

# Concorsi di bellezza *smoke-free*: update di un'indagine

## Smoke-free beauty competitions: update of a survey

Pacella Silvia, Caucci Melissa, Mangiaracina Giacomo

### Riassunto

**Introduzione.** In considerazione delle difficoltà spesso riscontrate in ambito di Prevenzione del Tabagismo, si sono voluti esplorare nuovi linguaggi che permettano di veicolare messaggi di salute in grado di raggiungere contesti difficilmente permeabili, ben lontani dal concetto "austero" di Prevenzione spesso percepito. L'indagine, diretta alle finaliste di Miss Mondo, va ad integrare la precedente esplorazione degli atteggiamenti e delle abitudini delle finaliste di Miss Universo 2003 nei riguardi del fumo di tabacco.

**Materiali e metodi.** L'indagine 2005 è stata condotta attraverso il medesimo questionario usato nel 2003, direttamente somministrato, durante uno stage formativo, alle partecipanti alla finale del concorso "Miss Mondo - Italia".

**Conclusioni.** Il campione, ancora esiguo, arriva a superare i 100 soggetti, dimostrando poche variazioni rispetto ai dati precedenti, ma confermando una ridotta prevalenza di Tabagismo tra le giovani donne, nell'ambito dei concorsi di bellezza.

**Parole chiave:** massmedia, fumo di tabacco, adolescenza, prevenzione del tabacco.

### Abstract

**Introduction.** Considering the difficulties in Tobacco prevention, we wanted to explore new forms of language in order to create messages of health to reach different contexts of young people, far away from an "austerity" of perception in prevention. The current investigation (Miss World's finalists) is integrative to the previous research about attitudes and habits of the finalists of beauty competitions, started with the Italian edition of Miss Universe 2003, towards tobacco smoke.

**Methods.** The 2005's survey was carried out by the same questionnaire used in 2003, directly given to the finalists of Miss World - Italia, during a stage.

**Conclusions.** The sample has still a small numerosity, just over 100 girls, and it demonstrates few variations in comparison with previous figures. It confirms a smaller prevalence of tobacco consumption among young women in beauty competitions.

**Keywords:** massmedia, tobacco consumption, adolescence, smoking prevention.

### Introduzione

Secondo l'indagine Doxa commissionata dall'Istituto Superiore di Sanità (1), negli ultimi anni la situazione relativa al consumo di tabacco in Italia sembrerebbe migliorata; gli attuali fumatori sarebbero il 25,6% della popolazione generale contro il 26,2% del 2004 e il 27,6% del 2003. Sempre secondo i dati Doxa, 500 mila fumatori avrebbero smesso nell'ultimo anno. La diminuzione sareb-

be superiore tra gli uomini (29,3% nel 2005, 30% nel 2004, 33,2% nel 2003), ma anche nelle donne si registrerebbe un calo delle fumatrici meno appariscenti (22,1% nel 2005, 22,5% nel 2004 e nel 2003). Gli ex fumatori sarebbero di conseguenza aumentati, passando dal 17,9 al 18,6% (25,2% maschi e 12,4% femmine), mentre i non fumatori rappresenterebbero il 55,8% (45,5% uomini e 65,5% donne) della popolazione generale.

Quando parliamo di dati riferiti al consumo di tabacco, nonostante lo studio Doxa sia ritenuto del tutto attendibile dai ricercatori dell'ISS, vi è sempre una buona dose di scetticismo da parte degli specialisti della materia, in funzione del fatto che le cifre del passato hanno mostrato incongruenze e discordanze, che meritano ancora oggi la dovuta attenzione (2). Tuttavia, se riduzione oggettiva vi è stata, il merito andrebbe attribuito alla maggiore sensibilità dei vertici della Sanità Pubblica e delle istituzioni preposte alla tute-



Santa Maria di Leuca (LE): la finale del concorso di Miss Mondo - Italia (18/09/2005)

la della Salute nel nostro Paese, che si sono tradotti in programmi di Controllo del Tabagismo, specie sul piano del trattamento (centri antifumo). Ma il merito di maggiore rilevanza si deve attribuire alle recenti emanazioni legislative, in particolare l'art. 51 della 3/2003 sulla Pubblica Amministrazione, entrata in vigore il 10 gennaio 2005, che sta contribuendo in modo significativo al cambiamento dei comportamenti sociali in materia di Fumo, buona premessa alla divulgazione di una cultura della prevenzione.

Bisogna tuttavia tenere conto che i dati provenienti dai produttori del tabacco, in particolare Altria Group e Reynolds American, continuano a registrare un aumento dei profitti, dimostrando che la diminuzione del consumo di tabacco non sarebbe poi così eclatante.

In relazione al quadro descritto è imperativo impiegare le necessarie risorse finalizzate alla prevenzione, la cui efficacia spesso non appare documentata. Le iniziative e i programmi di prevenzione vengono proposte con sistematica periodicità. Nella sostanza possono essere così riassunti:

### Documento Conferenza di Roma del 13-15 novembre 2003

Il documento, stilato nell'ambito del Convegno su "Tabacco, prevenzione e

comunicazione incentrate sui giovani" si poneva l'obiettivo fondamentale di adottare raccomandazioni che potessero guidare la Commissione europea nel definire i criteri per l'elaborazione di future campagne.

### Campagne Europee

In occasione della Giornata Mondiale senza Tabacco 2005, la Commissione Europea ha presentato la campagna HELP - Per una vita senza tabacco, con tre spot televisivi, trasmessi contemporaneamente in tutti i paesi membri dell'Unione, per la sensibilizzazione sul tabagismo e la creazione di un sito Internet: [www.help-eu.com](http://www.help-eu.com).<sup>(3)</sup> I tre spot "HELP" affrontano il tema della, prevenzione, della cessazione e del fumo passivo rivolgendosi in particolare ai ragazzi e ai giovani adulti, considerati un gruppo a rischio. "HELP" è la seconda grande campagna antifumo attivata in tutti gli stati membri dell'Unione Europea, basata sugli esiti della precedente campagna "Feel-Free to Say NO", realizzata tra il 2002 e il 2004 e che ha avuto 1 miliardo di contatti tra i giovani di tutta l'UE. La campagna si fonda su una strategia di comunicazione integrata che fa ricorso alla pubblicità tradizionale, a spot televisivi, cinematografici e radiofonici, ad inserzioni e cartelloni pubblicitari nonché alle pubbliche relazioni e alle mani-

festazioni tradizionali. Un altro aspetto della campagna è costituito da un sito Internet in undici lingue <http://www.feel-free.info>, che contiene anche collegamenti a centri a cui è possibile telefonare e chiedere un supporto a distanza nella cura della dipendenza tabagica (*Quit-Line*).

### Coalizioni nazionali e internazionali

L'ENSP (European Network for Smoking Prevention - [www.ensp.org](http://www.ensp.org)), rete europea per la prevenzione del Fumo, ad esempio, riunisce 600 organizzazioni attive nel campo del controllo del Tabacco con lo scopo di dare maggiore incisività alle attività a livello regionale, nazionale ed europeo, e di garantire una collaborazione ed un intervento efficace ai progetti in ambito politico, strategico e operativo.

### Enypat

La *European Network on Young People and Tobacco* è nata nel 1993 con lo scopo di sviluppare programmi per la prevenzione del fumo tra i giovani. Tra questi spicca lo "Smoke free class competition", che prevede una competizione fra classi in cui vince chi segue lo stile di vita più sano. Il progetto, lanciato per la prima volta nell'anno scolastico 1997/98 su un campione di 100.000 alunni appartenenti a diversi Paesi Europei, continua ancora oggi con il coinvolgimento di un numero sempre crescente di Paesi e di classi. Con questo ed altri programmi ENYPAT è riuscita sia ad instaurare un felice rapporto di collaborazione tra diversi Paesi, sia a favorire la collaborazione tra insegnanti, esperti del settore, ricercatori e politici.

### Programmi scolastici

Se da un lato va riconosciuto l'impegno e il coinvolgimento delle scuole nella prevenzione del tabagismo, dall'altro va detto che tali propositi mancano di alcuni elementi essenziali come i criteri di selezione dei programmi idonei in base ad età e ordine scolastico e i criteri di selezione delle competenze adatte (operatori della salute esperti in Tabagismo) a veicolare i messaggi di prevenzione. La prevenzione, in altre parole,

deve essere condotta con criteri scientifici in grado di delineare "programmi-tipo".

### Programmi regionali

Numerose sono le iniziative a livello regionale. L'Assessorato Sanità della Regione Lombardia ha stilato nel 2000 le Linee-Guida per il controllo e la prevenzione del Tabagismo; nel Veneto, il Centro di riferimento per la Prevenzione del Tabagismo, guidato da Elisabeth Tamang, ha promosso lo *Smoke Free Class Competition* su tutto il territorio nazionale. Di sicuro interesse l'iniziativa della Regione Emilia Romagna di sperimentare nuovi strumenti e metodi nel campo della prevenzione e della promozione della salute (Playback Theatre, scrittura creativa, analisi immaginativa e diversi laboratori interattivi) per giungere a strategie adatte in particolar modo alle esigenze di giovani e docenti.

Rimane tuttavia fondamentale aderire alla traccia segnata dalle Linee-Guida regionali emanate con lo scopo di evitare improvvisazioni che invalidano l'approccio scientifico in Prevenzione a discapito dell'efficacia. I progetti di prevenzione possono presentare oggettive difficoltà quando l'obiettivo è quello di migliorare la salute individuale e collettiva. Uno degli ostacoli ad una prevenzione efficace è l'influenza delle "ondate emotive" del contesto sociale. Infatti l'attenzione e l'enfasi posta sulle tematiche da parte dei Media è variabile. A questa incostanza si affianca l'irregolarità o la scarsità dei supporti in ambito amministrativo ed istituzionali, che mettono in crisi la continuità degli interventi. Per questo la prevenzione deve contare sulla qualità e la multidisciplinarietà delle competenze, e la sola informazione certamente non basta a cambiare atteggiamenti e comportamenti. Le campagne di prevenzione del tabagismo devono dunque essere integrate in una strategia globale<sup>4</sup>. Di fatto occorre contrasta-

re in una qualche maniera la promozione incessante dei grandi produttori del tabacco verso i giovanissimi, che per l'80% sperimentano il fumo prima dei 18 anni. Rimane importante studiare e analizzare le dinamiche affettivo-relazionali giovanili, definendo con chiarezza gli obiettivi e gli indicatori di efficacia. C'è comunque bisogno di campagne per adulti e giovani, a cui si dovrà parlare come a degli adulti, utilizzando i mezzi di comunicazione più adeguati.

Nel tentativo di esplorare nuove vie, la SITAB ha cercato di permeare contesti del tutto nuovi e di veicolare messaggi di salute attraverso l'utilizzo di linguaggi alla portata di tutti, condivisi dai giovani, che si discostino il più possibile dall'immagine "austera" e "mutilante" della prevenzione. L'obiettivo è migliorare la salute, la qualità di vita e la sua durata, alimentando una cultura della salute che non sia frutto di moralismi e salutismi.

Da qui la ricerca di testimonial e di figure che in qualche modo abbiano un forte impatto e grande presa sugli organi di informazione e sul pubblico, in particolare quello giovanile. Questo viaggio ha portato ad avvicinarci al mondo dell'estetica (moda e bellezza)<sup>5</sup>. L'occasione ci è stata offerta da "Miss Universo", e proseguendo su questa linea siamo approdati a "Miss Mondo" e a "Mr. Centocelle".

In questa sede descriveremo l'impegno nel conseguire una serie di obiettivi tra cui quelli già citati:

- sfruttare contesti che riscuotono maggiore interesse da parte dei Media;
- dare vita a messaggi in grado di raggiungere un target di popolazione più ampio e vario;
- esplorare percorsi e linguaggi nuovi rispetto a quelli tradizionali o convenzionali.

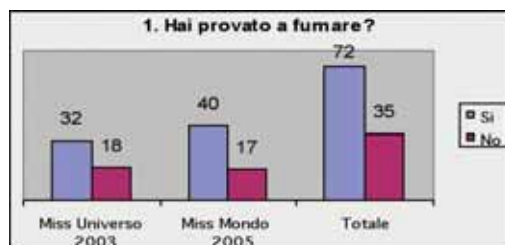
Si è dunque voluto proseguire con l'indagine iniziata in occasione del concorso Miss Universo 2003, che si proponeva di indagare atteggiamenti, stili di vita e conoscenze sul Tabagismo delle partecipanti alla fase finale<sup>6</sup>.

### Materiali e metodi

Durante il concorso "Miss Mondo" 2005 si è provveduto ad analizzare gli stili di vita e le conoscenze delle ragazze in merito al Tabagismo attraverso la somministrazione dello stesso questionario utilizzato nel 2003<sup>6</sup>, composto da un totale di 20 domande di cui alcune dicotomiche del tipo "sì-no" e "vero-falso", altre aperte per le cui risposte si è provveduto alla costruzione di categorie di analisi, ed altre in cui veniva richiesto di indicare l'importanza di una serie di problematiche elencate. I dati raccolti sono stati analizzati dal punto di vista qualitativo.

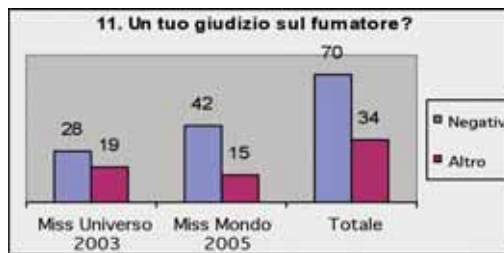
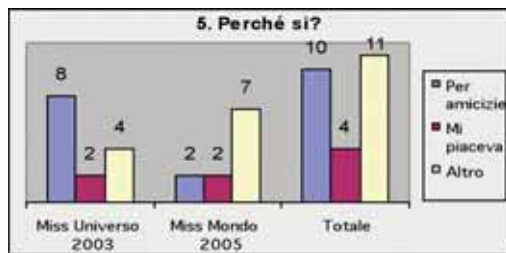
Il campione esaminato delle finaliste di Miss Universo 2003 era composto da 50 ragazze; quello di Miss Mondo è stato di 57 concorrenti.

## Analisi del questionario Miss Mondo 2005 e Confronto con i dati Miss Universo 2003



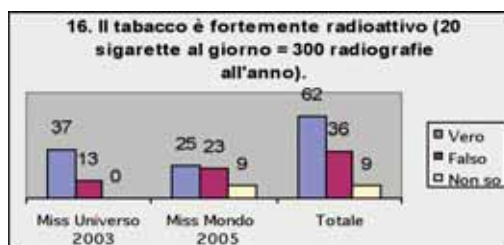
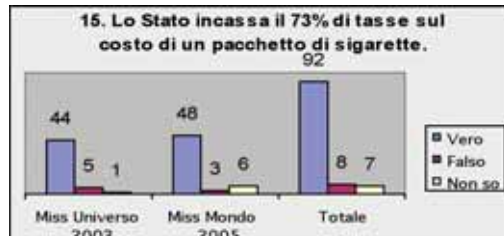
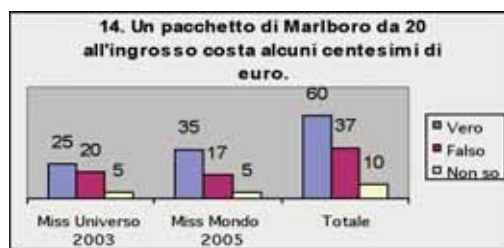
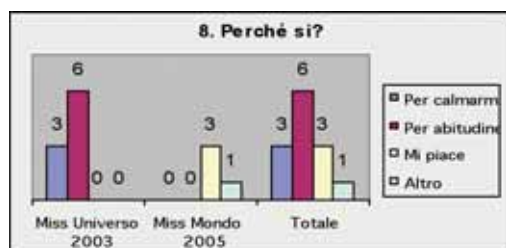
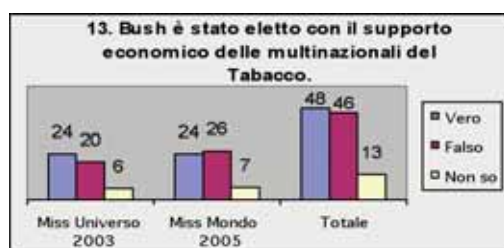
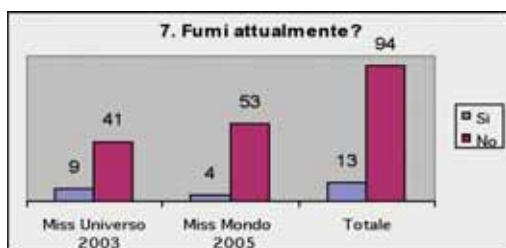
2. A CHE ETÀ?			
	Miss Universo 2003	Miss Mondo 2005	Totale
Età media	16 anni	15 anni	15,5 anni





**12. INDICA PER CIASCUNA DI QUESTE PROBLEMATICHE IL VALORE DI IMPORTANZA SOCIALE DA 1 A 5**

	Miss Universo 2003	Miss Mondo 2005
Inquinamento	Massima	Medio-Grande
Elettromagnetismo	Media	Media
Tabagismo	Media	Medio-Grande
Tossicodipendenza	Medio-Grande	Medio-Grande



## Risultati e discussione

L'esigua numerosità del campione non ci permette di effettuare disamine scientifiche né di ottenere risultati statisticamente significativi; si evidenzia però il fatto che siamo di fronte ad un campione fortemente selezionato, derivante da numerose votazioni da

parte di pubblico e giurie e tratto da un ambito particolare e chiuso (le ragazze sono state sottoposte al questionario proprio perché partecipanti al concorso). I dati ci offrono dunque l'opportunità di esplorare un piccolo contesto che, considerando anche i risultati ottenuti dall'analoga indagine da noi

condotta nel 2003 può farci costruire delle ipotesi sul consumo di tabacco all'interno del mondo della Moda, che merita una vigile considerazione poiché, come sappiamo, è insieme a quello dello Sport particolarmente capace di catturare l'attenzione e l'emulazione dei giovani.

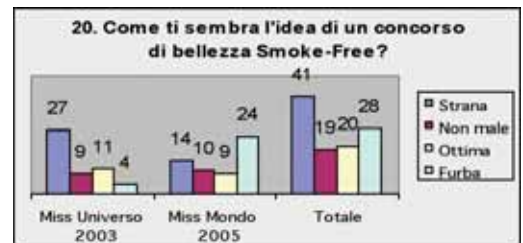
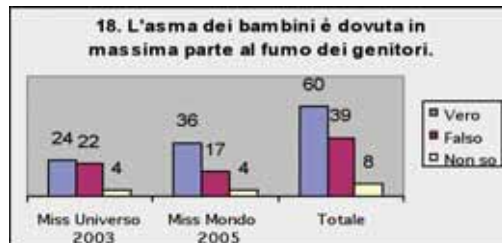
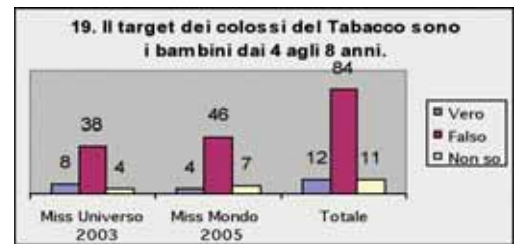
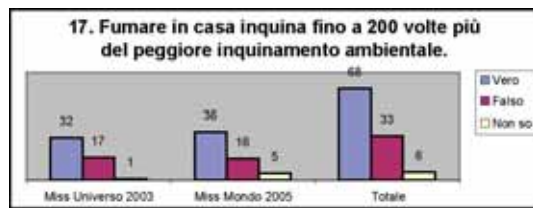
Il 70% delle ragazze (40 su 57) dichiara di aver provato almeno una volta a fumare, percentuale considerevolmente superiore a quella registrata nel 2003 (64%) (fig. 1). L'età media in cui ciò è avvenuto è di 15 anni (d.s. = 2) (fig. 2) ed il contesto della sperimentazione è quello grupale (67%) (fig. 3). Nella voce "altro" sono incluse alcune risposte degne di un commento: 2 ragazze, infatti, hanno fumato la prima sigaretta proprio durante un concorso di bellezza; sconcertante è poi la dichiarazione di una ragazza che ha provato per la prima volta "grazie" ad una sigaretta offertale da suo padre. Solo 11 ragazze su 29 (27%) hanno continuato a fumare (fig. 4), adducendo motivazioni prevalentemente legate alla condivisione amicale e all'accettazione da parte degli altri ("per farmi notare"); tra queste, inoltre, solo 2 dichiarano di aver continuato per piacere (fig. 5). Tra coloro che non hanno dato un seguito alla prova la motivazione prevalente è legata alla salute e ai danni che il fumo può provocare (15 su 29), nonché all'assenza di piacere nel fumare (8 su 29) (fig. 6).

Sebbene non rappresentativi, i dati complessivi (cioè sul campione totale di 107 ragazze, 2003+2005) sin qui riportati sono sovrapponibili alla tendenza generale ad attuare un comportamento

esploratorio da parte della maggioranza degli adolescenti nei confronti della sigaretta (2 su 3 provano; nostro campione = 67%) e a proseguire da parte di una minoranza di questi (1 su 3 acquisisce l'abitudine al fumo e diventa dipendente; nostro campione = 34%).

Un'altra osservazione da fare riguarda l'attribuzione a fattori esterni della prosecuzione dell'abitudine al fumo (amici ecc...) rispetto ad una maggiore presa di coscienza personale che sembra caratterizzare il gruppo di chi non ha proseguito (attenzione verso la propria salute, mancanza di piacere nel fumare).

Interessante inoltre notare che la maggior parte delle ragazze che hanno continuato a fumare ha comunque smesso successivamente, tanto che al momento della somministrazione solo 4 ragazze sul totale di 57 erano fumatrici, corrispondente al 7%, percentuale decisamente inferiore a quella relativa alla popolazione generale (25%) e a quella relativa all'analogo campione del 2003 (18%) (fig. 7). Il primo dato sembra confermare l'ipotesi per cui "le rilevanti motivazioni di autoaffermazione presenti nel gruppo esaminato giocano un ruolo significativo nella scelta delle modalità di coping e nella opzione verso il consumo di droghe; in altre parole si potrebbe ipotizzare che ad una maggiore intensità di autoaffermazione possa corrispondere una maggiore autostima e di conseguenza una minore ricerca di stampelle psico-sociali"(6); considerando il campione complessivo, infatti, l'87% delle ragazze è costituito da non fumatrici. Il secondo aspetto, relativo alla riduzione del numero di fumatrici rispetto al precedente campione, ci porta a credere che l'iniziativa di rendere smoke-free il concorso in maniera stabile nel tempo (dal 2002) possa in qualche modo aver veicolato nelle ragazze stesse il messaggio di incompatibilità dei concetti di bellezza, giovinezza, freschezza e quindi libertà con la dipendenza da una droga come il



Presidente SITAB alla premiazione di Mr. Centocelle Smoke Free



Miss Mondo - Italia 2005: premiazione di Sofia Bruscoli



Santa Maria di Leuca (LE): la giuria del concorso

tabacco. Tra le fumatrici, 3 dichiarano di provare piacere nel fumare, mentre 1 lo fa per "paura di ingrassare", dimostrando di nascondersi dietro il falso mito che vuole che il fumo di sigaretta faccia dimagrire (fig. 8); le motivazioni addotte verso la scelta di non fumare (93%) riguardano prevalentemente il disgusto verso il fumo ed il suo odore e la consapevolezza dei danni che esso può provocare (fig. 9). Rispetto al campione del 2003, è interessante notare come la motivazione delle scelte di fumare o di non farlo non viaggi lungo la dicotomia "utile-inutile": le fumatrici di Miss Universo 2005, infatti, gli attribuivano una sorta di proprietà terapeutica e in particolare un'azione calmante; le non fumatrici, di contro, affermavano di non aver bisogno del fumo.

Il giudizio delle ragazze sul Fumo è negativo (95%) e varia dalla considerazione della sua pericolosità, alla sua sgradevolezza, all'inutilità fino alla considera-

zione di questo come "mezzo per autodistruggersi" (fig. 10). Il 74% delle ragazze esprime un giudizio negativo anche sul fumatore, considerato prevalentemente come un dipendente, un debole, privo di volontà e di autostima, uno stupido (fig. 11). Complessivamente si registra un parere negativo più verso il fumo (90%) che verso chi fuma (67%).

Rispetto ai dati del precedente campione è sensibilmente cresciuta la consapevolezza dell'importanza sociale della problematica Tabagismo ("medio-grande"), a conferma dell'impatto delle recenti campagne mediatiche e legislative (fig. 12). La sua gravità è considerata al pari di inquinamento e tossicodipendenze, aspetti che godono di un maggior risalto da parte dei Media nonostante il numero delle vittime da essi causate sia di gran lunga inferiore agli 80-90.000 decessi l'anno attribuibili al fumo nel nostro Paese. Le ragazze si sono invece mostrate più sensibili verso la "guerra",

problema di grande attualità, e l'AIDS, attribuendo loro una importanza massima.

Il campione attuale ha mostrato di avere una discreta conoscenza della maggior parte degli aspetti relativi alle multinazionali del Tabacco ed ai danni Fumo-correlati (figg. 13/18), ma ha quasi completamente negato la possibilità che i grandi produttori orientino il marketing sui giovanissimi per "rimpiazzare" le numerose vittime causate dall'unico prodotto in commercio legale, in grado di uccidere un consumatore su due (fig. 19).

Riguardo al concorso *smoke-free* 2005, 19 ragazze su 57 hanno trovato l'iniziativa positiva, 14 hanno espresso incertezza e infine 24 l'hanno definito "furbo", probabilmente coscienti dell'impatto che questo può avere sui giovani.

## Conclusioni

I dati ottenuti mediante la somministrazione del questionario alle finaliste di "Miss Mondo - Italia" 2005 confermano sostanzialmente quelli rilevati in occasione di "Miss Universo" 2003, e ci permettono di riscontrare che all'interno di contesti in cui dominano il desiderio di auto-affermazione e l'attenzione alla immagine esteriore, esiste una scarsa prevalenza della dipendenza tabagica. In considerazione del ridotto campione a disposizione, si ritiene comunque opportuno proseguire l'indagine in occasione dei prossimi concorsi al fine di ottenere un più ampio e preciso quadro delle abitudini e delle conoscenze in merito al tabagismo in un ambito particolare come quello della moda e dello spettacolo al femminile, e di effettuare degli interessanti confronti con altri specifici contesti.

## Bibliografia

1. Istituto per le ricerche statistiche e l'analisi dell'opinione pubblica "Doxa" 2005. [www.iss.it](http://www.iss.it): "FAQ. Chi fuma oggi in Italia".
2. Poropat C, Montina GL, Tominz R, Zagà V, Ticali S, Ciarfeo Purich R. I numeri del tabagismo in Italia e in altri stati: un confronto critico, in *Tabaccologia* n. 1/2003, pagg. 20-28.

3. [www.saluteeuropa.it](http://www.saluteeuropa.it): "Campagna europea "HELP- Per una vita senza tabacco".
4. Tinghino B. La valutazione dei progetti di prevenzione, in Mangiaracina G, Ottaviano M. La prevenzione del Tabagismo, Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori, 2004.
5. Ferrini C. Belle d'Italia in gara per Miss Mondo, in *Radiocorriere TV*, n. 38/2005, pag. 32.

<http://news2000libero.it>: "Bellezza Smoke-Free". [www.missmondo.it](http://www.missmondo.it): News del 18-09-05.

6. Nicoletti S, Taroni I, Zagà V, Mangiaracina G. Valutazioni preliminari relative al progetto "Miss Universo Smoke-Free - Italia", in *Tabaccologia* n. 2/2003, pagg. 15-20.