

PERCHE' LE ASSOCIAZIONI DEI CONSUMATORI SONO DIVENTATE ANTI-VAX?

Mè capitato di avere a che fare con un'associazione dei consumatori soltanto due volte, e in entrambi i casi è stato un rapporto indiretto. La prima risale a quando ero una ragazzina: avevo comprato un paio di infradito con la zeppa che mi si erano rotti nel giro di un paio di giorni, una compagna di classe mi disse che suo zio lavorava «per una di quelle associazioni che rappresentano i consumatori» e che dovevo telefonargli. Cosa che mi guardai bene dal fare perché erano solo un paio di infradito. La seconda volta, e pure quella era un bel po' di tempo fa, centravo l'assicurazione automobilistica che non collaborava su non ricordo cosa, allora un amico avvocato mi consigliò di minacciare di avvertire le associazioni dei consumatori, cosa che in effetti minacciai e poi non feci, ma bastò, e comunque dopo cambiai polizza.

Nella mia esperienza personale, non recentissima, le associazioni dei consumatori erano un punto di riferimento a cui rivolgersi nel caso di un piccolo torto o di un disguido, un ruolo socialmente utile, sebbene poco affascinante. Ultimamente però mi sono accorta che sono (anche?) qualcos'altro. Prendiamo il Codacons. Da mesi è impegnato in una campagna contro l'obbligo vaccinale: «Non si tratta di portare in piazza i no vax. Noi, anzi, siamo favorevoli alla profilassi, ma non all'obbligatorietà». Più recentemente ha inviato all'Ordine dei medici una diffida affinché chiuda il procedimento a carico di Gabriella Lesmo, la pediatra che sostiene la correlazione tra autismo e vaccini: altrimenti, minaccia, la «denuncia per abuso di ufficio» sarà «inevitabile». Poi c'è l'associazione Avvocato in famiglia: «Ci troviamo in una dittatura sanitaria». Adusbef e Federconsumatori sono sul piede di guerra per le «morti sospette di anziani dopo la vaccinazione con l'antinfluenzale» e denunciano le «troppe collusioni con le aziende farmaceutiche». Per non parlare del Moige, che, ok, è un'associazione di genitori, però sembra avere seguito la stessa parabola evolutiva di organizzazione nata per rappresentare una certa categoria di persone e che, a un certo punto, si è diventata il portavoce di una massa in rivolta contro la scienza, i poteri e, più in generale, l'idea stessa di autorevolezza. I nemici sono i vaccini, le armi sono l'indignazione e il caps lock.

A un certo punto organizzazioni che dovrebbero tutelare i consumatori e le famiglie sono diventati megafoni della gente. Dove gente non è un termine neutro, ma rimanda a un fenomeno inquietante, il gentismo. Nel suo libro appena uscito per **minimum fax**, *La Gente: Viaggio nell'Italia del risentimento*, Leonardo Bianchi inquadra bene la cosa, rifacendosi alla saggistica specialistica: «Dalle macerie della partitocrazia emerge un nuovo soggetto politico la gente, appunto da cui deriva a sua volta un più vasto fenomeno: il gentismo. La prima menzione compare nel 1995 all'interno di *La sinistra populista*, una raccolta di saggi molto avanti per l'anno in cui è uscita. In uno di questi, intitolato *Il gentismo*, malattia matura del populismo, l'autore Mauro Trotta sostiene che la crisi di certezze e di identità riconosciute abbia fatto insorgere un populismo di tipo nuovo che al centro del proprio discorso pone [...] l'evoluzione ultima del vecchio popolo, la gente. In questo caso, per gente si intende un'entità mitica, indistinta e portatrice delle vere virtù, la morale, il buon senso, la tradizione».

Com'è allora che le associazioni di consumatori si sono trasformate in una delle incarnazioni del gentismo? Nel libro di Bianchi c'è un passaggio che sembra contenere qualche indizio: una delle caratteristiche della gente, scrive l'autore, è che è un sottoprodotto della «retorica sondaggistico-pubblicitaria» e che è un gruppo «caratterizzato dal consumo». È proprio questo dettaglio a distinguerla dal feticcio populista del passato, cioè il popolo. Se la gente è composta da consumatori, allora c'è da stupirsi se le associazioni di consumatori diventano associazioni della gente? Quando gliel'ho chiesto, Leonardo mi ha detto di non essere affatto convinto che sia un passaggio obbligato: la

difesa del consumatore «converge nel gentismo quando si allontana dallo scopo originario cioè un'attività di tutela che dovrebbe essere principalmente tecnica e legale e si trasforma in un'arma e in un metodo di lotta politica», mi ha scritto chiacchierando su Messenger. «Così facendo, almeno per me, rientra in una delle definizioni di gentismo: ossia la reazione della gente comune contro chiunque svolga una funzione di direzione politica».

La scrittrice americana Eula Biss suggerisce però che un certo antagonismo nei confronti della medicina trova le sue radici proprio nella nostra identità di consumatori. E, più precisamente, nella crescente sovrapposizione delle categorie dei pazienti e dei consumatori: «Il paternalismo è caduto in disgrazia in campo medico, proprio come nella genitorialità non è più in auge un approccio alla paternità fondata sull'autorità assoluta. Resta tuttavia aperta la questione del modo in cui dovremmo prenderci cura di altre persone», scrive nel saggio narrativo *Vaccini, virus e altre immunità*, uscito in Italia un paio di anni fa per Ponte alle Grazie. «In genere si concepisce l'autonomia come alternativa al paternalismo. In quello che però potrebbe essere definito il modello alla carta della medicina, il paternalismo dei dottori è stato rimpiazzato dal consumismo dei pazienti. Ordiniamo esami e terapie da un menù definito in base alla nostra ricerca tra i consumatori. E quel dottore che era un padre nel modello paternalistico è diventato un cameriere. Il presupposto che il cliente ha sempre ragione, se viene trasferito in campo medico, risulta una massima pericolosa».

Si potrebbe facilmente obiettare che la vecchia storia del cliente che ha sempre ragione lascia il tempo che trova: avete mai provato a fare sentire le vostre ragioni a una compagnia aerea low cost? Oppure ai gestori di un social network? Ecco, appunto. Però è a maggior ragione inquietante il fatto che questo modo di pensare stia colonizzando un campo scivoloso, come la salute, proprio mentre sta venendo meno nel terreno che dovrebbe competergli, i servizi. Bianchi sostiene che la svolta gentista delle associazioni dei consumatori rappresenti un tradimento della loro missione originaria: il paradosso è che organizzazioni nate proprio per rendere le competenze specialistiche accessibili all'uomo della strada, permettendogli di servirsi di avvocati e consulenze legali che altrimenti sarebbero state troppo costose, oggi guardano la competenza con sospetto. Biss però suggerisce che il cortocircuito sia un altro: noi pazienti abbiamo fatto valere la nostra dignità davanti ai medici, abbiamo fatto cadere quell'autorità suprema, e a tratti schiacciante, dei medici di una volta, che prendevano decisioni sulla vita e la morte di un paziente quasi la vita fosse loro. Abbiamo smesso di essere pazienti-bambini. Il problema è che, anziché evolverci in pazienti adulti, abbiamo deciso di diventare pazienti-consumatori.