

World no-tobacco day

Giornata Mondiale senza Tabacco - 31 Maggio 2003

Cinema e moda senza fumo

B. Tinghino, M. Mura

Hollywood: come i giovani imparano a fumare

La giornata mondiale contro il tabacco, che si terrà il 31 maggio, per volontà dell'OMS sarà quest'anno incentrata sul ruolo che il cinema ed il mondo della moda svolgono nel favorire il tabagismo, soprattutto tra il pubblico più giovane. In effetti le immagini relative all'abitudine al fumo sono andate aumentando sugli schermi del cinema durante l'ultima decade e, a dispetto dei dinieghi abituali, è ormai ben difficilmente distinguibile dalla pubblicità ufficialmente finanziata e quindi "regolare". La lobby politica di Hollywood, la MPAA, si rifiuta infatti di avvertire i genitori riguardo al fatto che taluni films e video promuovano l'abitudine al tabacco.

I dati di letteratura mostrano che il 71% dei ragazzi inizia a fumare prima dei 18 anni, cioè in una fascia di età molto sensibile al fascino dei modelli pubblicitari e delle stars del mondo del cinema. La televisione e i films contribuiscono dunque a sostenere una immagine positiva del fumare. Questo è quello che emerge, per esempio, da una ricerca condotta da studiosi dell'Harvard School of Public Health di Boston, i quali hanno analizzato il contenuto dei films e delle produzioni televisive prodotti tra il 1993 e il 1997, selezionati tra una lista di

35.000 pellicole. Si trattava di materiale scelto seguendo le più recenti tendenze in voga tra gli adolescenti di sesso femminile, così come consiglia-

to su riviste specializzate come Cosmopolitan, Glamour, Vogue, Rolling Stone. Negli intervalli esaminati la presenza di stimoli inerenti al fumo era veramente alta: nel 28,4% dei casi venivano mostrati comportamenti attinenti al fumo. In più della metà degli episodi incriminati succedeva che si usassero sigarette alla presenza di persone che non fumavano. Le attrici che interpretavano tali ruoli erano giovani (29 anni in media) e la maggior parte dei messaggi finivano per incoraggiare l'abitudine al fumo. La conseguenza - a giudizio dei ricercatori - è che le donne verrebbero portate ad usare i derivati del tabacco per controllare le loro emozioni, sembrare seducenti e migliorare la loro immagine corporea, controllare il peso o acquisire una strategia per stare meglio in compagnia. Al contrario, le immagini dei mass-media nei ragazzi finiscono per far credere che il fumare rinforzi l'identità maschile, porti ad avere più prestigio e successo nei rapporti con gli altri. I giovani che, fra l'altro, tendono a sovrastimare la prevalenza di fumatori tra gli adulti sono quelli più esposti al rischio di divenire fumatori essi stessi. Il che vuol dire, in pratica, che gli adolescenti che sono più sensibili alla "visibilità" del fenomeno tabagismo, imitano più facilmente i fumatori adulti.

Un altro studio - pubblicato sulla rivista scientifica Tobacco Control - ha appurato che addirittura nel 75% dei video musicali ci sono immagini di giovani adulti che fumano. I giovani, è stato appurato, alla fine bene ricordano il marchio delle sigarette pubblicizzate e gli eventi correlati a determinate ditte produttrici. Si è visto inoltre che chi presta attenzione a tali forme pubblicitarie ha una probabilità quasi tripla rispetto ai giovani che non hanno ritenuto il messaggio della pubblicità.

La risposta dell'OMS non vuole essere, ovviamente, né la censura né una caccia



alle streghe. L'idea è di sensibilizzare, attraverso un progetto ("Smoke Free Films") partito nel novembre 2002 e condiviso dall'Università della California a San Francisco, dalle industrie del cinema e della moda affinché cessino, anche indirettamente, di promuovere uno strumento di malattia e di morte. Il messaggio è diretto soprattutto a Hollywood e Bollywood (la grande industria indiana del cinema che si trova a Mumbai) affinché si sbarazzino del loro ruolo di promozione del tabacco. La ricetta proposta dall'Associazione Medici Americani e dal Dipartimento di Sanità Pubblica di Los Angeles è chiara: certificati comprovanti che le case produttrici di films non sono finanziate dalle multinazionali del tabacco, spazi adeguati per spot educativi sul fumo, eliminazione completa di ogni accenno ai nomi di marche di sigarette ed infine una grande "R", certificata dal Rating Board, dovrebbe identificare i films che mostrano scene di fumo o mostrano marche di sigarette. Il rating, invece, dovrebbe essere meno severo se, però, il film mostra inequivocabilmente i pericoli e gli effetti negativi del tabacco.

Biagio Tinghino (btinghi@tin.it)

Segretario SITAB, SERT Monza

Marco Mura (marcomura@hotmail.com)

Dottorato di Ricerca in Scienze pneumo-cardio-toraciche - UNIBO

