



*Il tabacco continua ad uccidere 80mila italiani ogni anno nonostante le evidenze della ricerca scientifica. Agenzia Nazionale per la Prevenzione - ANP: “Basta fare gli interessi delle multinazionali del fumo”*



Roma, 4 aprile 2017 – I dati epidemiologici parlano chiaro: per fumo, alcol e gioco d’azzardo non c’è prevenzione in Italia e molti Paesi in cui prevale il dato economico più di quello scientifico. Mentre in Australia, Canada e Nord Europa si attuano strategie di eradicazione del tabagismo, dove un pacchetto di sigarette è arrivato a costare 18 euro per scoraggiarne l’acquisto dai giovani, nel nostro Paese persistono i distributori automatici dove le sigarette si comprano con la “tessera della salute” e dove i colossi del Tabacco finanziano la fondazione dell’ex premier Renzi.

A ciò si aggiunge una spudorata promozione del Fumo attraverso le reti della TV di stato, con fiction del tipo “Rocco Schiavone” e adesso “Gomorra”, dove gli atti-fumo sono prossimi a quelli del Grande Fratello del 2000: uno ogni 7 minuti come ha evidenziato una indagine di Garaffa e Coll. in collaborazione con l’Istituto Superiore di Sanità.

Come ha di recente ricordato il presidente Mattarella, il Cinema è cultura e veicolo di messaggi che educano alla vita e alla salute. La Scienza concorda, e l’Agenzia Nazionale per la Prevenzione, in collaborazione con la Fondazione Il Sangue di Milano, ha utilizzato proprio il Cinema come strumento di prevenzione nelle scuole.

Ma il Cinema è anche veicolo di comportamenti a forte rischio per la salute e per la vita. Il suo legame con il fumo in particolare è noto da decenni. Il Cinema e le fiction rappresentano il principale veicolo di reclutamento di giovanissimi fumatori. Persino i cartoni animati non sono stati risparmiati. Molti adolescenti iniziano infatti a fumare prima dei 14 anni. Ciò è assurdo se, per legge, chi ha meno di 18 anni non dovrebbe neanche poter accedere a tali prodotti.

“Se i minori di 18 anni non possono acquistare un pacchetto di sigarette dal tabaccaio o dal distributore automatico – spiega il prof. Giacomo Mangiaracina, presidente ANP e direttore della rivista Tabaccologia – perchè poi devono subire passivamente in televisione, da parte di star del cinema che diventano per loro modelli di vita, un processo di normalizzazione del fumo?”.

I registi si trincerano dietro a spiegazioni legate alla necessità di caratterizzare i personaggi messi in scena in base al contesto di riferimento. Ma pure ammettendo che la sigaretta possa entrare a far parte della sceneggiatura, non si capisce il motivo per il quale le sigarette invece che caratterizzare il personaggio, arrivino spesso a rubargli proprio la scena, diventando le vere protagoniste. E' ciò che accade nelle serie televisive di Gomorra dove su 24 episodi oltre un'ora di girato vede l'ingombrante presenza delle sigarette.

Nel contesto in cui è ambientato Gomorra si può pensare che sia 'normale' che gli attori fumino, ma la presenza di sigarette e fumatori è eccessiva. “E' normale – prosegue Mangiaracina – che il protagonista fumi costantemente una sigaretta elettronica? E' normale che ne spieghi il funzionamento alla madre? E' normale che si dichiari niente affatto interessato alla salute e che riprenda poi a fumare sigarette?”.

Si tratta forse di product placement? “In questo caso – conclude Mangiaracina – il marketing occulto deve prevedere che il prodotto venga preceduto da un avviso rivolto ai telespettatori. Di certo si finisce col proporre una subdola forma di behavioral placement. Abbiamo molte testimonianze di accordi tra produttori, registi e compagnie del Tabacco. Non importa che sia o meno visibile il brand, l'importante è che si fumi e che il comportamento ne esca normalizzato”.

E' giunto il momento di smettere di fare gli interessi delle multinazionali del tabacco. Servono verifiche da parte dei soggetti preposti al controllo, in modo che non venga legittimata questa eccessiva presenza di atti-fumo sulla televisione pubblica, o con un avviso ai telespettatori, o con restrizioni al solo pubblico adulto.

*fonte: ufficio stampa*