

Abbiamo visto: INSIDER

con Al Pacino, Russel Crowe e Christopher Plummer, diretto da Michael Mann.

di Paolo Crosignani

Nel novembre 1995 la trasmissione televisiva "60 minuti" parlò della vicenda legata alla conoscenza da parte della industria del tabacco della dipendenza indotta dalla nicotina. Tuttavia qualcosa non fu mandato in onda e si trattò dell'intervista di Jeffrey Wigand, già manager della Brown & Williamson (una delle maggiori compagnie americane del tabacco), in cui Wigand documentava che "i sette nani", cioè i sette capi delle compagnie americane del tabacco, avevano giurato il falso durante una deposizione al Congresso affermando di non conoscere il fatto che la nicotina desse dipendenza. La rete televisiva CBS non mandò in onda questa esplosiva intervista per timore di azioni legali. La storia divenne comunque di dominio pubblico tramite la stampa. Quattro anni dopo il film ripercorre la vicenda. Due ore e mezza senza i classici "colpi di scena" ma in cui la tensione viene mantenuta altissima. Da tutta una serie di utilizzi della legge da parte della Brown & Williamson per impedire "legalmente" la deposizione di Wigand di fronte ad un tribunale. Quello che può lasciare perplesso lo spettatore italiano è che Wigand non è tutelato dalla legge americana, ed anzi viene addirittura minacciato di arresto, per oltraggio alla corte di un altro stato, se deporrà come gli è stato chiesto dalla Procura. Un altro elemento di stupore è la totale mancanza di enti pubblici: né il Ministero della Sanità né altri compaiono nella vicenda. Wigand è solo, contro lo strapotere e le minacce della Brown & Williamson e la "vittoria" di Wigand consisterà alla fine solo nel fatto di vedere riconosciuta per vera la sua intervista. Un po' poco per chi desideri un finale con il castigo dei colpevoli ed il premio per il nostro eroe. Ma è una storia vera.

e...a proposito di films

abbiamo visto anche "Erin Brockovich: la forza della verità". Tra le tante perplessità che suscita questo film (assenza di controlli da parte degli enti pubblici, "vittoria" finale che consiste solo nel risarcimento delle vittime e in due milioni di dollari alla protagonista) vi è la scena iniziale. I primi fotogrammi infatti indulgiano sull'eroina del film che si fuma una sigaretta. Durante tutto il resto del film, la protagonista non fumerà più. A cosa serve la scena iniziale? A caratterizzare la figura positiva del film come una fumatrice. E perchè lo sceneggiatore ha ritenuto di iniziare il film proprio con quella scena? Qui gatta ci cova...

HOLLYWOOD E TABACCO

di Elvira Calcagno

Chi decide di includere il fumo di tabacco nella scena di un film?

E' questo il tema della bella ricerca pubblicata sul numero 4, 1999 della rivista "Tobacco Control", realizzata attraverso una serie di interviste "strutturate" rivolte a sceneggiatori, attori, registi, produttori ed altre persone che operano nell'industria cinematografica e televisiva.

Una precedente ricerca, sul n.6/97 di Tobacco Control, ha mostrato che l'uso di tabacco nel cinema è aumentato nell'ultimo decennio. Ma alcuni intervistati non sono d'accordo, sostenendo che in un confronto con le pellicole degli anni '50 e '60, e ancora di più con quelle degli anni '30 e '40 (quando l'attore con il bicchiere in una mano e la sigaretta nell'altra evocava "fascino"), le scene in cui si fuma oggi sono in numero minore, data la tendenza alla disapprovazione sociale del fumo. Viene notata, anche, una sostanziale differenza tra le norme del cinema e della televisione: la legge della California, ad esempio, richiede ai luoghi di lavoro (compreso il "set" televisivo) di essere "liberi da fumo".

Recitazione e sigarette, un affare?

Prima del 1989 era abitudine per le "compagnie" del tabacco pagare per poter includere i propri prodotti in programmi di spettacolo. Famosi attori, come Sylvester Stallone, acconsentivano di usare sigarette di famose marche solo in cambio di un lauto compenso. In risposta alle critiche, nel 1989 l'industria del cinema arresta questa abitudine, sebbene ci siano prove che gli stanziamenti siano continuati fino agli anni '90. Per l'uso di sigari, dietro pagamento, si continuò fino al 1998. Nessuno degli intervistati parla di queste motivazioni, ma molti ammettono che ciò accade, per quanto non abbiano un'esperienza diretta. Ma è nel 1997 che l'ingiustificato uso del fumo nei film viene discusso al Senato degli Stati Uniti, dove Hillary Rodam Clinton ed il Vice Presidente Al Gore attaccano l'industria dello spettacolo, la quale, a sua volta, lancia una serie di iniziative volte al cambiamento di rotta.

umare marca i tratti del carattere di un personaggio?

La ragione più frequente per cui lo scrittore, il regista o l'attore decidono di rappresentare il fumo sta nel bisogno di marcare alcuni aspetti del carattere: nervosismo, sensualità, sofisticatezza, ribellione, imprudenza, debolezza, indifferenza, inferiorità sociale ecc. ecc. Soprattutto l'adolescente mentre aspira una sigaretta comunica con maggiore incisività la ribellione ed il desiderio d'indipendenza. Il fumatore adulto, al contrario, trasmette auto distruzione; la donna la si predilige fumatrice per esprimere sensualità. Per rappresentare lo status o "l'essere alla moda" si preferisce l'uso del sigaro. Anche per rendere una scena più realistica si può ricorrere al fumo: un bar, una stazione di polizia o uno specifico periodo storico.

Quanto e in che misura Hollywood può influenzare o modellare la società, i comportamenti?

Molti sminuiscono le responsabilità del cinema, in quanto il fumo è usato meno che, ad esempio, la violenza; altri sottolineano la responsabilità che si ha nei confronti degli adolescenti, dato l'aumento di fumatori tra i giovanissimi.

Qual' è il grado di consapevolezza sulla controversia?

Circa metà degli intervistati è ignara della questione, altri sono irritati dalle interferenze politiche nel loro lavoro. Il tema della libertà dell'artista è ricorrente: la sensibilità politica nei confronti dei rischi alla salute è vista come una censura nei confronti del loro lavoro.

Trovare nuove strategie nel sostegno ad una campagna contro il tabacco?

Il cinema deve adattarsi ai cambiamenti sociali. La sensibilità educativa verso produttori, scrittori, registi e tutti coloro che lavorano nel mondo dei media, sembra essere ancora la strada migliore. Anche perché alcuni addetti ai lavori fanno notare che marcare il carattere di un personaggio con una sigaretta in mano è un modo "pigro" di non escogitare altre vie per rappresentare il realismo.

Bibliografia

Hollywood on tobacco: how the entertainment industry understands tobacco portrayal. *Hollywood sul tabacco: come l'industria dello spettacolo comprende la rappresentazione del tabacco*. Tobacco Control 1999; 8:378-386

Il fumo è in aumento nei giovani. Cominciamo a pensarci...

di Paolo Crosignani ed Elvira Calcagno

La statistica

Dall'Indagine Multiscopo sulle Famiglie del 1995, condotta dall'Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT), risulta che il 25,3% degli italiani di età pari o superiore a 15 anni sono fumatori (1). Rispetto alle indagini precedenti, la percentuale di fumatori è aumentata, soprattutto nelle classi di età più giovani (15-24 anni) in entrambi i sessi. In particolare il confronto tra i dati del 1994 e del 1995 segnano un aumento del 7.9% nei maschi e del 3.8 nelle femmine. Secondo l'Annuario Statistico Italiano 1999 (ISTAT) nel 1998* i giovani, compresi tra i 15 ed i 24 anni, fumatori sono il 26.27 dei maschi ed il 15.43 delle femmine. Rispetto al 1995 si nota un ulteriore aumento nelle giovani fumatrici di quasi il 3% ed una lieve diminuzione nei maschi di circa 1.50%.

ETA' (anni)	MASCHI			FEMMINE		
	1994	1995	1998	1994	1995	1998
15-24	19.8%	27.7%	26.7%	9.9%	12.7%	15.5%
AUMENTO		+7.9%	-1%		+2.8%	+2.8%

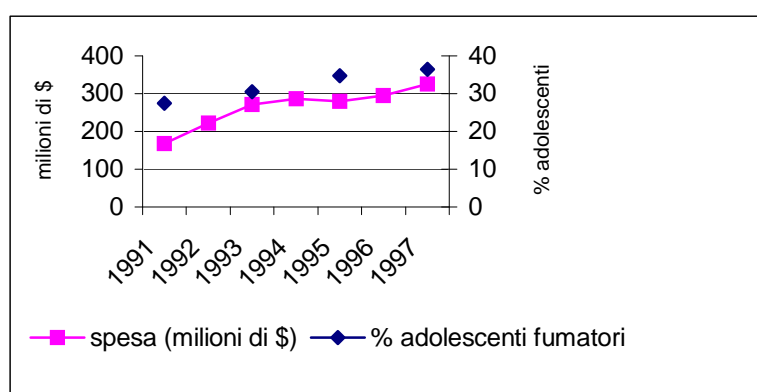
Lo studio denuncia che il preoccupante incremento del fumo nelle giovani generazioni riflette l'assenza di interventi, organizzati e strutturati, a livello legislativo e di sanità pubblica, sul problema del fumo in Italia.

Chi comincia a fumare nell'adolescenza e continuerà a fumare regolarmente, avrà un tasso di mortalità circa 3 volte più alto di chi fuma o rispetto a chi inizia a 25 anni o più. Metà morirà a mezza età, prima del compimento dei 70 anni, perdendo circa 22 anni di normale aspettativa di vita a causa di attacchi al cuore, infarti, cancro al polmone ed altre sedi, malattie dell'apparato respiratorio (2). Anche le persone che gli vivono accanto possono subire le conseguenze del fumo passivo (3). Questa assuefazione si instaura quando le capacità di scelte critiche sono minori.

La pubblicità diretta ai giovani

Nel 1999 la "Federal Trade Commission" degli Stati Uniti, nel suo rapporto annuale al Congresso della Nazione, ha presentato una dettagliata analisi dell'andamento dei consumi di tabacco e dell'impatto della pubblicità delle sigarette sui giovani. Tra il 1991 ed il 1997 l'aumento nell'investimento delle promozioni pubblicitarie dell'industria del tabacco vanno di pari passo con l'aumento dei fumatori tra gli adolescenti (4).

Anno	Adolescenti fumatori	Spesa in pubblicità (in milioni di \$)
1991	27,5%	168,52
1992		222,01
1993	30,5%	271,44
1994		287,24
1995	34,8%	278,99
1996		294,78
1997	36,4%	325,64



In Italia la pubblicità di sigarette è vietata ma le sponsorizzazioni di gare automobilistiche, motociclistiche ed altri eventi sportivi o concerti rock, oltre che la pubblicità indiretta di cinema e televisione (video musicali, riviste che riportano i loro idoli mentre fumano, ecc.) riflettono una sempre più sofisticata promozione del tabacco nei confronti degli adolescenti. Tutto ciò per superare, da parte delle multinazionali del tabacco, la crisi di vendite degli anni '80, grazie ad un diffuso movimento di opinione contro il fumo (5-6). I giovani risultano essere il miglior rendimento per l'industria del tabacco (7).

Esiste un gran numero di studi - Stati Uniti (8-10); Paesi Scandinavi (11); Gran Bretagna (12,13); Canada (14); ecc. - che hanno evidenziato una marcata evidenza della relazione tra le campagne di promozioni di vendita e la domanda di sigarette tra gli adolescenti (mentre non si notava una simile coincidenza tra gli adulti) e, soprattutto, sulla particolare sensibilità dei giovani alla pubblicità (la più famosa quella della "Camel" con il suo stile di cartone animato).

In California nel 1993 si è sperimentato su 1752 adolescenti (8), che non avevano mai fumato, l'influenza dei messaggi pubblicitari: a distanza di tre anni il 34% dei ragazzi, tra i 12 e 17 anni d'età, che fumavano avevano sperimentato il tabacco in risposta alle strategie di marketing delle multinazionali del tabacco che consistono in messaggi pubblicitari proiettivi, mostrando luoghi e situazioni, con caratteristiche di benessere ed elevato tenore di vita molto lontane da quelle dello spettatore, che provocano un "subconscio meccanismo di identificazione". Si tratta di una pubblicità che non insiste certo sul fatto che fumare fa bene, ma migliora il rendimento fisico: fumo-avventura, fumo-barca a vela, fumo-uomo forte, fumo-formula uno, ecc. Tutti messaggi diretti alla sfera istintuale della gente. Ciò significa che 700.000 adolescenti statunitensi ogni anno diventano dipendenti della nicotina grazie alla loro esposizione alla pubblicità di sigarette: sopraffatti dalla suggestione e dall'incanto di modelli verso i quali tendere ed assomigliare. Infatti le marche di sigarette più popolari tra gli adolescenti - Marlboro, Newport e Camel - sono proprio quelle per le quali si spende di più in pubblicità.

Perché i giovani fumano?

Sono numerosi anche gli articoli sulle ragioni per cui i giovani fumano: l'influenza degli amici (il gruppo dei pari), di un familiare, della società in generale (15-20); o per effetti indiretti quali l'autostima, la ribellione e avverse esperienze nell'infanzia (21-23).

Quali strategie di prevenzione?

Pure sono numerosi gli articoli sulle strategie di prevenzione in grado di promuovere sani stili di vita e di comportamenti tra i giovani: la legislazione sul divieto di fumo e di pubblicità; l'aumento del prezzo delle sigarette dato che per gli adolescenti questo è un disincentivo (24,25). In questa direzione si muove anche il Parlamento Europeo: secondo uno suo studio più le sigarette sono costose, meno i giovani si avvicinano al tabacco. Esiste poi il divieto di vendita ai minori (26) ed il bando dei distributori automatici, il ruolo determinante della scuola (27-30); gli interventi della comunità (31,32).

E i distributori automatici ?

Ma la legalità in Italia dei distributori automatici rende inoffensivi sia il divieto di vendere sigarette ai minori di anni 16, sia tutte queste precauzioni. Da uno studio (33) fatto negli Stati Uniti - Massachusetts, rivolto ad accertare l'abilità dei giovani (a seconda dell'età e del genere) di procurarsi tabacco a scapito dei divieti di vendita ai minori, risulta che in ragazzi tra i 12 ed i 17 anni, su 480 tentativi di acquisto di sigarette, presso i rivenditori e ai distributori automatici con o senza dispositivi di blocchi di chiusura, 167 hanno avuto un buon fine: 55 presso il rivenditore e 102 dai distributori automatici. Lo studio rivela una maggiore abilità da parte delle ragazze. Questo conferma che le vendite alle macchinette self service, rappresentano, per i giovani, il mezzo di rifornimento preferenziale. Un altro studio (34) condotto nel Wisconsin (Stati Uniti) tra il 1992-1995, su 455 tentativi di acquistare sigarette ai distributori automatici, documentati nel periodo, 343 (cioè il 75%) ebbero successo, anche perché solo 12 rivenditori su 55 (22%) erano in regola con le disposizioni della legge.

Purtroppo, non abbiamo riscontrato studi analoghi in Italia.

Vietare ai giovani l'accesso alle sigarette è una delle strategie di controllo più efficaci, oltre agli interventi educativi ed alle norme sanzionatorie contro i trasgressori del divieto di vendita ai minori (19). Eliminare una facile fonte di approvvigionamento di tabacco come i distributori di sigarette (è proprio quello che ha deciso di fare dall'anno prossimo la Germania) può aiutare, secondo una prospettiva di salute per le future generazioni, a ridurre la disponibilità sociale di tabacco ai minori.

La giurisprudenza

In Italia l'art. 730 del c.p. sulla somministrazione a minori di sostanze velenose o nocive, punisce la vendita o la somministrazione di sostanze stupefacenti a minore di anni 16 e di tabacco a minore di anni 14. La Corte di Cassazione, con sentenza del 1978, ritiene "legittima l'offerta al pubblico di sigarette, mediante macchine automatiche appositamente autorizzate, in quanto tale offerta non realizza un atto concreto di vendita o somministrazione di sigarette". Ancora, con sentenza del 1978, la Corte di Cassazione interviene sulla illegittimità del "sequestro ordinato dal pretore, ai sensi dell'art. 219 c.p.p., dei distributori automatici di sigarette...in quanto...non viene commesso alcun atto concreto di vendita o somministrazione di tabacco a minore degli anni 14...". Nel 1985 la Corte di Costituzionale sentenza sulla "inammissibilità della questione di legittimità costituzionale dell'art. 20, l. 8/8/1977 n. 556, nella parte in cui esclude dalla contravvenzione prevista dall'art. 730 c.p. i rivenditori di generi di monopolio che installano distributori automatici di sigarette ..."

Quindi, allo stato attuale, è perfettamente legittima "l'offerta" di sigarette mediante i distributori automatici. Esiste però un provvedimento del Ministero della Sanità del 17/12/98 che richiama il Ministero delle Finanze - Amministrazione Autonoma dei Monopoli di stato – ad intervenire consentendo l'eventuale installazione dei distributori automatici esclusivamente all'interno delle rivendite. Ma sembra che questo provvedimento non sia applicato.

Bibliografia

1. Pagano R, La Vecchia C, Decarli A: *Smoking in Italy, 1995*. Tumori, 84: 456-459, 1998
2. Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori: *Il fumo negli adolescenti*. Libro Bianco sul Fumo, 1999
3. Crosignani P: *Fumo Passivo*. Osservatorio sul Tabacco, 2 e 5: Maggio 1998 e Giugno 1999
4. Fisher L, Colditz GA: *Tobacco industry advertising and adolescent smoking (United States)*. Cancer Causes and Control 10: 639, 1999
5. DuRant RH., PhD, Rome ES., Rich M., Allred E, Emans SJ, Woods ER: *Tobacco and alcohol use behaviors portrayed in music videos: A Content Analysis*. American Journal of Public Health, 87, No. 7: 1131-1135, July 1997
6. Pellai A: *Adolescenti: Baccho, Tabacco e....Televisione*. Istituto Igiene e Medicina Preventiva, Università di Milano: Gea E-Newsletter, 10 – Marzo 2000
7. DiFranza JR, Librett JJ: *State and federal revenues from tobacco consumed by minors*. American Journal of Public Health, 89, No. 7: 1106-1108, July 1999
8. Pierce JP, Choi WS, Gilpin EA, Farkas AJ, Berry CC: *Tobacco industry promotion of cigarettes and adolescent smoking*. JAMA, 279, No. 7: 511-515, February 18, 1998
9. King III C, Siegel M, Celebucki C, Connolly GN: *Adolescent exposure to cigarette advertising in magazines*. JAMA, 279, No. 7: 516-520, February 18, 1998
10. Evans N, Farkas A, Gilpin E, Berry C, Pierce JP: *Influence of tobacco marketing and exposure to smokers on adolescent susceptibility to smoking*. Journal of the National Cancer Institute, 87, No. 20: 1538, October 18, 1995
11. Rimpela MK, Aaro LE, Rimpela AH: *The effects of tobacco sales promotion on initiation of smoking – Experiences from Finland and Norway*. Scandinavian Journal of Social Medicine, Supplementum 21 (49): 5-23, 1993
12. Klitzner M, Gruenewald PJ, Bamberger E: *Cigarette advertising and adolescent experimentation with smoking*. British Journal of Addiction to Alcohol & Other Drugs, 86 (3): 287-298, 1991
13. Aitken PP, Esdie DR: *Reinforcing effects of cigarette advertising on under-age smoking*. British Journal of Addiction to Alcohol & Other Drugs, 85 (3): 399-412, 1990
14. Spurgeon D: *Studies reveal increased smoking among students in Canada*. BMJ, 319: 1391, 27 November 1999
15. Wolfson M, Forster JL, Claxton AJ, Murray DM: *Adolescent smokers' provision of tobacco to other adolescents*. American Journal of Public Health, 87, No. 4: 649-651, April 1997
16. Kandel DB, Udry R: *Prenatal effects of maternal smoking on daughters' smoking: Nicotine or testosterone exposure?*. American Journal of Public Health, 89, No. 9: 1377-1383, September 1999
17. Hu T, Lin Z, Keeler TE: *Teenage smoking, attempts to quit, and school performance*. American Journal of Public Health, 88, No. 6: 940-943, June 1998
18. Ribisl KM, Norman GJ, Pitney BH, Howard KA: *Which adults do underaged youth ask for cigarettes?*. American Journal of Public Health, 89, No. 10: 1561-1564, October 1999

19. Sasco AJ, Kleihues P: *Why can't we convince the young not to smoke?*. European Journal of Cancer, 35, No. 14: 1933-1940, 1999
20. Glantz SA: *Preventing tobacco use – The youth access trap*. American Journal of Public Health, 86, No. 2: 156-158, February 1996
21. Brooks A: *Teenage girls start smoking to lose weight*. BMJ, 317: 366, 8 August 1998
22. Patton GC, Hibbert M, Rosier MJ, Carlin JB, Caust J, Bowes G: *Is smoking associated with depression and anxiety in teenagers?*. American Journal of Public Health, 86, No. 2: 225-230, February 1996
23. Anda R, Croft JB, Felitti VJ, Nordenberg D, Wayne HG, Williamson DF, Giovino GA: *Adverse childhood experiences and smoking during adolescence and adulthood*. JAMA, 282, No. 17: 1652-1658, 3 November 1999
24. Townsend J, Roderick P, Cooper J: *Cigarette smoking by socioeconomic group, sex, and age: effects of price, income, and health publicity*. BMJ, 309: 923-927, 8 October 1994
25. An LC, O'Malley PM, Schulenberg JE, Bachman JG, Johnston LD: *Changes at the high end of risk in cigarette smoking among US High school seniors, 1976-1995*. American Journal of Public Health, 89, No. 5: 699-705, May 1999
26. Rigotti NA, DiFranza JR, Chang Y, Tisdale T, Kemp B, Singer D: *The effect of enforcing tobacco-sales laws on adolescents' access to tobacco an smoking behavior*. The new England Journal of Medicine, 337, No. 15: 1044-1051, 9 October 1997
27. Balbach ED, Glantz SA: *Tobacco information in two grade school newsweeklies: a content analysis*. American Journal of Public Health, 85, No. 12: 1650-1653, December 1995
28. Reid D: *Failure of an intervention to stop teenagers smoking*. BMJ, 319: 934-935, 9 October 1999
29. Breslau N, Peterson EL: *Smoking cessation in young adults: age at initiation of cigarette smoking and other suspected influences*. American Journal of Public Health, 86, No. 2: 214-220, February 1996
30. Peters J, Hedley AJ, Lam TH, Betson CL, Wong C-M: *A comprehensive study of smoking in primary school in Hong Kong: implication for prevention*. Journal of Epidemiology and Community Health, 51: 239-245, 1997
31. Biglan A, Ary DV, Smolkowski K, Duncan T, Black C: *A randomised controlled trial of a community intervention to prevent adolescent tobacco use*. 24-32. Lantz PM, Jacobson PD, Warner KE, Wasserman J, Pollack HA, Berson J, Ahlstrom A: *Investing in youth tobacco control: a review of smoking prevention and control strategies*. 47-63. Tobacco Control, 9, No. 1: March 2000
32. Landrine HP, Klonoff EA, Alcaraz R: *Asking age and identification may decrease minors' access to tobacco*. Preventive Medicine, 25: 301-306, 1996
33. Fox J, Gothard M, Remington P: *Vending machine sales of cigarettes to children: results of compliance checks in Wisconsin, 1992-1995*. Wisconsin Medical Journal., 95, 2: 111-113, Feb. 1996
34. DiFranza JR, Savageau JA, Aisquith BF: *Youth access to tobacco: the effects of age, gender, vending machine locks, and "It's the Law" Programs*. American Journal of Public Health, 86, No. 2: 221-224, February 1996

L'Osservatorio sul Tabacco ha in corso una azione legale contro il Ministero delle Finanze al fine che questo imponga l'adozione di macchine distributrici con controllo dell'età dell'acquirente (ad es. tramite la verifica del codice fiscale)