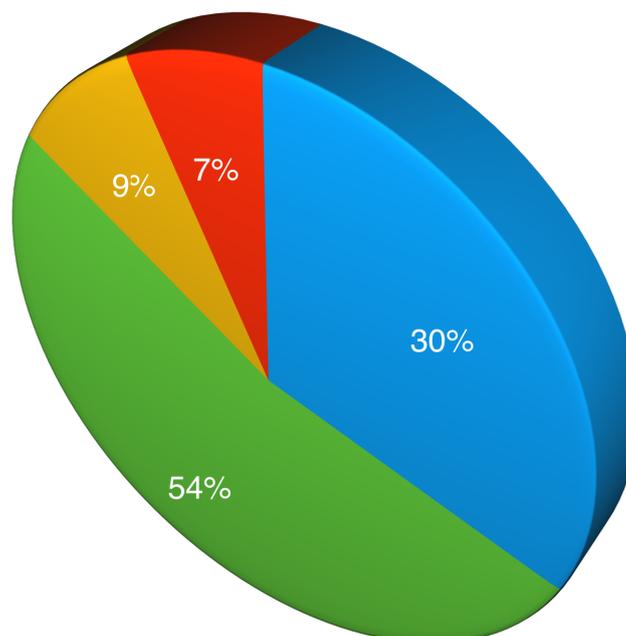
Focus sui disturbi di personalità

Nella tabella in alto sono riportati i trend di ricerca che questa volta rispecchiano più o meno fedelmente le ricerche eseguite per le singole parole chiave. Nel grafico in basso sono indicate le percentuali di ricerca mensili per i disturbi elencati, analizzando le ricerche medie per le singole parole chiave.

In proporzione le ricerche per le parole chiave secche seguono l'andamento dei trend di tutte le query affini, fatta eccezione per il disturbo borderline di personalità che nell'insieme delle query desta maggiore interesse.

1. Disturbo narcisistico di personalità
2. Disturbo evitante di personalità
3. Disturbo borderline
4. Disturbo ossessivo compulsivo

I dati raccolti sulle ricerche effettuate dagli italiani in tema “**disturbi di personalità**” sono di più difficile lettura. E' ostico, se non impossibile, prevedere l'intento dell'italiano che si ritrova a effettuare determinate ricerche nel web. *Un dubbio tipico: è certo che una persona che cerca il “disturbo narcisistico di personalità” andrà a digitare “disturbo narcisistico” e non generalmente “narcisismo”?* Il narcisismo, di per sé non è una patologia, quindi nel grafico abbiamo riportato solo il termine “Disturbo narcisistico di personalità”.



Salute Mentale: rapporto sulle ricerche degli italiani nel web

Per onor di cronaca riferiamo che la parola secca “narcisismo” nell’ultimo anno ha visto una media di ricerca mensile che va dagli 8.100 alle 9.900 digitazioni. Poche se comparate con il **Disturbo Ossessivo Compulsivo che è un tema che interessa fortemente agli italiani**: vede ricerche mensili che raggiungono quota 14.800 (stime SeoZoom).

Se le ricerche correlate alle parole secche “*Disturbo Ossessivo Compulsivo*” o al “*Disturbo Evitante di Personalità*” sembrano essere stabili durante tutto l’anno, le ricerche per la parola chiave “*Disturbo Narcisistico di Personalità*” sembrano essere influenzate da avvenimenti.

Nel 2018 il “*Disturbo Narcisistico di Personalità*” è stato ricercato dagli italiani soprattutto nei mesi estivi e con una scarsa frequenza da novembre a marzo. Il motivo? Probabilmente il tema ha catturato l’attenzione mediatica in un determinato periodo dell’anno che di riflesso ha causato un aumento delle ricerche nel web.

Conclusioni: se è vero che gli italiani eseguono ricerche nel web spinti da esigenze personali, è altrettanto vero che le ricerche possono essere innescate da curiosità scaturite da fattori esterni come dibattiti tv, serie televisive o influencer che parlano dell’argomento.

