

â??Dagli influencer consigli medici fuorvianti e rischiosiâ?•, lâ??allarme degli scienziati

Descrizione

default watermark

(Adnkronos) â??
Social â??cattivi maestriâ?? quando parlano di salute. â??I consigli medici parziali o fuorvianti condivisi dagli influencer possono causare danni e richiedono unâ??azione coordinata da parte di governi e piattaforme per proteggere il pubblicoâ?•. Eâ?? lâ??allarme-appello lanciato da â??The Bmjâ?? che mette nero su bianco la preoccupazione degli scienziati per un fenomeno dilagante: â??Gli influencer dei social media sono una fonte crescente di consigli medici. Oltre il 70% dei giovani adulti negli Stati Uniti segue gli influencer e piÃ¹ del 40% ha acquistato prodotti in base ai loro consigliâ?•, si legge in un articolo firmato da Raffael Heiss del Center for Social and Health Innovation â?? Mci Management Center Innsbruck, insieme a 5 colleghi tra Austria e Usa.

Gli autori rilevano nei suggerimenti di salute degli influencer 4 criticitÃ : â??La mancanza di competenze mediche o di conoscenze pertinenti, lâ??influenza dellâ??industria, interessi imprenditoriali e convinzioni personaliâ?•. Sono i â??biasâ?? a causa dei quali i consigli medici diffusi via social â??possono determinare danni psicologici, fisici, finanziari e sistemici: da autodiagnosi imprecise e trattamenti inappropriati a spese inutili e costi sanitari piÃ¹ elevatiâ?•. I ricercatori citano come â??esempio lampante la celebrity Kim Kardashian, che ha incoraggiato i suoi 360 milioni di follower su Instagram a sottoporsi a uno screening completo con risonanza magneticaâ?• total body, â??un esame privo di benefici comprovati e collegato a diagnosi eccessive, interventi inutili e costi elevatiâ?•. Ma â??anche gli influencer con competenze in ambito sanitario possono fornire consigli fuorviantiâ?•, avvertono Heiss e colleghi: â??Ad esempio Eric Berg, un chiropratico statunitense con 14 milioni di iscritti su YouTube, promuove lâ??uso di integratori ad alto dosaggioâ?• e al contempo â??vende il suo marchio di vitamina D e altri prodotti, alcuni dei quali sono stati oggetto di un avviso legale per un contenuto di piombo superiore ai livelli di sicurezzaâ?•. A rendere â??dottor influencerâ?? ancora piÃ¹ â??persuasivoâ?•, e quindi potenzialmente insidioso, analizzano gli esperti, Ã¨ la â??capacitÃ di creare legami reali o unilaterali (spesso definiti â??parasocialiâ??) con i followerâ?•.

Gli autori riconoscono che â??alcuni influencer offrono consigli di salute utili, inclusi medici e altri che aiutano a sfatare diffusi luoghi comuniâ?•. Ci sono poi gli influencer che parlano di malattie di cui soffrono in prima persona, e che da pazienti â??possono fornire un supporto prezioso tra pari,

soprattutto per condizioni stigmatizzate, creando spazi sicuriâ?• di confronto â??e condividendo esperienze personaliâ?•. Tuttavia, insistono i ricercatori, â??massimizzare i benefici e minimizzare i danni dei consigli medici degli influencer richiederÃ la collaborazione di piÃ¹ attori, in particolare governi e piattaforme di social mediaâ?•. Le strategie auspicate dagli esperti prevedono â??una regolamentazione efficace, una maggiore responsabilitÃ delle piattaforme e degli influencer, e unâ??acquisizione di consapevolezza da parte degli utenti attraverso una formazione mirata e lâ??accesso a informazioni affidabili e verificateâ?•.

â??Regolamentare e moderare piattaforme e influencer Ã¨ necessarioâ?•, concordano in un editoriale correlato allâ??articolo gli americani Tina Purnat (Harvard) e David Scales (Cornell University), che perÃ² ritengono anche â??indispensabile promuovere la fiducia attraverso comunitÃ verificate, forum approvati dai medici e campagne di salute pubblica partecipativeâ?•. I firmatari analizzano come le piattaforme digitali, le occasioni di incontro con i clinici e gli spazi comunitari, sia online che offline, plasmino le convinzioni dei pazienti, le loro aspettative e le loro richieste. â??Il processo decisionale condiviso deve evolversi per lâ??era digitaleâ?•, scrivono.

In un articolo correlato, Stephanie Santos Paulo del Bmj dÃ voce alle testimonianze di pazienti influencer che si sono guadagnati un ampio seguito sui social, condividendo storie personali sulla loro malattia e le terapie che seguono. Racconti che, osserva, promuovono un senso di autenticitÃ e di connessione emotiva con i follower. â??Penso che in parte le persone considerino i social media piÃ¹ utili per trovare risposte perchÃ© non Ã¨ facile contattare un professionista sanitarioâ?•, riflette Liam Robertson, la cui pagina Instagram @livingwithulcerativecolitis (vivere con la colite ulcerosa) conta 9.300 follower. Esprime una speranza Lily Mae, che con lâ??account Instagram @chronicallylil narra la sua convivenza con la sindrome di Ehlers-Danlos, lâ??endometriosi e la sindrome da compressione vascolare: â??Vorrei che gli operatori sanitari ascoltassero e interagissero di piÃ¹ con le comunitÃ di pazienti online. Câ??Ã¨ una tale ricchezza di conoscenze di prima mano condivise â?? storie vere, sintomi ed esperienze vissute â?? che potrebbero contribuire a migliorare lâ??assistenza se piÃ¹ operatori si prendessero del tempo per comprenderleâ?•. Jen Moore, che sulla pagina Instagram @jen.dometriosis pubblica post sullâ??endometriosi e lâ??adenomiosi, rivendica il ruolo dei pazienti influencer nellâ??indirizzare i follower verso i professionisti sanitari: â??Se non coinvolgiamo i medici in ciÃ² che stiamo cercando di fare â?? dice â?? nulla cambierÃ â?•.

default watermark

â??

cronaca

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione
Dicembre 4, 2025
Autore

redazione

default watermark