

IL GRAFFIO

Spinte gentili



Nonostante i danni che annualmente arreca in termini di salute, di vite umane e di costi sociali e sanitari, l'influenza continua a essere presa poco sul serio. Negli USA, lamentano le Autorità sanitarie (ma in Italia le cose vanno ancora peggio), la copertura vaccinale rimane da anni sotto il 50% anche nei gruppi a maggior rischio come gli over 65, i bambini piccoli e i soggetti con patologie croniche; e anche nelle donne in gravidanza la cui vaccinazione previene la malattia grave del lattante. A fronte dell'insuccesso delle campagne promozionali di massa, negli Stati Uniti si è ritenuto ora di sperimentare l'efficacia di una strategia alternativa: quella del "nudge" (pungolo). In una traduzione meno letterale, la strategia della cosiddetta "spinta gentile": un insieme di messaggi e sostegni capaci di influenzare le persone a fare le scelte giuste in maniera automatica, non coercitiva ma nemmeno troppo consapevole. Nel caso specifico, è stata sperimentata l'utilità di reiterati (mensili) invii sul telefonino di messaggi di promemoria accompagnati dalla comunicazione di facilitazioni per gli appuntamenti: in maniera diretta (SMS) o attraverso un portale, concepito secondo precise regole di condizionamento psicologico, che permetteva a ognuno una fruizione personalizzata del servizio vaccinale e capace tra l'altro di tenere in conto l'età ed eventuali malattie del soggetto e più in generale le sue esigenze. Forse non ci meraviglia sapere (e forse non vi dispiacerà nemmeno...) che l'esperimento non è riuscito. Che sia stato perché si trattava di no-vax incalliti o più semplicemente perché si trattava di persone infastidite e rese diffidenti proprio dal sentirsi oggetto di attenzioni, o per altri motivi ancora che gli Autori non hanno compreso, la spinta gentile (il "nudge") non ha avuto in questo caso successo. E non ha prodotto alcun incremento dell'adesione alla vaccinazione indipendentemente dalla modalità di invio dei messaggi facilitatori (diretti o attraverso il portale) (Szilagyi PG et

al. *Text vs Patient Portal Messaging to Improve Influenza Vaccination Coverage A Health System-Wide Randomized Clinical Trial*. JAMA Intern Med 2024 Mar 18:e240001. doi: 10.1001/jamainternmed.2024.0001). Della strategia del "nudge", definita anche del "paternalismo libertario" (come potete leggere con molta piacevolezza e dovizie di esempi in "Nudge. La Spinta gentile" di Richard Thaler, premio Nobel per l'economia nel 2017) ognuno di noi è inesorabilmente preda nella vita quotidiana: nel bene (ad esempio quando il "nudge" ci porta a sottoscrivere scelte etiche come la donazione d'organo nel momento in cui firmiamo per il rinnovo della patente; o quando implementiamo la nostra attività fisica quotidiana, anche se proprio non ne avremmo voglia, bersagliati (e illusi?) come siamo da messaggi sulla bellezza e sul benessere che questa produce su mente e corpo); ma certamente, specie in ambito economico e di mercato, anche nel male (come quando, facendo la spesa al supermercato, siamo indotti ad acquistare alimenti e generi di consumo che non ci servono cadendo nella trappola della disposizione in cui questi sono esposti). Alla fine delle fini, pur essendo un consapevole e convinto fautore della vaccinazione antinfluenzale (a tutte le età, l'ho detto tante volte e lo ribadisco) confesso anche di essere in qualche modo rasserenato nell'apprendere che ci sono ancora delle persone insensibili alle spinte gentili, libere di non fare le scelte, buone o cattive che siano, che queste ci spingono a fare. A meno che... A meno che anche questa apparente libertà non sia alla fine essa stessa una schiavitù: frutto di quella pochezza umana, civile e culturale che impone a qualcuno l'atto del rifiuto come unico modo per sentirsi vivo e forte. Anzi, più forte di tutti gli altri... poveri fessi. Ed è proprio a noi liberi e consapevoli pediatri (lo sapete, vero?) che, al caso, tocca aiutare le persone (i genitori dei nostri bambini) a emanciparsi da questa libera-schiavitù: a chi altro?

Alessandro Ventura