



Edoardo Altomare  
Domenico Galetta

# Cenere di Stelle

Cinema, fumo e adolescenti

C·A·R·T·H·U·S·I·A



*Ieri Humphrey Bogart e Lauren Bacall, oggi Ryan Gosling e Scarlett Johansson. Con poche eccezioni, e rinnovando un antico patto tra l'industria del tabacco e quella cinematografica, fumano tutte le principali star del cinema mondiale.*

*Si vedono scene di fumo nella maggior parte dei film realizzati negli ultimi anni, dalle grandi produzioni hollywoodiane alle pellicole girate in Francia, Gran Bretagna e Italia. L'obiettivo è quello di trasmettere al pubblico, in particolare a quello più vulnerabile degli adolescenti, un messaggio fuorviante: che la sigaretta favorisce le relazioni sociali, fornisce un senso di benessere e relax e rende più attraente il look di chi fuma.*

*È proprio nella fascia d'età dei teenager che le compagnie produttrici di tabacco, attraverso questa subdola alleanza con l'industria cinematografica, continuano a reclutare le future vittime del tabagismo. L'OMS ha già da tempo confermato che l'esposizione degli adolescenti a scene di fumo nei film è una questione di salute pubblica di primaria importanza. Questo libro pone l'accento sulla necessità di un sistema regolatorio, attualmente in vigore in altri Paesi ma inesistente in Italia, che limiti l'esposizione di bambini e ragazzi a film che contengano scene di fumo e sull'urgenza di un intervento su più fronti per contrastare l'improprio uso del cinema come mezzo di promozione del tabacco.*

Tiratura fuori commercio

Cenere di Stelle

**Q**uanto mi emoziona sedermi in una sala cinematografica. Quella piacevole sensazione di attesa prima della proiezione: attesa di rivedere attori noti in ruoli nuovi e attori nuovi in ruoli inaspettati; attesa di imprimere scene nella mente, accompagnate da musiche e parole, che spesso faranno parte del mio bagaglio di vita. È la passione per il cinema, passione comune a molti, ovviamente con sfaccettature diverse, che variano con l'età, il carattere e i nostri stili di vita: ma chi non ha una "sua" pellicola?

E poi c'è il lavoro con WALCE Onlus, che mi consente di realizzare progetti diversi a supporto dei pazienti affetti da neoplasia toracica e dei loro familiari.

Dal 2006 WALCE Onlus ha come obiettivo sensibilizzare, supportare, informare e prevenire. Prevenzione primaria significa eradicazione del fattore di rischio, ed eliminare il fumo di sigaretta significherebbe rendere raro quello che oggi è il maggior responsabile di decessi per malattia tumorale, ossia il tumore polmonare.

WALCE Onlus è fortemente impegnata nella campagna contro il fumo e *Cenere di Stelle* è un altro importante tassello in questa lotta. La possibilità di unire l'amore per il cinema con uno degli obiettivi principali dell'Associazione è stata un'esperienza unica e di grande valore. Questo breve saggio vuole essere una traccia per il lavoro complesso che educatori e insegnanti fanno quotidianamente con i ragazzi, con i nostri uomini e le nostre donne di domani, per aiutarli a leggere criticamente i messaggi di uno strumento al contempo emozionante e forte, quale può essere il cinema.

***Silvia Novello***

*Presidente dell'Associazione WALCE Onlus*



Edoardo Altomare  
Domenico Galetta

# Cenere di Stelle

**Cinema, fumo e adolescenti**

C·A·R·T·H·U·S·I·A



Gangster Squad · 2013  
© courtesy Langley Park Production

## Introduzione

*Fin da quando sono stati inventati, i film hanno guidato lo svolgersi delle cose in America. Essi mostrano cosa fare, come farlo, quando farlo, cosa provare quando lo si fa e come porsi verso ciò che si prova.*

(Andy Warhol)

Questo è un libro contro il fumo. Ma è anche un atto d'amore nei confronti del cinema, il più potente e coinvolgente fenomeno culturale esistente da più di un secolo a questa parte, insostituibile mezzo d'intrattenimento e, se usato bene, efficacissimo strumento educativo.

Proprio perché appassionati, anzi innamorati del cinema, abbiamo pensato di attirare l'attenzione dei nostri lettori sul cattivo uso che si fa del mezzo cinematografico quando lo si piega agli interessi dei produttori di tabacco, che ne sfruttano da tempo l'impareggiabile potere di influenzare le generazioni più giovani.

Il saggio è stato realizzato in totale condivisione con gli obiettivi e le molteplici attività dell'associazione WALCE (Women Against Lung Cancer in Europe) nel campo della prevenzione primaria, e mira a denunciare l'ingombrante presenza del fumo nei film, strategicamente perseguita dall'alleanza tra l'industria del tabacco e quella cinematografica: un fenomeno antico, che affonda le sue radici già nell'età d'oro di Hollywood e che è tornato a far sentire prepotentemente i suoi effetti negli ultimi anni.

I pediatri americani hanno di recente giustamente segnalato l'uso eccessivo di armi e scene di violenza nelle pellicole destinate anche a bambini e adolescenti<sup>1</sup>. Tuttavia è da almeno un decennio che gli specialisti d'Oltreoceano lanciano preoccupati allarmi sull'eccessiva presenza di fumatori e sigarette nei film, sottolineando come il cinema possa rappresentare un formidabile mezzo di promozione del fumo proprio nelle fasce d'età più giovani e vulnerabili. Le star che fumano sono viste dagli adolescenti come modelli da imitare, che si affiancano agli altri modelli (familiari e amici) nel favorire l'iniziazione al fumo. E la prima sigaretta si fuma in età sempre più precoce, entro i 14 anni, diventando una vera e propria abitudine verso i 16<sup>2</sup>. In Italia i fumatori sono circa 11 milioni e di questi quasi 5 milioni sono donne. Tabacco e fumo sono i più importanti agenti cancerogeni, tanto che ogni anno nel nostro paese sono riconducibili a patologie correlate al tabagismo almeno 80 mila decessi. L'OMS considera il fumo di tabacco come la prima causa di morte facilmente evitabile. Le dimensioni di questo problema di sanità pubblica impongono, in Italia così come nel resto del mondo, l'adozione di adeguate contromisure.

Le responsabilità dei media (cinema e tv in prima linea!) nel promuovere e sostenere l'abitudine tabagica e nell'indurre gli adolescenti a fumare sono infatti evidenti, come cercheremo di dimostrare

<sup>1</sup> A. Baldini, *L'allarme dei pediatri Usa: "Troppe armi nei film"*, "La Gazzetta del Mezzogiorno", 13 novembre 2013.

<sup>2</sup> U. Veronesi, *La grande sfida. Sconfiggere il cancro con la prevenzione, la cura e la ricerca*, I documenti del "Corriere della Sera", RCS, ottobre 2013.

nelle pagine che seguenti. Pochi film sfuggono ormai all'uso smodato di sigarette e ai subdoli "segnali di fumo" strategicamente affidati sugli schermi ai divi del cinema più popolari e influenti: una vera epidemia che minaccia la salute delle nostre generazioni più giovani. Occorre introdurre regole più severe che, per esempio, limitino l'accesso di bambini e adolescenti a film che contengono non solo scene di violenza o sesso, ma anche scene di fumo pretestuose o ingiustificate. Sarebbe opportuno inserire spot antifumo che, allo stesso modo di quelli antipirateria (già da tempo utilizzati), precedano l'inizio di film valutati come troppo "indulgenti" nei confronti del fumo. Sarebbero certamente utili campagne di comunicazione sociale che promuovano stili di vita *smoke-free*. Inoltre è necessario tenere alto il livello di sensibilizzazione sul problema tabagismo tra i professionisti della salute (camici bianchi), dell'educazione (insegnanti) e dell'informazione (giornalisti) più direttamente coinvolti. È tempo di agire, a tutti i livelli. Parafrasando il titolo di un vecchio film: i bambini e i ragazzi ci guardano.

## Premessa

### SCENA 1: AVATAR

Il kolossal fantascientifico *Avatar* è attualmente il film che ha incassato di più nella storia del cinema e può essere considerato come il più popolare di tutti i tempi. Nel dicembre del 2009, anno della sua pro-

duzione, la pellicola è stata distribuita nei cinema di tutto il mondo. In una delle sequenze iniziali, che si svolge in una base scientifica localizzata in un lontano futuro (il 2154) su un remoto pianeta, l'attrice Sigourney Weaver (Grace, scienziata ecologista con un ruolo preminente nella storia) si risveglia in una sorta di capsula del sonno e, levandosi in piedi, chiede a voce alta: «Chi ha la mia dannata sigaretta?». Gliene passano una, lei l'accende e si mette a fumare in modo ostentato mentre discute con altri personaggi, in un ambiente di lavoro nel quale l'atto di fumare appare come una forzatura fuori dal contesto. Messo alle strette, il regista James Cameron ha tentato di giustificarsi sostenendo di aver voluto dimostrare, ponendosi nella prospettiva del suo personaggio, che Grace non si preoccupa del suo corpo umano ma solo del suo Avatar<sup>3</sup>.

## SCENA 2: REMEMBER ME

*Remember me* è un dramma sentimentale firmato nel 2010 dal regista Allen Coulter. Ambientato a New York, qualche mese prima dell'11 settembre 2001, il film racconta l'incontro, favorito da uno scherzo del destino, tra Tyler, giovane e ribelle rampollo (interpretato da Robert Pattinson, star della serie *Twilight* e idolo delle teenager), e Ally, orfana di madre. Novello James Dean, Tyler fuma in maniera ripetuta e quasi impudente per tutto il film. Persino nel

---

<sup>3</sup> A. Lyons, J. Britton, *Protecting young people from smoking imagery in films: whose responsibility?*, "Thorax", 2011, 66: 844-846.

trailer, in cui si riporta un suo scambio di battute con una segretaria che gli ricorda: «Non si può fumare». Lui obietta: «C'è un posacenere!». E la ragazza di rimando: «Quello è un vaso!».

Alle critiche piovute sull'indiscriminato abuso di tabacco nella pellicola, i produttori di *Remember me* hanno risposto evidenziando due fattori che, a loro modo di vedere, attenuano l'impatto negativo delle scene di fumo:

- 1) Tyler nel film è un adulto ventunenne, quindi d'età abbastanza distante da quella degli adolescenti che potrebbero essere negativamente influenzati dai suoi comportamenti;
- 2) il giovane protagonista viene costantemente criticato da altri personaggi della storia che evidenziano i rischi per la salute legati al consumo di sigarette<sup>4</sup>.

## SCENA 3: EDUCAZIONE SIBERIANA

Si vede e si respira troppo fumo anche nell'ultimo film di Gabriele Salvatores, tratto dal romanzo di Nicolai Lilin. La pellicola è di produzione italiana ed è stata distribuita nelle sale alla fine del febbraio 2013. È vero, l'*Educazione siberiana* impartita ai protagonisti della storia, un quartetto di ragazzi moldavi, si fonda soprattutto sul rispetto di rigide regole d'onore e sul valore e il significato dei tatuaggi, ma, a parte la pipa di nonno Kuzja (John Malkovich), le sigarette compaiono troppo spesso in diversi passaggi del film: quan-

---

<sup>4</sup> *Ibidem*

do il giovane Gagarin fuma in presenza dei suoi tre amici e passa la sigaretta a uno di loro, per esempio, oppure quando una sigaretta accesa viene minacciosamente avvicinata agli occhi di Kolima da un funzionario di polizia nel corso di un interrogatorio.

#### **SCENA 4: QUASI AMICI**

Clamoroso il successo di botteghino che il pubblico ha tributato a questa pellicola, sia in Francia (paese in cui è stata prodotta e dove risulta il terzo film più visto in assoluto) che in Italia. Girato nel 2011 da una coppia di registi (Olivier Nakache e Éric Toledano) e basato su una storia vera, il film racconta l'amicizia tra Philippe, un uomo molto ricco reso tetraplegico da un incidente, e Driss, il suo assistente personale di origine senegalese. Il badante fuma spesso e volentieri, soprattutto nei momenti di riflessione o difficoltà. La pellicola, briosa, accattivante e destinata a una visione che non prevede alcuna restrizione d'età, risulta però diseducativa per gli spettatori più giovani, poiché assomma le caratteristiche di simpatia, esuberanza e trasgressività in un personaggio che ha anche la cattiva abitudine di accendersi una sigaretta ogni volta che può.

Si tratta solo di alcuni esempi, scelti tra quelli più recenti riguardanti film di grandissimo richiamo e per questo visti negli ultimi tre anni da milioni di adolescenti in tutto il mondo (eccetto quello di produzione italiana, che pare non aver ottenuto un grande riscontro al botteghino), che sembrano ignorare i preoccupati appelli e i richia-



mi, lanciati da medici ed esperti in comunicazione, sull'esigenza di tutelare bambini e ragazzi dall'esposizione a scene che inducano per emulazione a "sperimentare" la prima sigaretta.

Alcuni anni or sono l'autore di un articolo apparso sull'*Herald-Tribune* ha fornito cifre impressionanti: l'industria del tabacco uccide ogni anno 439 mila americani, mentre la visione di scene di fumo nei film genera legioni di nuovi fumatori (390 mila all'anno) di età inferiore ai 18 anni, che vanno idealmente a rimpiazzare quelli deceduti<sup>5</sup>.

Già nel 2008, del resto, il prestigioso National Cancer Institute si era espresso chiaramente a proposito della quantità di dati provenienti da studi trasversali, longitudinali e sperimentali assai esplicita nell'indicare una relazione causa-effetto tra l'esposizione a scene di film nelle quali attori e attrici fumano e l'iniziazione al fumo negli spettatori più giovani. Ancora più recenti e sempre più numerose negli ultimi anni sono apparse, nella letteratura scientifica internazionale, le conferme dell'esistenza di una diretta correlazione tra la visione di film che includono sequenze in cui si fuma, in maniera più o meno ostentata, e la precocità del primo approccio alla sigaretta da parte degli spettatori più immaturi, in particolare gli adolescenti. Studi condotti negli Usa, in Nuova Zelanda, in Messico ma anche in Germania dimostrano che veder fumare gli attori sullo schermo spinge i giovani verso il fumo e che si può parlare di un effetto dose-risposta, cioè quanto più fumo gli adolescenti vedono al cinema tan-

<sup>5</sup> C. Bruce, *Power of the cinema is leading young people to smoke*, "Herald-Tribune", edizione online, 4 febbraio 2010.

to più aumentano le probabilità che inizino a fumare.

La quantità di dati sull'argomento è tale che si potrebbe affermare che è proprio al cinema, assistendo alla proiezione di film di grande impatto emotivo, come quelli già citati, che i nostri ragazzi imparano o vengono spinti a fumare.

Negli ultimi anni le star del cinema hanno continuato imperterrite a fumare in tutta una serie di pellicole, anche di grande pregio artistico, la cui visione è stata consentita a tutti dalla mancanza pressoché totale di una specifica regolamentazione a proposito<sup>6</sup>. Una mancanza che si avverte in particolare in Italia, dove la presenza di scene di fumo non rappresenta un criterio per decretare un divieto di visione alle fasce d'età ritenute più vulnerabili.

## 1. Ciak, si fuma!

### DA IERI...

Vista la premessa si potrebbe affermare, riadattando un celebre titolo popperiano sulla tv, che il cinema è un cattivo maestro. E non senza fondate ragioni. Già nella "Golden Age" del cinema americano, in particolare negli anni Trenta e Quaranta, le stelle di

<sup>6</sup> Il fenomeno è avvertito in egual misura negli Stati Uniti e nei paesi dell'Unione Europea. Anzi, alcuni autori segnalano una peculiarità riguardante una maggiore presenza di scene di fumo nei film britannici considerati adatti ai ragazzi, rispetto a quelli statunitensi. Come conseguenza si produrrebbe una più cospicua frazione di giovani che fumano "a causa dei film" in Gran Bretagna che negli Usa.



Perdutamente tua · 1942  
© courtesy Warner Bros

Hollywood vennero pagate con migliaia e migliaia di dollari dalle compagnie produttrici di tabacco per promuovere nei film le proprie marche: è quanto ha scoperto e pubblicato su una rivista scientifica un team dell'UCSF (University of California, San Francisco) guidato da Stanton Glantz, autore di molti studi e libri sul tabagismo. L'elenco degli attori e delle attrici che sono stati "assoldati" dall'industria del tabacco (l'American Tobacco produttrice delle Lucky Strike, per esempio, avrebbe sborsato più di 1.600.000 dollari) comprende più di duecento nomi, tra i quali figurano star leggendarie quali John Wayne, Clark Gable, Spencer Tracy, Gary Cooper, Barbara Stanwyck, Myrna Loy e Joan Crawford<sup>7</sup>.

La ricerca si è concentrata sul periodo compreso tra il 1927 e il 1951, ponendo particolare enfasi su film celebrati come *Casablanca* e *Now, Voyager* (distribuito in Italia con il titolo *Perdutamente tua*). Girati entrambi nel 1942, questi film sono accusati di aver favorito e sostenuto nel tempo la tolleranza del pubblico nei confronti del tabagismo, a causa delle ripetute e spudorate scene di fumo. La sequenza finale di *Now, Voyager*, con Bette Davis e Paul Henreid, ne offre un'idea precisa.

Nei decenni dal 1950 al 1990 la frequenza di scene di fumo nelle pellicole ha registrato una diminuzione, per poi risalire bruscamente (anche se alcuni autori sostengono addirittura che la tendenza si

---

<sup>7</sup> 'Golden Age' stars paid thousands to smoke, Digitalspy.co.uk, 25 settembre 2008.

sarebbe invertita già a partire dai primi anni Ottanta). Glantz osserva, a tal proposito, che negli Usa le attuali percentuali di fumatori nei film, confrontate con quelle della popolazione generale, appaiono simili a quelle registrate all'inizio degli anni Sessanta, prima della pubblicazione del rapporto ufficiale statunitense che stabiliva un nesso inequivocabile tra fumo e morte precoce.

Come riportato nel libro *L'imperatore del male. Una biografia del cancro* dall'oncologo Siddhartha Mukherjee (ricercatore della Columbia University di New York che proprio con questa pubblicazione ha vinto il Premio Pulitzer 2011), il suddetto rapporto, che sanciva la correlazione incontrovertibile tra fumo e tumore al polmone, fu redatto da un comitato di esperti nominato dall'allora ministro della Salute Luther Terry e reso pubblico a Washington nel gennaio del 1964.

Negli ultimi 20-30 anni si è assistito dunque a un ritorno di fiamma (e fumo) nelle pellicole, una nuova impennata, che continua tuttora, caratterizzata da una presenza ormai dilagante di sigarette e fumatori nei film; peraltro costante e abituale nelle pellicole indirizzate agli spettatori più giovani rispetto a quelle che hanno come target un pubblico più adulto.

Da una ricognizione effettuata negli Stati Uniti su 137 film di cassetta distribuiti nel 2010 è emerso che scene di fumo erano presenti nel 45% di tutte le pellicole, nel 31% di quelle etichettate come G, PG o PG-13 e nel 71% dei film classificati come R (per la classificazione si veda la tabella 2, pag. 36).

## Un passo avanti e due indietro

Una recente analisi condotta dai prestigiosi CDC (Centers for Disease Control and Prevention) statunitensi e pubblicata nel 2011 ha mostrato, per il quinquennio 2005-2010, una flessione nel numero di scene di fumo contenute nei film americani destinati ai giovani e classificati come PG-13: da 2.093 a 595.

L'epidemiologo Stanton Glantz per l'occasione ha fatto persino i nomi dei tre *studios* hollywoodiani che in quell'arco temporale hanno meritoriamente ridotto il numero di *smoking incidents*: Time Warner, Disney e Comcast/Universal.

Vale la pena di ricordare che con il termine di *smoking* (o *tobacco*) *incident* i ricercatori del settore indicano la comparsa di un "richiamo" al tabacco in una scena di un film (per una migliore definizione delle differenze tra *tobacco episode*, *incident*, *occurrence* e *impression* si rimanda a specifiche pubblicazioni).

Gli stessi CDC però, in successive comunicazioni, hanno dovuto registrare e malinconicamente prendere atto del verificarsi nel 2011 così come nel 2012 di un nuovo rapido e marcato incremento delle scene di fumo nei film, che ha cancellato la promettente tendenza del quinquennio precedente.

Le cifre di questa nuova *escalation* sono disponibili sul sito dei CDC alla voce "Smoking in the Movies".

## ... A OGGI

**Cosa è accaduto negli ultimi tre anni, dal 2010 al 2013?**

• Nei film americani la schiera delle celebrità dedite alla sigaretta si è infittita.

Per esempio fuma spesso e volentieri un attore di notevoli qualità come Ryan Gosling. Due tra le numerose pellicole degli ultimi anni nelle quali appare come attore protagonista, *Blue Valentine* e *Love & Secrets*, presentano aspetti comuni: ambedue sono state girate nel 2010, ma distribuite in Italia con un certo ritardo (nel 2013 la prima, nel 2012 la seconda) e in entrambe il personaggio interpretato da Gosling appare quanto meno turbato dal punto di vista psichico, se non patologico (in *Love & Secrets* fuma ininterrottamente insieme con la bravissima attrice Kirsten Dunst). Poi ci sono *Gangster Squad*, film del 2013 in cui non fuma solo Gosling ma anche la bella Emma Stone (che ricorre alla sigaretta per esaltare la sensualità del suo personaggio), e *Come un tuono*, firmato nel 2012 dal regista Derek Cianfrance (lo stesso di *Blue Valentine*).

Lo imita Leonardo DiCaprio, nel recente *Django Unchained* di Quentin Tarantino (2012) così come ne *Il grande Gatsby* (2013) di Baz Luhrmann, insieme all'attrice Carey Mulligan. Rinnega la sua fama di star non fumatrice Michelle Pfeiffer, fumando in modo plateale insieme con Robert De Niro in *The Family* (*Cose nostre - Malavita* è l'infelice titolo italiano), scritto, diretto e prodotto da Luc Besson nel 2013.

Fuma Brad Pitt in *Cogan - Killing Them Softly* (2012) e fumano di tutto gli adolescenti terribili di Sofia Coppola in *Bling Ring* (2013).



Django Unchained · 2012  
© courtesy of The Weinstein Company

Fuma fin dalla sequenza iniziale di *Flight* (film diretto nel 2012 da Robert Zemeckis) Denzel Washington, nei panni del pilota Whip Whitaker, insieme con la sua assistente di volo Katerina, dopo una notte di sesso, alcol e cocaina. Ma non è l'unica scena di fumo del film, e comunque Whitaker è un perdente che si riscatta parzialmente solo nel finale della storia.

- Si fuma anche nel cinema francese: Romain Duris (nei panni di Louis Échard) maneggia e accende sigarette in continuazione in *Tutti pazzi per Rose* (titolo originale *Populaire*, 2012) e ne offre anche alla segretaria dattilografa Rose Pamphyle. E fumano a più riprese Isabelle Huppert e Benoît Poelvoorde in *Il mio migliore incubo!* (2011). Fuma accanitamente Charlotte Gainsbourg insieme a molti altri (persino una mamma in attesa!) in *Mia moglie è un'attrice* (2001), diretto e interpretato da Yvan Attal.

Si abbandona al fumo anche Valeria Bruni Tedeschi, che si ritaglia un intenso ruolo da protagonista nel suo terzo film da regista *Un castello in Italia* (2013), imitata dalla giovane attrice Marine Vacth in *Giovane e bella* (2013), l'opera più recente e spregiudicata del cineasta François Ozon. Qui fumano tutti gli adolescenti, compresa la baby prostituta Isabelle, ma almeno in Italia (per le scene di sesso, non certo per quelle di fumo) il film è vietato ai minori di 14 anni.

- È pieno di fumatori il *Treno di notte per Lisbona*, pellicola firmata nel 2013 dal pluripremiato regista Bille August e coprodotta tra Germania, Svizzera e Portogallo: uno dopo l'altra, si accendono

sigarette attori del calibro di Jeremy Irons, Bruno Ganz e Mélanie Laurent. Fuma sigarette e pipa anche Elena Anaya (nei panni di Vera) nel film spagnolo di Almodóvar *La pelle che abito* (2011), ma a questa pellicola, per le tematiche affrontate, in Italia è stato imposto il divieto ai minori di 14 anni.

- È una coproduzione tra Stati Uniti, Germania e Regno Unito l'ultimo film di Ron Howard, *Rush* (2013), che racconta la rivalità, esplosa a metà degli anni Settanta, tra i due campioni di Formula 1, Niki Lauda e James Hunt. La raffigurazione del pilota austriaco della Ferrari è quella di un uomo schivo e morigerato, mentre il britannico Hunt (interpretato da Chris Hemsworth) appare come soggetto talentuoso almeno quanto dissoluto, infaticabile casanova che beve e fuma senza sosta.

- Anche il cinema targato Hong Kong, come quello del raffinatissimo regista, sceneggiatore e produttore cinese Wong Kar-wai, è avvolto da nuvole di fumo. Tutti i suoi film sono giustamente acclamati dalla critica, tuttavia colonne di fumo si sprigionano dall'attore Tony Leung, protagonista di *In the Mood for Love* (2000), e la sigaretta, alla stregua di ricercato elemento estetico, appare ripetutamente nel film *2046* (2004). Si fuma, anche se in un numero sensibilmente inferiore di situazioni, pure nel recentissimo *The Grandmaster* (2013).

- E naturalmente si fuma, senza sosta, anche nelle più recenti produzioni italiane: fumano interpreti straordinari come Roberto Herlitzka

(nei panni del professor Fiorito) ne *Il rosso e il blu*: in una sequenza del film, girato da Giuseppe Piccioni nel 2012, Herlitzka arriva a fumare una sigaretta mentre fa lezione in una classe di liceali. Fuma Toni Servillo nelle pellicole dirette da Paolo Sorrentino: *La grande bellezza* (2013) e *Le conseguenze dell'amore* (2004). Fumano anche Valerio Mastandrea ne *Gli equilibristi* (2012) di Ivano De Matteo e Kim Rossi Stuart in *Anni felici* (2013) di Daniele Luchetti. Tutti uomini? No, fumano anche le donne, come Thony in *Tutti i santi giorni*, film del 2012 diretto da Paolo Virzì, in cui si vede la protagonista Antonia fare spesso ricorso alla sigaretta, il che contrasta con il suo forte desiderio di maternità.

## Due voci fuori dal coro

### 1. IL "CASO" CLINT EASTWOOD

Sulla pagina web del magazine *Complex (Complex Pop Culture)* dedicata ai 25 personaggi cinematografici che hanno reso *cool* il fumo di sigaretta (*25 Movie Characters That Make Cigarette Smoking Look Cool*), **Clint Eastwood** appare tra i primissimi, nei panni del "Biondo" (Blondie) del celebre film *Il buono, il brutto, il cattivo (The Good, The Bad and The Ugly)* firmato nel 1966 dal grande Sergio Leone. Alto, flemmatico, micidiale pistolero, in quella pellicola che rappresenta la quintessenza del genere spaghetti-western, Eastwood appare costantemente con un sigaro in bocca, che accende a più ri-

prese e che ne caratterizza l'aria da "duro".

Chi ha lavorato su quel set, come l'attore Fabio Testi che in quell'occasione era uno stuntman, racconta che Eastwood in realtà non solo non fumava, ma detestava l'odore e il sapore del sigaro. Non sapeva come tenerlo in bocca e quindi «gli veniva fuori quell'espressione che lo ha reso speciale»<sup>8</sup>, che ha paradossalmente contribuito a farne una delle più solide icone dell'uomo forte e sicuro di sé perché fuma, al pari di Steve McQueen.

Oggi Eastwood ha 83 anni ed è una leggenda vivente, sia come interprete che come cineasta pluripremiato, autore di film come *I ponti di Madison County* (1995), *Mystic River* (2003), *Million Dollar Baby* (2004).

A chi oggi gli chiede il segreto della sua eterna giovinezza risponde: «Non fumo e mangio solo cibi sani e naturali». Eastwood ha interpretato da attore protagonista una delle sue ultime pellicole, *Gran Torino*, girata nel 2008, nella quale veste i panni di Walt Kowalski, anziano e misantropo reduce della guerra di Corea. Kowalski fuma nel film, ma il gesto viene stigmatizzato dal suo giovane amico Thao e la storia è punteggiata da giudizi negativi sul fumo.

### 2. CARNAGE

Merita una segnalazione anche *Carnage*, titolo della pellicola firmata nel 2011 da Roman Polanski. La storia si svolge per intero in un

<sup>8</sup> F. Testi, *Clint Eastwood? Odiava il fumo*, Style.it, 14 maggio 2010.

appartamento di Brooklyn, con quattro protagonisti (due coppie di genitori) che discutono prima pacatamente e poi in modo sempre più litigioso di un alterco tra i loro bambini.

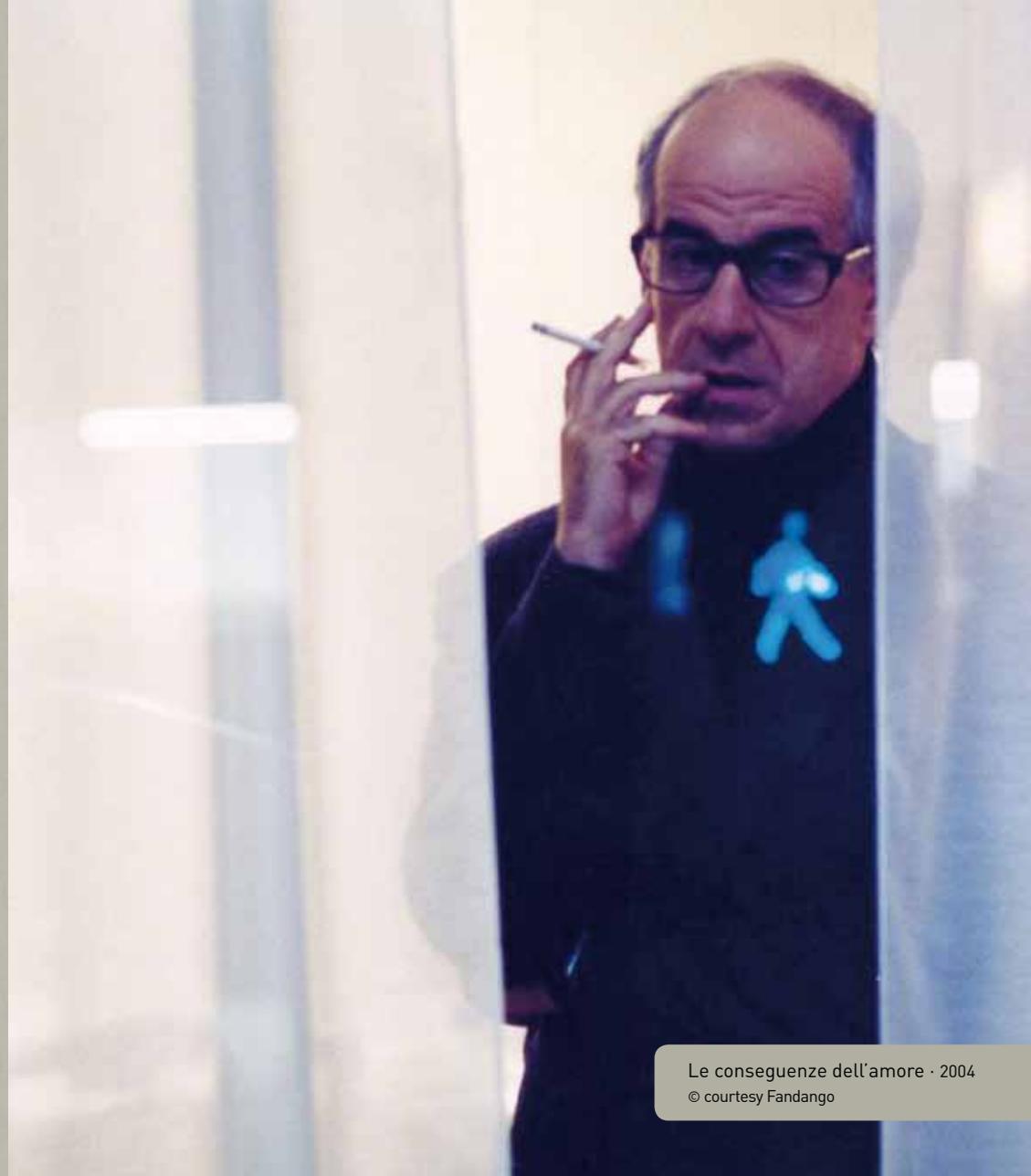
Quattro attori eccezionali guidati da un regista che sceglie di affidare all'alcol le frustrazioni delle due coppie (che infatti finiscono per ubriacarsi), ma non al fumo. E quando a un certo punto Michael (l'attore John C. Reilly) offre un sigaro ad Alan (Christoph Waltz), interviene bruscamente la moglie (Jodie Foster) dicendo secca: «Non si può fumare nella casa di un bambino asmatico!».

E difatti il sigaro resta spento.

## 2. Il fascino indiscreto delle star che fumano

**I**n uno studio longitudinale portato avanti in California negli anni dal 1996 al 1999, agli oltre 3 mila adolescenti (di età compresa tra i 12 e i 15 anni) reclutati per non aver mai fumato prima dell'indagine è stato chiesto di indicare i nomi di due tra gli attori e le attrici preferiti. Sono stati esaminati i film più popolari interpretati dalle star del cinema più note per valutare la loro attitudine a fumare in quelle pellicole.

Le indagini longitudinali (o diacroniche) prevedono lo studio nel corso del tempo di determinati fattori in uno stesso soggetto, per cui, tre anni dopo, gli autori sono tornati a verificare lo status di fuma-



tore/non fumatore dei ragazzi coinvolti nell'indagine. Tra le ragazze che hanno preso parte alla ricerca, Brad Pitt è risultato il più popolare attore-fumatore sullo schermo, con il 15% delle *nominations*. Tra i divi del cinema che invece sono stati classificati come non-fumatori, sempre sullo schermo (almeno nel periodo indicato), figuravano Julia Roberts, Michelle Pfeiffer, Tom Cruise, Tom Hanks, Arnold Schwarzenegger, Jim Carrey e Mel Gibson<sup>9</sup>.

In linea generale, i ragazzi si sono mostrati molto più ricettivi delle loro coetanee rispetto ai messaggi pubblicitari e promozionali delle compagnie produttrici di sigarette: i ragazzi (non le ragazze!) che mostravano maggiore sensibilità in tal senso hanno indicato tra i loro attori preferiti quelli che vedevano fumare sullo schermo.

Si è riscontrato che le adolescenti che avevano indicato tra le loro star del cinema preferite quelle viste fumare nei film distribuiti nel periodo preso in esame (tra il 1994 e il 1996) avevano almeno l'80% in più di probabilità di iniziare a fumare rispetto alle loro coetanee le cui attrici preferite non fumavano sullo schermo.

Tra gli altri dati di un certo interesse scaturiti da questo studio californiano c'è la conferma di quello, già acquisito in precedenti ricerche, che le teenager preferiscono film di genere sentimentale-drammatico (nei quali appaiono più frequentemente scene di fumo), mentre i maschi gradiscono piuttosto pellicole d'azione e d'avventura, che contengono un livello più basso di *star smoking*.

<sup>9</sup> J.M. Distefan, J.P. Pierce, E.A. Gilpin, *Do favorite movie stars influence adolescent smoking initiation?*, "Am. J. Public Health", 2004 July; 94(7): 1239-1244.

In effetti Brad Pitt, che fuma sovente nei film drammatici, è stato scelto dalle ragazze, mentre l'attrice segnalata dai ragazzi è Pamela Anderson, la cui attitudine al fumo nei film d'azione appare scarsa. Infine, tra le celebrità che sono solite fumare sullo schermo non compaiono attori afroamericani. Ciò può essere dovuto al fatto che nell'intervallo temporale preso in considerazione da quest'indagine l'industria del tabacco non aveva ancora pensato di associare il messaggio "fumo" a interpreti come Whitney Houston, Wesley Snipes o Will Smith. Quest'ultimo attore, però, già subito dopo il periodo di osservazione dello studio, ossia già nel 1996, fuma sigari in continuazione nel film catastrofico *Independence Day* (firmato da Roland Emmerich), che ha riscosso uno straordinario successo al botteghino.

### 3. Come e quanto fumano nei film

Molti studi sul fumo nei film sono stati effettuati utilizzando l'analisi del contenuto, un metodo di ricerca nel quale i codificatori calcolano e caratterizzano gli input forniti dai media.

Quando applicata alle pellicole che hanno riscosso maggior successo al botteghino nei passati decenni, l'analisi del contenuto rivela che nella gran parte di esse (l'87%) si vedono scene di fumo, anche se queste ultime occupano una piccola percentuale del tempo di proiezione. Nei tre quarti dei film la durata dell'esposizione al fumo di prodotti del tabacco viene infatti calcolata inferiore al 4% del tempo totale



La Carica dei 101 · 1996  
© courtesy Walt Disney Pictures

della proiezione. La sigaretta fa indubbiamente la parte del leone, essendo di gran lunga la modalità predominante, seguita dal sigaro; e il consumo di tabacco aumenta con l'età consentita dal *rating* (valutazione) della censura. Per esempio negli Usa, laddove le pellicole PG-13 (la cui visione sotto i 13 anni è consentita solo in compagnia di un adulto) contengono una media di quattro scene di fumo, in quelle contrassegnate come R (la cui visione sotto i 17 anni è consentita solo in compagnia di un adulto) se ne trovano in media otto. La presenza e la quantità di scene di fumo cambia poi a seconda del "genere" considerato: si consuma più fumo nei film drammatici piuttosto che nelle commedie brillanti o nelle pellicole di fantascienza o in quelle destinate ai bambini o alle famiglie.

Ciononostante in molti film per bambini si ritrovano scene di fumo, e non si parla qui solo di Crudelia De Mon (accompagnata costantemente dal suo lungo bocchino rosso) ne *La carica dei 101*. L'analisi dei contenuti dei film di animazione per l'infanzia distribuiti tra il 1937 e il 1997 ha svelato che in più di due terzi di essi erano presenti scene di fumo.

Su un aspetto di grande rilievo per i produttori esiste un generale consenso: la quantità di fumo e il numero di fumatori in un film non garantiscono affatto un maggiore riscontro al botteghino<sup>10</sup>. Non solo, la presenza in un film di scene di fumo o di star del cine-

<sup>10</sup> J.D. Sargent, *Smoking in movies: impact on adolescent smoking*, "Adolesc Med", 16 (2005) 345-370.

ma che accendono o maneggiano sigarette non ha davvero nulla a che vedere neppure con la qualità artistica della pellicola o con il talento dei suoi interpreti: eppure tra i titoli italiani più recenti in cui appaiono sequenze di fumo figurano anche grandi film d'autore come *La grande bellezza* (opportunamente scelto a rappresentare il cinema italiano nella corsa agli Oscar 2014), *Il rosso e il blu* o *Gli equilibristi*.

Il problema è rappresentato proprio dalla mancanza di una qualsiasi motivazione al gesto di fumare, che risulta incomprensibile e ingiustificabile, nel contesto di quei film. Siamo convinti che l'esclusione delle scene di fumo da pellicole di così elevato livello artistico non intaccherebbe affatto il loro fascino.

## 4. L'importanza di una regolamentazione

L'opportunità di intervenire sul sistema di classificazione delle pellicole è stata di recente caldeggiata soprattutto (ma non solo) dagli autori britannici.

Ne parlano, per esempio, due esperti in epidemiologia e salute pubblica dell'Università di Nottingham (UK), Ailsa Lyons e John Britton, in un lavoro scientifico pubblicato nell'ottobre 2011 su *Thorax*. Spiegano che la Commissione Britannica per la Classificazione dei Film (acronimo inglese BBFC) è un organismo indipendente non governativo che, finanziandosi attraverso tasse pagate dai

produttori cinematografici, assegna a ogni pellicola prodotta nel Regno Unito la collocazione in una delle cinque classi che rispecchiano altrettante fasce d'età (si veda la tabella 1).

CATEGORIA	DESCRIZIONE
U	<i>Universale</i> , cioè idoneo alla visione da parte di tutti.
PG	<i>Controllo genitoriale (Parent guidance)</i> richiesto. Cioè idoneo per tutte le età, ma alcune scene possono risultare inadatte ai bambini e quindi richiedono la presenza dell'adulto.
12	Idoneo per ragazzi dai 12 anni in su.
12 A	Idoneo per ragazzi dai 12 anni in su accompagnati da un adulto.
15	Idoneo per ragazzi dai 15 anni in su.
18	Idoneo per ragazzi dai 18 anni in su.

TABELLA 1. Sistema di classificazione dei film (rating) in vigore nel Regno Unito.

Sia la categoria U che la PG condannano espressamente i “comportamenti potenzialmente pericolosi che i bambini possono essere indotti a imitare”. Purtroppo però le scene o le sequenze in cui si fuma restano escluse da tali categorie: ne consegue che scene di fumo si ritrovano con grande frequenza anche in film che nel Regno Uni-

to sono classificati come idonei alla visione da parte di bambini e adolescenti. I due autori si scagliano decisamente contro l'industria cinematografica e le indolenti autorità deputate al controllo, sostenendo che della tutela di bambini e ragazzi da un'esposizione potenzialmente così dannosa per la loro salute è responsabile il governo nazionale e che un cambiamento semplice ma radicale da attuare nello scenario della classificazione delle pellicole va sostenuto da una decisa leadership politica. La soluzione, secondo Lyons e Britton, non può che essere quella di applicare di default un divieto ai minori di 18 anni per tutti i film che contengono scene di fumo senza una concreta motivazione: «I produttori e i registi cinematografici che vogliono rivolgersi a un pubblico di bambini e ragazzi» aggiungono «dovrebbero pensarci due volte sull'opportunità di inserire scene di fumo nei loro film»<sup>11</sup>.

Stacey J. Anderson, collega di Lyons e Britton all'Università britannica di Nottingham, ha firmato nel 2010 un altro articolo con tre esperti californiani dal quale traspare evidente la preoccupazione riguardante gli effetti del fumo visto nei film sull'iniziazione allo stesso negli adolescenti. Questo studio ha portato organismi quali la British Medical Association, l'Istituto di Medicina della National Academy of Sciences negli Usa e la stessa Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS o WHO, World Health Organization, secondo l'acronimo

---

<sup>11</sup> A. Lyons, J. Britton, *Protecting young people from smoking imagery in films: whose responsibility?*, "Thorax", 2011, 66: 844-846.

generalmente utilizzato a livello internazionale) a invocare misure per il contenimento dell'esposizione degli spettatori più giovani alle scene di fumo nei film.

Lo studio condotto da Anderson e collaboratori dimostra che, a causa delle differenze esistenti nella regolamentazione del rating tra Regno Unito e Usa, i giovani britannici sono sottoposti a una più massiccia esposizione a scene di fumo nelle pellicole cinematografiche (*on-screen smoking*) rispetto ai coetanei americani<sup>12</sup>.

Negli Usa invece la valutazione dei film spetta, fin dal 1968, alla MPAA (Motion Picture Association of America), il gruppo commerciale dei più importanti studi cinematografici, e alla National Association of Theatre Owners, che congiuntamente gestiscono il sistema di classificazione.

Sottoporre un film a tale valutazione (si veda la tabella 2, pag. 36) è un atto volontario, così come il rispetto del rating da parte dei cinema e dei rivenditori di video, ma nella pratica costituisce la regola per tutti i distributori di pellicole commerciali (che non abbiano contenuti pornografici) e video. Nel periodo dal 1999 al 2006: il 13% dei film prodotti negli Usa e autorizzati per la proiezione nei cinema sono stati classificati come G o PG, il 45% come PG-13, il 42% come R e nessuno come NC-17.

---

<sup>12</sup> S.J. Anderson, C. Millett, J.R. Polansky, S.A. Glantz, *Exposure to smoking in movies among British adolescents 2001-2006*, "Tobacco Control", 2010, 19: 197-200.

CATEGORIA	DESCRIZIONE
G	Ammissa la visione a tutte le età.
PG	È indicata la visione in compagnia di un genitore poiché gli argomenti trattati potrebbero non essere adatti ai bambini.
PG-13	Sotto i 13 anni la visione è consentita solo in compagnia di un genitore o un adulto perché gli argomenti trattati potrebbero non essere adatti.
R	Sotto i 17 anni la visione è consentita solo in compagnia di un genitore o un adulto.
NC-17	Visione vietata ai minori di 17 anni.

TABELLA 2. Sistema di classificazione dei film (rating) in vigore negli Usa.

### Un “ombrello” protettivo

Il pediatra americano James D. Sargent, docente al Dartmouth Institute e co-direttore del Cancer Control Research Program, è uno dei ricercatori più impegnati sul tema degli effetti provocati dai *media* (il cinema in modo particolare) sui comportamenti a rischio tipici dell'adolescenza. Sargent ha scritto molto sull'argomento (ragione per cui è spesso citato nel volume) e si è occupato anche delle strategie che andrebbero messe in campo per arginare l'influsso esercitato dalle scene di fumo nei film sull'iniziazione alla sigaretta degli spettatori più giovani e vulnerabili. A più riprese l'esperto sta-

tunitense ha proposto l'adozione di una sorta di “ombrello” protettivo nei confronti dei contenuti fuorvianti sul fumo promossi da certe pellicole, facendo precedere la proiezione di queste ultime da un trailer contenente un chiaro messaggio antifumo. Fermo restando che, sempre secondo Sargent, i cineasti dovrebbero innanzitutto convincersi del fatto che l'esclusione del fumo dai loro film non ne sminuirebbe il fascino né l'attrattiva sul pubblico.

## 5. Finzione vs realtà

**S**e è vero che si vede fumare nella maggior parte delle pellicole più recenti, va precisato che l'abitudine tabagica riguarda “solo” il 20-25% di tutti i personaggi ritratti nei film (da uno su quattro a uno su cinque), una percentuale sostanzialmente simile a quella dei fumatori nella popolazione generale. Ma, almeno tra i personaggi delle pellicole americane, i fumatori sono più spesso maschi, benestanti, nel pieno delle energie e presentati come figure che esibiscono carisma e forte leadership.

Negli Stati Uniti si è calcolato che gli attori protagonisti siano quattro volte più propensi a fumare nei film di quanto non accada ai loro coetanei della vita reale. E mentre i personaggi principali che fumano nelle pellicole cinematografiche appaiono spesso come individui di successo e in buona salute, i fumatori della vita reale tendono piuttosto a essere spiantati, al verde e poco istruiti.

Quest'ultimo dato si rivela come uno degli aspetti più significativi della mistificazione operata nei film, sotto la pressione dell'industria del tabacco: gli studi che hanno analizzato i contenuti delle pellicole distribuite in vari paesi (a partire dagli Stati Uniti e dall'India) dimostrano che le rappresentazioni filmiche solo di rado mostrano gli inconvenienti del fumo, in particolare i danni gravi alla salute, e quasi sempre non rispecchiano la realtà socio-economica del vizio, visto che i fumatori vengono ritratti come ricchi e affermati. Anzi, come già evidenziato, all'abitudine tabagica vengono solitamente associate caratteristiche "positive" quali ribellione, autocontrollo e celebrazione<sup>13</sup>.

Anche nelle pellicole italiane degli ultimi tempi i fumatori, tranne sporadiche eccezioni, sono soprattutto uomini: tuttavia si tratta in genere di personaggi in crisi, perdenti e sconfitti, per i quali la sigaretta appare quasi come l'unico residuo conforto in una vita tribolata. Ma anche questo valore consolatorio del fumo rappresenta un messaggio distorto.

---

<sup>13</sup> *Forever cool: the influence of smoking imagery on young people*, BMA Board of Science, luglio 2008.



## 6. Il cinema: una scelta strategica

I produttori di tabacco sanno perfettamente che i film rappresentano una tra le più comuni e apprezzate forme d'intrattenimento. Il cinema è il linguaggio e la passione collettiva del nostro tempo, e molti lo considerano come il più potente e influente mezzo di comunicazione, quello in grado di esercitare sul pubblico il maggior potere di condizionamento (*influence*).

Dato che una delle opzioni vincenti del marketing, in questo come in altri settori, è proprio quella di riuscire a piazzare un prodotto o una marca identificabili nei film, il ruolo delle celebrità del cinema come veicoli di promozione del fumo è diventato strategico per l'industria del tabacco.

I manuali sulla pubblicità riportano che la collocazione del prodotto nel film diventa efficace quando lo spettatore decifra l'immagine della marca associandola a quel personaggio e a come lui (o lei) "usa" la marca stessa. La collocazione ottimale è quella nelle scene o nelle sequenze in cui il protagonista maneggia apertamente quella marca.

Già alla metà del Novecento il filosofo francese Edgar Morin osservava che il cinema ha prodotto il bisogno di sé attraverso il suo potere di fascinazione, un bisogno psicologico e affettivo che gli ha consentito di diventare un'istituzione.

Dal soggetto alla scelta degli attori, dalle inquadrature alla fotografia, alla colonna sonora, al montaggio, tutto ciò che concorre alla realizzazione di un film è pensato in funzione dello spettatore e dell'atteggiamento che questi assumerà nei confronti del film. Si definisce "partecipazione affettiva" il particolare rapporto empatico tra spettatore e film in cui chi assiste alla visione non si limita a recepire in modo intellettuale le azioni dei personaggi, ma le "vive" condividendone le emozioni<sup>14</sup>.

La situazione cinematografica immerge infatti lo spettatore in un mondo potentemente reale dal punto di vista delle emozioni evocate, che finiscono per modulare processi psichici tra i quali la selezione delle risposte espressive e comportamentali. Nei confronti dei personaggi dei film lo spettatore sperimenta quindi processi di identificazione e proiezione. L'intensa partecipazione all'universo prodotto dal film è rinforzata dall'impressione di realtà propria del mezzo cinematografico: l'identificazione si realizza mediante il desiderio dello spettatore di "trasformare il personaggio in persona".

Lo psicoanalista Cesare Musatti (1897-1989), ritenuto il padre della psicoanalisi italiana<sup>15</sup>, ha scritto:

«Al cinema noi ci identifichiamo coi vari personaggi, viviamo la loro

<sup>14</sup> R. Nepoti, *L'illusione filmica. Manuale di filmologia*, UTET, Torino, 2004.

<sup>15</sup> La passione per il cinema nutrita da Musatti si è dispiegata su due livelli: lo studio del rapporto tra cinema e psicoanalisi e la critica cinematografica. Già nel 1961 Musatti aveva preso in esame la psicologia degli spettatori al cinema e il concetto di impressione di realtà, parlando delle analogie tra cinema e sogno, di suggestione e catarsi.

stessa vita, ma tuttavia in modo non pericoloso: perché il piano della realtà cinematografica è un altro piano, perché vi è cioè un distacco fra questo piano e quello della realtà effettiva [...]. La situazione cinematografica [...] possiede tutta la sua efficacia emotiva proprio in forza della possibilità d'identificazione che essa presenta<sup>16</sup>».

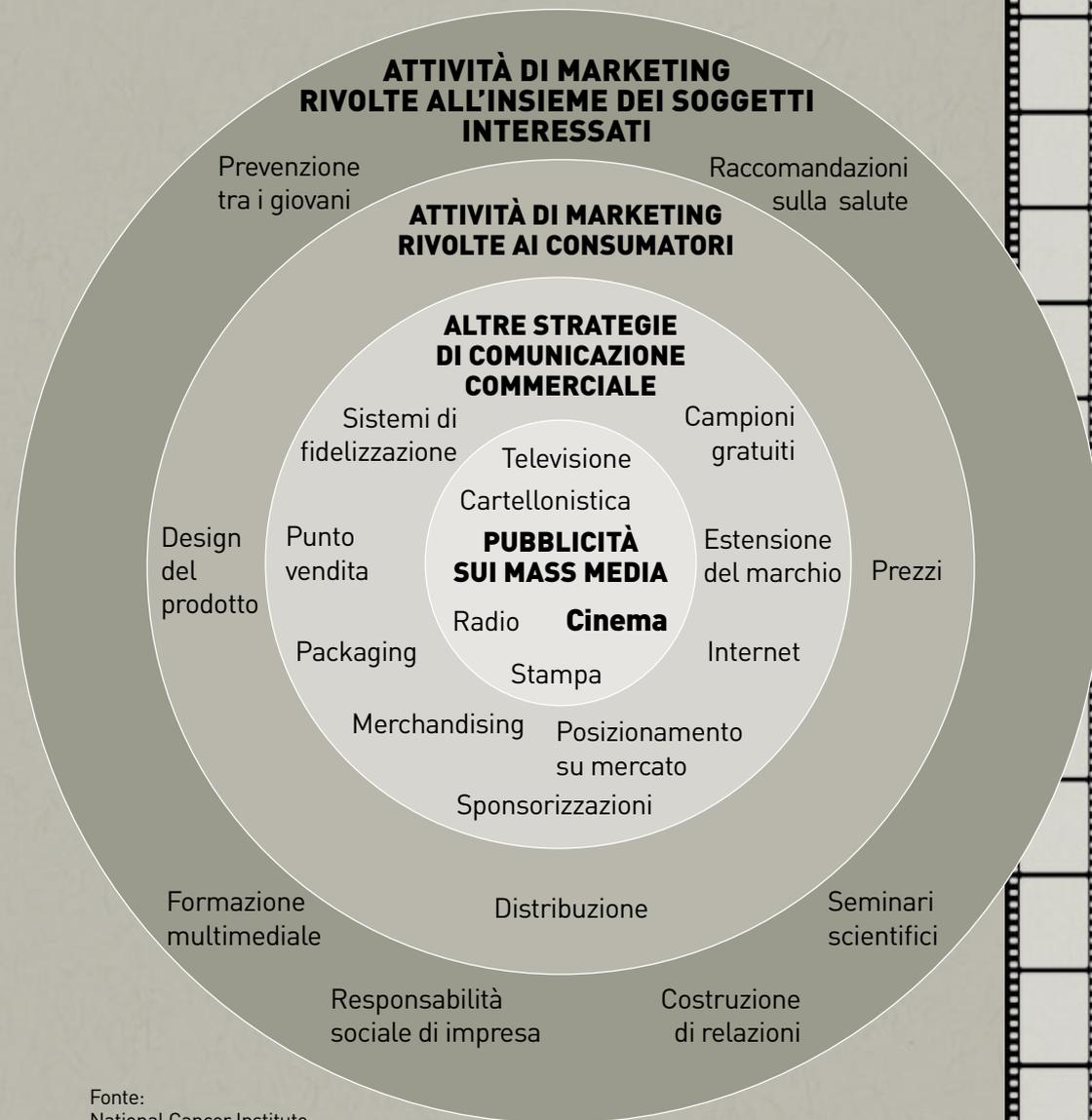
È infondata, a parere di Musatti, l'opinione comune secondo la quale lo spettatore si identificherebbe esclusivamente con l'eroe, il personaggio-leader e positivo, del racconto cinematografico. Anche se di solito l'autore stesso del film ci indica in modo abbastanza univoco per chi dobbiamo parteggiare, noi abbiamo la facoltà:

«di essere di volta in volta l'eroe perseguitato e l'implacabile persecutore; l'amante fortunato, l'adultera e il marito tradito; la Circe beffarda e crudele e l'innamorato ingenuo».

Coscientemente parteggiamo per l'eroe, aggiunge il critico e filmologo Roberto Nepoti, ma sotto questo alibi ci identifichiamo inconsciamente anche con altri personaggi. E proprio in tali identificazioni "lateralali" consiste spesso l'interesse maggiore per lo spettatore.

<sup>16</sup> C. Musatti, *Scritti sul cinema*, Testo & Immagine, Torino, 2000.

\* *Rappresentazione schematica delle complesse relazioni operanti nel settore della promozione del tabacco. Appare evidente il ruolo strategico del cinema.* ►



Fonte:  
National Cancer Institute

## 7. Woody Allen e l'estetica della sigaretta

*Isaac:* Mmm... che bello, non c'è che una sigaretta...

*Tracy:* Ma se non fumi!

*Isaac:* Lo so che non fumo... io non aspiro perché fa venire il cancro. Ma divento così incredibilmente bello con la sigaretta, che non posso non averla in mano!

**I**l dialogo tra Woody Allen (Isaac) e Mariel Hemingway (Tracy) tratto dal film *Manhattan* (1979), pellicola di culto nella quale coerenza, integrità e principi morali si riconoscono come temi portanti, esprime in modo assai significativo il valore simbolico della sigaretta (elemento di sensualità e seduzione), che in fondo è la sostanza stessa del sodalizio tra cinema e fumo.

Nessuno può dimenticare che Allen è anche l'attore protagonista di un film altrettanto di culto come *Provaci ancora, Sam*, girato nel 1972 dal regista Herbert Ross, che vi rispolverava interamente (impermeabile e sigaretta inclusi!) il mito di Humphrey Bogart, figura archetipica del fumatore incallito, resa leggendaria trent'anni prima, nel 1942, da Michael Curtiz nel film *Casablanca*. E che durante tutta la scena *clou* del film, ambientata su un divano nell'appartamento di Sam mentre quest'ultimo abbozza faticosamente una strategia da seduttore, consigliato dal fantasma di Bogart, la "preda" Diane Keaton fuma una sigaretta (e beve) ostentatamente, pur con l'evidente intento di allentare la tensione e l'imbarazzo del momen-



Casablanca · 1942  
© courtesy Medusa

to. Annotano lucidamente Vanna Lovato e Francesco Netto a proposito dello stile recitativo bogartiano:

«L'accensione della sigaretta, l'aspirazione e l'espiazione del fumo sono tutte variazioni di uno stesso gesto meccanico, di un automatismo che non ha nulla di sofisticato, ma che crea lo spessore visivo, propriamente *cool* del personaggio, integrandosi in toto con il primo piano e con la sua figura complessiva»<sup>17</sup>.

Lo conferma in pieno l'associazione tra fumo e richiamo erotico che risalta con grande evidenza nel più recente *Match Point* (scritto e diretto da Allen nel 2005), in cui Scarlett Johansson si accende una sigaretta dopo l'altra nei dialoghi in cui esprime con maggiore intensità la sua carica seduttiva nei confronti del protagonista (Jonathan Rhys-Meyers). Come esempio si prenda il seguente scambio contenuto nel trailer italiano:

*Nola* (aspirando una sigaretta appena accesa): Te l'ha mai detto nessuno... che giochi molto pesante?

*Chris*: Te l'ha mai detto nessuno che hai delle labbra molto sensuali?

Nella pellicola, giudicata peraltro tra le migliori della maturità del regista americano, le scene di questo tipo si ripetono. Lo stile trasgressivo di Nola, il suo fascino, i suoi sguardi ammiccanti si accompagnano costantemente al fumo: estrae pacchetti e sigarette, che accende e fuma con voluttà. È interessante rilevare che negli Usa il film di Allen

<sup>17</sup> V. Lovato, *Fumo negli occhi. Tabacco, musica e cinema*, L'Epos, Palermo, 2003, p. 52.

rientra nella categoria R (Restricted), mentre in Europa, nonostante il tema scabroso della narrazione, solo in Spagna risulta “non consigliato” ai minori di 18 anni. In Svizzera è stato vietato ai minori di 14 anni, mentre nel Regno Unito e in Portogallo il divieto ha riguardato solo i minori di 12 anni non accompagnati da un adulto.

Si rafforza insomma, negli ultimi anni, il ruolo del fumo come elemento estetico, quasi poetico, magica nuvola avvolgente, vizio da non occultare ma anzi esibire davanti alle telecamere, che definisce chi ne fa uso, alla stessa stregua del mito cinematografico hollywoodiano, sicuro e seducente. Fumo come fattore che di volta in volta segna virilità (nel senso di sicurezza di sé, determinazione, grinta) oppure femminilità, poiché anche l'immagine femminile sembra farsi più affascinante e trasgressiva se “completata” da una sigaretta accesa.

## 8. Smettere: perché è così difficile?

*Coffee and Cigarettes* è un film indipendente, scritto e diretto da Jim Jarmusch nel 2003 ma basato su un progetto avviato già dal 1986. Undici episodi girati in bianco e nero, in epoche diverse, tutti a New York, con ambientazione fissa (un bar) e un carosello di personaggi accomunati da tre cose: fumo, caffè e argomenti assolutamente privi di senso. Tra gli interpreti, tutti amici di Jarmusch, figurano Roberto Benigni, Bill Murray, Cate Blanchett e la coppia Tom Waits-Iggy Pop, protagonista dell'episodio *Somewhere in Cali-*



Coffee and Cigarettes · 2003  
© courtesy BIM

*fornia* che si aggiudicò nel 1993 la Palma d'Oro a Cannes. Come ha scritto qualcuno, per quanti condividono l'idea che caffè e sigarette siano il matrimonio più riuscito di sempre, il dialogo all'insegna del "nonsenso" tra i due musicisti (il cui testo è riportato di seguito) potrebbe diventare un vero manifesto.

*Tom Waits (indica un pacchetto di sigarette sul tavolo del bar al quale sono seduti i due protagonisti):* Sono tue le sigarette?

*Iggy Pop:* No, erano già lì quando mi sono seduto.

*T:* Ah.

*I:* Tu non fumi, no?

*T:* No, ho smesso.

*I:* Grazie al cielo neanch'io...

*T:* Un taglio netto.

*I:* Basta volerlo, ormai sono venticinque anni... Ah, mio Dio!

*T:* Finito...

*I:* Sono pieno di energie (*ride*).

*T:* Io sono rinato.

*I:* Poi, da quando ho smesso, insomma... tutto... tutto più... shhhh.

*T:* Sì, sì, è tutto più a fuoco, pazzesco, è vero, per me è uguale...

*I:* Che pena mi fanno quei coglioni che si affumicano cervello e bronchi. Non hanno forza di volontà...

*T (imita il gesto di portare la sigaretta alla bocca):* Sempre col ciuccio... (*sorride, scuote la testa, fa una pausa e poi riprende*) Sai una cosa? Il bello, quando si smette, è che avendo smesso posso anche fumarne una. Perché ho smesso...

*I: (lo guarda perplesso)*

*T:* Capisci, è un fatto ornamentale... (*apre il pacchetto, mette rapidamente una sigaretta tra le labbra e l'accende*)... non l'aspiro nemmeno!

*I:* Mmm...

*T:* Perché non mi tieni compagnia?

*I:* Perché no? Sì, tanto ho smesso anch'io...

*T:* Certo, l'essenziale è smettere. Poi una te la puoi fumare, no?

*I:* Adesso posso, no? Come no? Ok.

*T: (accende la sigaretta al suo interlocutore, dopo di che entrambi fumano con evidente soddisfazione)*

*I:* Ohh... alla faccia! Salute, eh?

*T:* Sì, adesso hai capito... cosa vuol dire smettere?

*I:* Mmm... ahh... caffè e sigarette, questo sì che è un matrimonio!

Non c'è da stupirsi che sia così complicato liberarsi dal vizio di fumare. Quando un fumatore vede un'altra persona fumare, anche se si tratta di un attore sul grande schermo, simultaneamente e automaticamente gli si "accende" nel cervello l'area preposta a quell'atto. È quanto risulta da un'indagine condotta con l'ausilio della risonanza magnetica funzionale (fMRI) da un gruppo di ricercatori statunitensi di New Hampshire e Michigan e pubblicata con grande risalto sul *Journal of Neuroscience* nel gennaio 2011<sup>18</sup>.

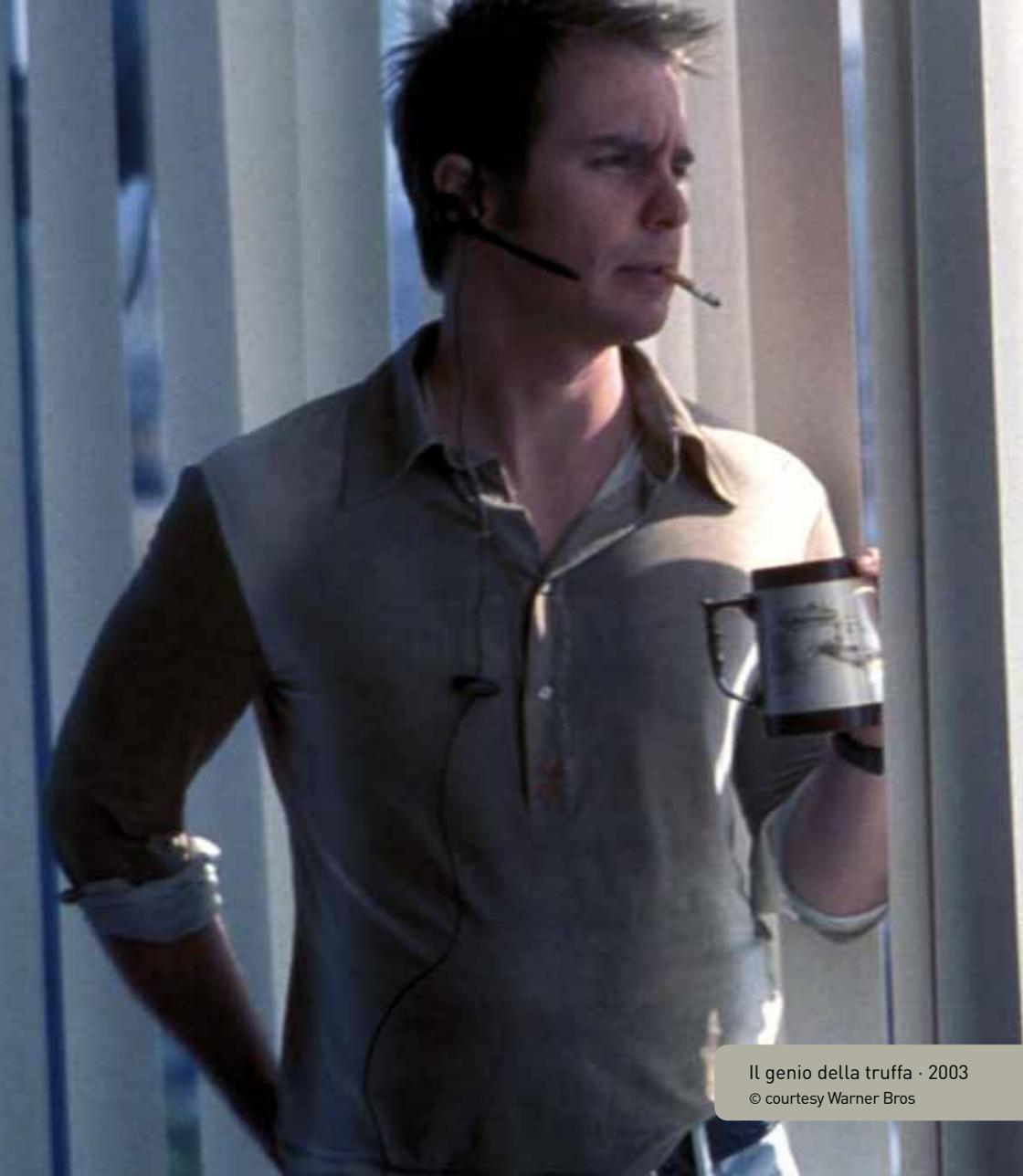
<sup>18</sup> D.D. Wagner, S. Dal Cin, J.D. Sargent, W.M. Kelley, T.F. Heatherton, *Spontaneous action representation in smokers when watching movie characters smoke*, "J. Neurosci.", 19 gennaio 2011, 31(3): 894-898.

Secondo Dylan Wagner, leader di questo gruppo di ricerca americano, esiste una sorta di automaticità del comportamento del fumatore: il solo veder fumare qualcun altro, infatti, può indurre il fumatore a imitare spontaneamente il gesto di accendersi una sigaretta. Studi precedenti avevano già dimostrato che l'osservare in un film scene di fumo attiva aree cerebrali coinvolte in sensazioni quali smania o appagamento, ma in questo caso viene rivelato per la prima volta che esiste un automatismo anche nell'innescare dell'atto fisico di accendersi una sigaretta.

«La particolare novità dei nostri dati» precisa Wagner «risiede nel riconoscere che il vedere scene di fumo al cinema attiva regioni del cervello coinvolte nella comprensione e pianificazione delle azioni».

Lo studio è stato portato avanti applicando tecniche di neuroimaging sul cervello di 17 fumatori e di altrettanti non fumatori (tutti volontari e ignari che l'indagine riguardasse le loro reazioni al fumo), mentre assistevano alla proiezione dei primi 30 minuti del film *Il genio della truffa* (titolo originale *Matchstick Men*, pellicola del 2003 firmata dal grande Ridley Scott) in cui abbondano scene dove il protagonista (interpretato da Nicolas Cage) fuma nervosamente. Il film di Scott è stato selezionato da un database poiché contiene numerosissime scene di fumo, ma risulta pressoché privo di scene di sesso e di violenza.

Il fumo è un'attività intrinsecamente manuale e nei soggetti fumatori l'équipe di ricercatori ha evidenziato, attraverso lo scan cerebrale,



Il genio della truffa · 2003  
© courtesy Warner Bros

l'attivazione di aree essenziali per i gesti intenzionali della mano. Le scene di fumo nei film vengono elaborate dal cervello come un esplicito stimolo a fumare e reclutano le stesse regioni corticali comunemente osservate negli studi di reattività agli stimoli. Uno degli autori della ricerca, James D. Sargent, aveva del resto già evidenziato in uno studio precedente che le scene di fumo nei film rappresentano un potente sprone al desiderio di fumare (e di conseguenze al consumo di sigarette).

Inoltre, l'indagine di Wagner e collaboratori dimostra che l'esposizione allo *smoking in movies* attiva un network cerebrale oggi indicato con l'acronimo AON (Action Observation Network), coinvolto nell'osservazione, pianificazione e stimolazione motoria: l'AON viene sovente descritto come un sistema di risonanza motoria che fa parte del più complesso sistema dei neuroni specchio, scoperto negli anni Novanta a Parma dal gruppo italiano guidato da Giacomo Rizzolatti.

Wagner aggiunge che, nonostante i tentativi messi in atto dal fumatore intenzionato a smettere (come per esempio l'eliminazione dalla propria abitazione di tutti gli oggetti in qualche modo collegati al fumo quali i portacenere), è improbabile che egli pensi di astenersi dal guardare un film a causa del suo contenuto di scene di fumo; e, data la diffusione ubiquitaria di film (cinema e tv), appare quindi particolarmente arduo per il fumatore "pentito" sfuggire a questo potente stimolo visivo.

Riprendendo il lavoro pubblicato da Wagner e collaboratori, la rivista *New Scientist* ha chiesto a Stanton Glantz, il già citato esperto in

tabagismo dell'Università della California, un parere in merito: «A partire dai bambini che iniziano a fumare fino agli adulti che cercano disperatamente di smettere» dichiara senza mezzi termini Glantz «l'industria del tabacco trae enormi benefici dalla presenza del fumo nei film. Quest'indagine consente un grosso passo avanti, mettendo in connessione la biologia al comportamento. Ora il vero problema è capire se l'industria cinematografica intenderà continuare a giocare sporco insieme a quella del tabacco».

## 9. Tom Ford, un esordio fumoso

**A** *Single Man* è il film del 2009 che segna l'esordio alla regia dello stilista Tom Ford, basato sull'omonimo romanzo di Christopher Isherwood, il cui titolo italiano è *Un uomo solo*, considerato come il primo e miglior romanzo della moderna letteratura gay. Ford ha dichiarato di aver letto per la prima volta *Un uomo solo* all'inizio degli anni Ottanta (il libro è stato pubblicato nel 1964), rimanendo toccato «dall'onestà e dalla semplicità della storia». Nel 2007 l'ex stilista di Gucci e Yves Saint Laurent ne ha acquistato i diritti con l'intenzione di realizzarne una versione cinematografica.

La storia racconta l'ultimo giorno di vita di George Falconer, un professore inglese omosessuale, non più giovane, che vive in California nel dolore per la tragica morte del suo compagno Jim.



A Single Man · 2009

© courtesy The Archibald Enterprise

George ha intenzione di suicidarsi alla fine di una giornata trascorsa tra l'università (dove insegna da anni), l'incontro con Carlos (il modello Jon Kortajarena), attraente gigolò spagnolo, una cena con la vecchia amica Charlotte (Julianne Moore) e una serata con Kenny, uno studente che si porta a casa e che gli nasconde la pistola con cui meditava di uccidersi. Falconer sembra accantonare il progetto autolesionistico, ma alla fine viene stroncato da un infarto.

Il ruolo di George è affidato a Colin Firth, meritatamente premiato con la Coppa Volpi per la miglior interpretazione maschile alla Mostra internazionale del Cinema di Venezia del 2009.

Lo stilista Tom Ford confeziona un'opera raffinatissima e di rigorosa eleganza formale: tutto nel film è frutto di un'attenta ricerca, dall'arredamento della casa di George, alla fotografia, al montaggio, alla colonna sonora.

Ma è evidente che il neoregista ha ceduto alle lusinghe dell'industria del tabacco: una lunga scia di fumo percorre tutta la pellicola ed è imbarazzante l'accanimento di Ford nel promuovere le sigarette, che appaiono non solo tra le labbra di Charlotte e di Carlos (in versione James Dean, bello e maledetto), ma addirittura tra quelle di una studentessa che segue la lezione di Falconer all'università.

Il film di Ford, ispirato a un romanzo in cui si parla molto di alcol, drink e sbronze ma quasi per niente di sigarette, è invece incomprensibilmente avvolto da lente volute di fumo. Ma forse la scelta non è proprio così inspiegabile.

## 10. L'iniziazione al fumo

**N**egli Stati Uniti, dove i prodotti derivati dal tabacco rappresentano la principale causa di morte evitabile, è stato valutato che nel 90% dei casi le persone che muoiono per malattie provocate dal fumo iniziano a fumare nel periodo dell'adolescenza<sup>19</sup>.

In effetti la letteratura scientifica internazionale segnala da tempo che nella maggior parte dei casi (70-80%) **l'abitudine al fumo di sigaretta si instaura tra i 10 e i 14 anni**<sup>20</sup>.

In Italia un'indagine condotta in Lombardia nel 1996, su più di 16 mila studenti, ha messo in evidenza che già all'età di 12-13 anni fuma il 4% dei maschi e l'1,5% delle femmine, e a 14-15 anni le percentuali salgono rispettivamente al 14,8% e all'11,2%.<sup>21</sup>

Numerosi autori si sono spesi nel fornire spiegazioni sul sempre più precoce fenomeno dell'iniziazione al fumo. Il periodo di transizione adolescenziale è caratterizzato da un gran bisogno di sperimentare

---

<sup>19</sup> B.A. Primack, M.R. Longacre, M.L. Beach, A.M. Adachi-Mejia, L.J. Titus, M.A. Dalton, *Association of established smoking among adolescents with timing of exposure to smoking depicted in movies*, "J. Natl Cancer Inst", 2012; 104: 549-555.

<sup>20</sup> J.D. Sargent, *Smoking in movies: impact on adolescent smoking*, "Adolesc Med", 16 (2005) 345-370.

<sup>21</sup> T.G. Vitale, A. Aquilino, M. Giusti, G. Castoro, M. Simeone, M.G. Foschino Barbaro, *Perché si comincia a fumare. Il fumo e gli adolescenti*, in M.G. Foschino Barbaro, M.P. Foschino Barbaro, O. Resta, *Il controllo del tabagismo. Dalla prevenzione alla promozione della salute*, Bari, 2006.

sensazioni nuove, forti ed eccitanti, anche attraverso l'assunzione di rischi fisici e sociali di cui i ragazzi hanno scarsa consapevolezza.

Essi avvertono, inoltre, una robusta spinta all'autonomia e alla trasgressione rispetto ai modelli genitoriali, insieme con una forte dipendenza dai modelli sociali dei coetanei. In quest'ottica, nel corso del periodo adolescenziale, il fumo di sigaretta sembra soddisfare il bisogno di segnalare e affermare in modo facile e visibile, sia per sé che per gli altri, il proprio nuovo status di adulto<sup>22</sup>.

Tra i fattori di rischio che "predicono" l'iniziazione al fumo vengono elencati: l'indole, le opinioni, il ruolo e il coinvolgimento dei genitori, la pressione sociale esercitata sia dai media sia da modelli di riferimento (quali appunto il gruppo e i coetanei). Anzi, l'opinione prevalente è che siano proprio questi stimoli di tipo sociale a motivare più di qualsiasi altro l'adolescente a sperimentare il fumo. Secondo studi longitudinali quello legato al fumo è per gli adolescenti un atteggiamento opportunistico, nel senso che i teenager sono capaci di fumare moltissimo in una singola notte durante una festa e poi di non fumare affatto per un periodo di tempo anche prolungato.

Questo schema di fumo a intermittenza è diverso da quello attuato dagli adulti: vi sono infatti implicati fattori sociali quali il fumo degli amici, nella comunità, in famiglia (in particolare dei genitori), e l'esposizione alle pubblicità sui prodotti del tabacco.

Si tratta di fattori che ben si integrano nell'ambito di un modello

---

<sup>22</sup> *Ibidem*

socio-cognitivo quale quello messo a punto dallo psicologo canadese **Albert Bandura**, che riguarda l'apprendimento dei comportamenti per imitazione.

Bandura ha dimostrato che nuovi comportamenti possono essere acquisiti mediante la semplice osservazione di modelli, per cui gli adolescenti subiscono l'influsso di azioni e atteggiamenti espressi da figure di riferimento che osservano nel contesto quotidiano.

Anche secondo i coordinatori del Progetto *Smoke-free Movies*, gli adolescenti iniziano a fumare a causa di influenze sociali: l'assunto di base è che i teenager acquisiscono *script* comportamentali attraverso l'osservazione di altre figure presenti nel loro ambiente sociale, in altre parole imitano il comportamento dei propri genitori, dei coetanei e di altri modelli di riferimento, specialmente quelli che ammirano e con i quali si identificano (come per esempio gli attori e i personaggi che appartengono al mondo dei media).

Fondamentale nel modello euristico è l'idea che soprattutto i media e i coetanei influiscano sull'autostima degli adolescenti: tale modello indica che, nella ricerca della propria identità, i teenager adottano comportamenti coerenti con l'immagine che desiderano avere di sé stessi e che vogliono trasmettere agli altri.

Questo processo li porta a scegliere particolari abiti e acconciature, ricorrere a una struttura idiosincrasica del discorso, preferire certi tipi di musica e media e adottare determinati comportamenti (come appunto il fumo).

## 11. Bambini e adolescenti da proteggere

**T**re sono le fonti principali dalle quali i più giovani traggono le loro opinioni e rappresentazioni sul fumo e sull'atto di fumare: l'ambiente sociale di riferimento, i comuni mezzi di comunicazione e il marketing dell'industria del tabacco.

• **L'ambiente sociale di riferimento:** sia quello più prossimo che quello inteso in senso più ampio sono fattori importanti nel promuovere agli occhi dei più giovani un'immagine positiva del fumo. Si tratta di un elemento di grande valenza pervasiva, perché vedere di continuo gli adulti fumare rafforza nei ragazzi l'idea della "normalità" del gesto, che peraltro acquisisce particolare rilievo proprio a causa della sua "visibilità".

Il fatto, poi, che fumino anche amici, coetanei o fratelli non fa che alimentare la familiarità con la sigaretta. Il rapporto degli adolescenti con il fumo riflette insomma quello complessivo del contesto sociale e ciò spiega la necessità di politiche di controllo globale del fenomeno.

• **I media più popolari** (film, televisione, riviste e, negli ultimi vent'anni, internet e social network): rappresentano una dimensione straordinariamente persuasiva nell'ambiente sociale degli adolescenti, ricca di richiami e riferimenti più o meno espliciti al fumo.



• **Il marketing dell'industria del tabacco:** negli ultimi anni l'attenzione degli esperti si è concentrata in modo particolare sulla necessità di proteggere bambini e adolescenti dalle scene di fumo nei film (*smoking in film* o *movie smoking*), ossia dall'esposizione a film valutati come adatti alla loro età nonostante contengano scene in cui gli attori protagonisti fumano o si scambiano sigarette. Tra le numerose variabili associate al rischio di tabagismo, l'efficacia della pressione pubblicitaria viene considerata un fattore importante e confermato da diversi studi, includendo in essa anche la pubblicità indiretta, per esempio quella derivante da immagini cinematografiche di personaggi famosi che fumano.

Agli allarmi lanciati da medici specializzati in pediatria, malattie dell'apparato respiratorio e oncologia che si moltiplicano e si fanno più incalzanti, l'industria cinematografica risponde con indifferenza e distacco, evidentemente più preoccupata della necessità di salvaguardare il patto più o meno esplicito con l'industria del tabacco piuttosto che della futura salute degli spettatori più giovani.

Non ci sono dubbi sul fatto che le scene di fumo nei film giovino solo all'industria del tabacco e producano l'effetto di aumentare il numero di ragazzi che si accingono a fumare.

Su un documento ufficiale dell'OMS è riportato a chiare lettere che i leader del mercato del tabacco (Philip Morris e British American Tobacco) sono tra i maggiori beneficiari di ogni scena di fumo presente in un film, che appaia o meno la marca.

In un meeting tenutosi nel 1983 l'allora presidente di Philip Mor-

ris International, Hamish Maxwell, lo riconobbe sostenendo che: «l'importante è continuare ad approfittare di nuove occasioni e pretesti per portare le sigarette sullo schermo», allo scopo di rendere il fumo socialmente accettabile<sup>23</sup>.

Nel già citato articolo dell'*Herald-Tribune* pubblicato online nel febbraio 2010, Crystal Bruce afferma senza mezzi termini che gli studi di produzione cinematografica stanno facendo danni enormi:

«Certo, loro fanno affari, si sa, non sono cappelle di missionari né avamposti di fair play. Uno di loro ha già chiarito, senza troppo tergiversare, che i produttori non fabbricano film, ma denaro. Tuttavia» aggiunge Bruce «visto che parliamo di imprese commerciali, perché non indurle a rispettare i normali standard del business? In fondo si dovrebbe considerare pressoché universalmente inaccettabile il trarre profitto dalla vendita di un prodotto che uccide i clienti o i loro ragazzi».

---

<sup>23</sup> *Smoke-free movies: from evidence to action*, World Health Organization.

## Pentimenti

Gli episodi di “pentimento” da parte di produttori, registi, attori e sceneggiatori sono assai rari anche se clamorosi. Nel 1968 **William Talman**, una vecchia gloria di Hollywood (la cui fama era dovuta al ruolo interpretato nella serie televisiva *Perry Mason*) ed ex fumatore, apparve in prima serata in tv annunciando che stava morendo di cancro al polmone. Trovandosi già ormai in condizioni critiche, volle trasmettere al pubblico un messaggio molto chiaro: «Se fumate» disse «smettete. Non comportatevi da perdenti».

Talman fu anche il primo attore a recitare in uno spot contro il fumo, nel luglio del 1968 (lo si può trovare su YouTube con il titolo *William Talman Anti-Smoking Ad 1968*), e chiese che lo spot venisse messo in onda dopo la sua morte, avvenuta solo sei settimane più tardi, il 30 agosto di quello stesso anno.

Altro caso eclatante è quello dello sceneggiatore statunitense di origine ungherese **Joe Eszterhas**, autore di film di successo come *Flashdance*, nell'ormai lontano 1983, e soprattutto *Basic Instinct* del 1992: a proposito di quest'ultimo si racconta che dopo aver scritto il film a Eszterhas venne diagnosticato un tumore alla laringe che comportò la pressoché totale asportazione dell'organo. Per questo egli si scusò pubblicamente per l'esplicito uso di sigarette nel film, da parte di Sharon Stone (nei provocanti panni della scrittrice Catherine Tramell).

Nella celeberrima scena dell'interrogatorio, l'attrice americana usa la sigaretta come un oggetto sessuale: dopo essersi accomodata su una poltroncina e aver estratto una sigaretta dal suo astuccio, la Stone vie-

ne avvertita che nell'edificio non è consentito fumare ma, sprezzante, ignora il divieto. Del resto la Stone non fa che fumare, e sedurre uomini, anche nel brutto sequel *Basic Instinct 2* (2006).

## Quando il cattivo esempio esce dal set

Testimonial delle presunte qualità dei prodotti derivati dal tabacco sono da sempre gli attori più popolari e più amati dalle giovani e giovanissime generazioni: se una volta erano Humphrey Bogart, James Dean o Steve McQueen, oggi sono Ryan Gosling, Gwyneth Paltrow, Hugh Grant, Scarlett Johansson e molti altri.

Il modello negativo rappresentato per il pubblico in età adolescenziale da una celebrità dedita al fumo (oltre che all'alcol e alla droga), peraltro, si estende solitamente anche all'ambito extracinematografico. L'elenco degli attori e delle attrici che fumano anche nella vita reale, ripresi più o meno a loro insaputa con la sigaretta tra le dita da paparazzi e telecamere, è davvero lunghissimo. E anche piuttosto avvilente.

Sono soprattutto i siti web americani a fornire le segnalazioni più numerose: per esempio su [www.stop-smoking-programs.org](http://www.stop-smoking-programs.org), con una tabella che indica le star dello spettacolo che fumano e quelle che hanno smesso, o su [www.complex.com](http://www.complex.com), dove appaiono i nomi e le immagini dei 25 personaggi che hanno contribuito a dare un look *cool* a chi fuma. Ma è nulla al confronto con l'impressionante quantità di dati e foto reperibili su <http://smokingsides.com>!

## 12. Media e modelli da (non) imitare

I media sono stati individuati come un importante fattore di apprendimento sociale, in grado di far valere il proprio potere su convinzioni e aspettative. Ecco perché l'esposizione ai media (tv, film, giornali, pubblicità ecc.) esercita diverse possibili influenze sul futuro uso di tabacco. L'assistere a scene di fumo nei film è per gli adolescenti un importante fattore di rischio nell'iniziazione al fumo. Presentando il suo film *Bling Ring* (arrivato nelle sale cinematografiche italiane nel settembre 2013), che racconta la storia vera di cinque adolescenti che nel 2009 a Los Angeles si sono intrufolati nelle ville dei divi per derubarli, la regista e sceneggiatrice americana Sofia Coppola ha spiegato che il bisogno di condivisione sui social network e di identificazione in certi modelli ha determinato una fascinazione degli adolescenti per le celebrità che può essere considerata "una vera ossessione"<sup>24</sup>. Come scrive Peter Bradshaw su *The Guardian*, il film ci conduce all'interno della "fumeria d'oppio" in cui le celebrità sono oggetto di culto<sup>25</sup>: si fuma di tutto e di più, ma non per questo la visione della pellicola soffre di limitazioni o restrizioni. Inevitabile desumere che l'attitudine a fumare mostrata da attori e attrici nei film, in quanto modelli da imitare, possa predire l'iniziazione al fumo negli adolescenti. Secondo un'indagine condotta negli Usa

<sup>24</sup> C. Ugolini, *Sofia Coppola racconta "The Bling Ring": I teen sono ossessionati dalle celebrità*, Repubblica.it Trovacinema, 18 settembre 2013.

<sup>25</sup> Citato in "Internazionale", 27 settembre/3 ottobre 2013, N. 1019.



nel 2009 su diverse migliaia di teenager di età compresa tra i 10 e i 14 anni, ciò accade indipendentemente dal tipo di personaggio “buono” o “cattivo” interpretato nella pellicola. Tale ricerca si è proposta di fornire una risposta alla questione su come e quanto gli elementi di contesto del film possano influire sulle reazioni dei più giovani spettatori alle scene di fumo.

Le conclusioni a cui giungono gli autori dello studio appaiono rilevanti e, per certi versi, anche sorprendenti: anzitutto, il veder fumare nei film gli attori preferiti ha una sicura influenza sull’iniziazione al fumo negli adolescenti, a prescindere dalle caratteristiche di positività (*good guys*) o negatività (*bad guys*) dei personaggi interpretati. Inoltre, dato che il fumo è presente nella grande maggioranza delle pellicole, tocca ai genitori limitare o impedire la visione in particolare di quei film etichettati come R, perché sono quelli che contengono oltre che sesso e violenza anche più scene di fumo. I genitori dovrebbero essere consapevoli del fatto che sono proprio i ragazzi ritenuti a più basso rischio, perché meno propensi alla ricerca di sensazioni forti, a risentire maggiormente del fascino perverso delle scene di fumo. Esercitare il difficile mestiere di genitori, secondo gli autori di questo studio, significa anche mostrare capacità e disponibilità al dialogo e ad affrontare apertamente l’argomento con i propri figli, sia in età infantile che adolescenziale, per contrastare l’influenza negativa pro-tabagica esercitata dal cinema e dalla tv<sup>26</sup>.

<sup>26</sup> S.E. Tanski, M. Stoolmiller, S. Dal Cin, K. Worth, J. Gibson, J. Sargent, *Movie character smoking and adolescent smoking: who matters more, good guys or bad guys?*, Pediatrics, 2009, 124 (1): 135-143.

L’insidioso messaggio contenuto in questi film è, infatti, quello di “normalizzare” il fumo di tabacco, facendolo apparire più diffuso e accettato, sia socialmente che culturalmente, di quanto non lo sia nella realtà.

## Il ruolo dei genitori

Oltre ai dvd, i canali tv, internet e gli apparecchi di home video hanno di molto facilitato per i bambini le opportunità di accedere alla visione di film, tanto che una ricerca condotta nel 2000 ha evidenziato che gli adolescenti americani vedono in media tre film a settimana<sup>27</sup>, quindi 150 all’anno. Il ruolo dei genitori appare quindi decisivo, in quanto essi creano e gestiscono l’ambiente multimediale di casa, stabilendo l’acquisto, il numero e le dimensioni degli apparecchi tv domestici, quali canali scegliere, quali altri hardware d’intrattenimento collegare alla tv, la presenza e la velocità di accesso alla connessione internet. I genitori stabiliscono anche se i bambini possono disporre della tv nella loro cameretta. Inoltre, sono i genitori a impostare le regole sull’esposizione ai media in ambito domestico, consentendo o bloccando l’accesso a determinati menù (*parental control*). Tutte queste decisioni influiscono sulla “razione” quotidiana di esposizione ai media e sul verificarsi della loro fruizione in un contesto familiare o in condizioni di pericoloso isolamento.

<sup>27</sup> S. Glantz, *What to do about Hollywood: tobacco’s smoldering affair*, “Los Angeles Times”, 2 giugno 2001.



La pelle che abito · 2011  
© courtesy Sony Pictures

Per tanti ragazzi la visione di un film è un'attività sociale: vanno al cinema o a teatro in gruppo e guardano video in compagnia di amici. Anche l'elaborazione di preferenze per attori/attrici del cinema o per specifici tipi di spettacolo è un processo che si configura su ciò che viene percepito come *cool* ("figo") dal gruppo nel quale il teenager si identifica. I componenti del gruppo "cospirano" attivamente nella comune venerazione di stelle del cinema, di rockstar e persino di particolari film di culto.

Anche per gli adolescenti italiani, secondo quanto riferiscono Federica Mathis e Fabrizio Faggiano (*Progetto SIM, Smoking in Movies*), esiste un'alta probabilità di essere esposti a scene di fumo nei film: sia perché ne guardano tanti (mediamente il 42% dei film più visti al cinema); sia perché delle 250 pellicole più viste al cinema tra il 2004 e il 2009 solo 74 (il 29,6%) non contenevano *smoking scenes*; sia perché raramente in Italia i film sono vietati ai minori: solo il 12% con divieto ai minori di 14 anni in Italia contro il 96% con suggerimento per i genitori di non appropriatezza del film per i bambini o divieto per i minori di 17 anni non accompagnati negli Usa. La disponibilità pressoché illimitata di titoli ha accresciuto, insieme con la facilità d'accesso, anche l'influenza del cinema. Le immagini e le sequenze dei film vengono ormai sempre più spesso fruite all'esterno delle sale cinematografiche e i ragazzi vengono sottoposti a un vero e proprio bombardamento mediatico, che arriva fino a loro attraverso i più disparati canali.

### 13. Dall'iniziazione alla dipendenza

**N**umerosi studi condotti negli ultimi anni hanno chiaramente evidenziato un'associazione longitudinale tra l'esposizione a scene di fumo nei film e le probabilità di diventare fumatori in piena regola. Tali ricerche forniscono prove convincenti degli effetti sull'iniziazione al fumo, ma non sono utili a dimostrare un'analoga influenza sulla progressione dell'attitudine a fumare, ossia sulla successiva *escalation*. Non aiutano, in altre parole, a rispondere alla questione se l'esposizione al fumo sugli schermi cinematografici continui a incidere una volta che l'adolescente abbia iniziato a fumare. Già nel 2007 Sonya Dal Cin, psicologa dell'Università del Michigan, su *Psychological Science* aveva affermato che l'identificazione con un personaggio fumatore comporta un aumento dell'identificazione con l'atto del fumare.

L'esistenza di una relazione tra l'esposizione al *movie smoking* e l'*escalation* del fumo dopo l'iniziazione è stata messa in luce (e pubblicata su *Addiction* nel 2009) da James D. Sargent in una ricognizione effettuata in Germania, ma un simile nesso tra esposizione e progressione non è stato ritrovato dallo stesso autore in un campione statunitense. I dati ottenuti da quest'ultimo campione sono, infatti, più coerenti con quelli dei ricercatori che studiano la dipendenza da nicotina: essi suggeriscono che una volta sperimentato il fumo, anche soltanto con una sigaretta, le fisiologiche conseguenze dell'e-

sposizione alla nicotina inducano l'individuo a ripetere l'esperienza, instaurando rapidamente la dipendenza. È il caso di ricordare che nello stadio della dipendenza la persona (nel nostro caso l'adolescente) sviluppa un bisogno fisiologico di nicotina, caratterizzato da tolleranza (ossia la necessità di aumentare la quantità di sostanza assunta nel tempo) e sintomi di astinenza nel caso di cessazione.

Secondo questa prospettiva, una volta verificatasi l'iniziazione, è la dipendenza ad assumere il ruolo preminente e determinare la progressione, ormai indipendente da influenze sociali. La costanza del comportamento nel tempo suggerisce che, una volta avviata, la condotta (il fumare) verrà mantenuta e che l'influenza di un'ulteriore esposizione a film con scene di fumo si attenuerà. Sargent e collaboratori ribadiscono ancora una volta il ruolo cruciale e inquietante che negli adolescenti l'esposizione a film con scene di fumo svolge nel produrre percentuali più elevate di iniziazione al fumo. Gli stessi ricercatori però non rilevano un'associazione con il successivo consolidamento del fenomeno, che appare più legato ad altri fattori quali l'influenza di coetanei e amici, l'età, la più o meno facile reperibilità di sigarette in ambiente domestico.

Gli autori dello studio riconoscono che i dati provenienti dal campione statunitense sono discordanti rispetto a quelli tedeschi e che tale discrepanza meriterebbe un approfondimento. Nonostante restino ancora dei punti da chiarire e la natura prospettica dello studio non consenta di trarre conclusioni definitive, il gruppo che fa capo a Sargent prova qui a riproporre l'inserimento nei film di spot o inserti antifumo, sul modello di quelli antipirateria, che potreb-

bero svolgere un effetto di protezione. Il tentativo sarebbe giustificato dall'azione potenzialmente benefica per la popolazione che si potrebbe ottenere con l'introduzione nel plot di messaggi promuoventi corretti stili di vita.

## 14. Spot per la salute dei più giovani

**N**ei primi anni del XVII secolo l'uso di tabacco veniva punito con la morte in Germania, con la castrazione in Russia e con la decapitazione in Cina (E.C. Corti, *A History of Smoking*, 1931). Non certo un'epoca adatta per chi volesse girare con un sigaro in bocca. Da allora ai giorni nostri l'atteggiamento generale verso il fumo è profondamente mutato tanto che, almeno in una fascia della popolazione (in particolare quella giovanile), l'atto di fumare viene inteso come capace di migliorare l'aspetto di una persona<sup>28</sup>.

È evidente che il fascino perverso del fumo è alimentato proprio dal fatto che le celebrità e gli idoli del cinema fumano smodatamente nei film, suggellando così agli occhi degli adolescenti l'associazione fumo/seduazione. Ma se è vero che oggi negli Usa fumare è considerato qualcosa di anormale, e che questo cambiamento lo si deve

<sup>28</sup> D. Schacter, D.T. Gilbert, D.M. Wegner, *Psychology*, Worth Publishers, New York, 2009. A pag. 617 del volume la didascalia di una foto che ritrae una giovane donna con una sigaretta tra le labbra recita: *Some people like to smoke because it enhances their overall "look"*.

anche alle perduranti campagne antifumo portate avanti ormai da decenni<sup>29</sup>. Le campagne costituiscono la strategia comunicativa più utilizzata per informare la popolazione sui temi della salute.

Il primo fattore di successo di una campagna sulla salute è individuare un pubblico di riferimento, ossia sapere a chi si sta parlando. Molteplici sono le variabili in base alle quali si può suddividere la popolazione di riferimento (sesso, età, reddito, livello socioculturale ecc.), ma in linea generale se ne possono distinguere tre: i segmenti focali, la rete sociale interpersonale e i politici.

I segmenti focali sono porzioni di popolazione definiti sulla base di un criterio specifico. Per esempio per una campagna contro fumo e droga, secondo le rilevazioni di tipo epidemiologico e il buon senso, il segmento focale su cui dirigere l'attenzione è quello degli adolescenti. L'intervento potrà poi allargarsi a familiari, amici, insegnanti, allenatori e così via, perché le persone che fanno parte della rete sociale interpersonale dell'adolescente ne influenzano attitudini e decisioni. Ma sarà inevitabile che la campagna coinvolga anche i politici: in particolare i responsabili delle politiche pubbliche, soprattutto se l'obiettivo (come appunto nel caso della lotta al tabagismo e all'esposizione dei più giovani alle scene di fumo nei film) è quello di intervenire a livello normativo o di regolamentazione.

<sup>29</sup> S. Rubinelli, L. Camerini, P.J. Schulz, *Le campagne sulla salute*, in *Comunicazione e salute*, Apogeo, Milano, 2010.



## 15. Le strade della comunicazione sociale

Una volta fissati gli obiettivi e il segmento-bersaglio della campagna, va selezionata la tipologia di messaggio che si intende comunicare: si può scegliere tra quelli finalizzati alla sensibilizzazione, all'informazione o alla persuasione.

Nella maggior parte delle campagne sulla salute vengono usati messaggi persuasivi: appelli rivolti ai destinatari che siano capaci di indurli ad adottare il comportamento desiderato, promuovendo per esempio stili di vita più sani, senza apparire troppo "intrusivi" (per non generare l'impressione di una costrizione, che potrebbe ottenere l'effetto contrario a quello desiderato). Le tecniche di persuasione più utilizzate sono l'associazione (il messaggio da trasmettere è associato a musiche, scene o frasi celebri), l'evocazione di un'atmosfera (viene costruita una situazione di cui il messaggio fa parte in modo integrante) o l'immagine senza commento (per attirare l'attenzione si presenta il messaggio in maniera silenziosa e diretta)<sup>30</sup>.

Per rendere più efficaci e rafforzare il potere persuasivo di queste argomentazioni si utilizzano appelli alla paura (o alla minaccia) oppure, all'altro estremo, appelli basati sul conforto.

<sup>30</sup> R. Lippolis, M. Pellegrini, G.T. Vitale, G. Castoro, G. Bonante, M.G. Foschino Barbaro, *Modelli di comunicazione sociale. Strumenti operativi ed esperienze*, in M.G. Foschino Barbaro, M.P. Foschino Barbaro, O. Resta, *Il controllo del tabagismo. Dalla prevenzione alla promozione della salute*, Bari, 2006.

Gli appelli alla paura (*fear appeal*) si basano sull'assunto che convincere il pubblico delle conseguenze tragiche e devastanti di un comportamento scorretto significa massimizzare l'efficacia della campagna. Si pensi, nell'ambito delle campagne anti-fumo, alle foto di polmoni anneriti e colpiti da cancro che si trovano sui pacchetti di sigarette in Canada o alle immagini scioccanti cui si è fatto ricorso, per campagne contro la guida pericolosa, in Francia, Inghilterra o Germania (paesi il cui tipo di cultura).

In verità sulla reale efficacia di questo tipo di campagne si sono registrati pareri discordanti. Dopo i primi entusiasmi suscitati dai risultati ottenuti inizialmente, infatti, studi successivi hanno ridimensionato la speranza che possano funzionare davvero: su alcune persone hanno effetto, mentre su altre sembrerebbero risultare infruttuosi o addirittura controproducenti, finendo per favorire il comportamento che si intendeva scoraggiare<sup>31</sup>.

Malgrado ciò il Parlamento europeo ha appena approvato (ottobre 2013) la nuova direttiva sull'uso dei prodotti da tabacco, che prevede il ricorso ad avvertimenti efficaci (includere le immagini shock) e informazioni sanitarie riportate su tre quarti della superficie dei pacchetti di sigarette. La relatrice Linda McAvan ha infatti dichiarato: «Dobbiamo fermare le aziende produttrici di tabacco che rivolgono ai giovani una serie di prodotti ingannevoli, e fare in modo che i pacchetti di sigarette abbiano avvertimenti efficaci. In Canada, dove

<sup>31</sup> E. Zerbinatti, *La comunicazione sociale e gli spot sulla salute*, in *La comunicazione della salute. Un manuale*, Raffaello Cortina, Milano, 2009.

grandi avvertenze illustrate sono state introdotte nel 2001, il fumo nei giovani si è dimezzato<sup>32</sup>».

Lo conferma la Società Italiana di Tabaccologia attraverso il suo presidente Biagio Tinghino: «In Canada nel giro di undici anni, dal 2001 al 2011, la prevalenza di giovani fumatori è passata dal 25% al 12%, un crollo determinato da politiche restrittive e di contrasto all'immagine allettante che il fumo può esercitare sulle generazioni più indifese». Qualcosa di simile è avvenuto in Uruguay, dove sin dall'introduzione nel 2005 delle immagini shock il fumo tra i ragazzi di 15-17 anni ha subito un decremento dell'8% ogni anno<sup>33</sup>. Alla luce di questi recenti sviluppi sembra insomma che andrebbero rivisti certi giudizi non troppo lusinghieri sull'efficacia dei *fear appeal*. La direttiva europea, di cui si aveva sentore già nella primavera 2013, ha suscitato implausibili reazioni da parte di alcuni professionisti e giornalisti italiani, che, definendosi indipendenti e trasversali agli schieramenti politici, hanno costituito il comitato Save the Choice, il cui slogan recita: «Scegliere è un mio diritto». Portavoce del comitato è la giornalista di *Panorama* Annalisa Chirico.

Il messaggio basato sul conforto è, invece, una strategia positiva, che mette l'accento sui benefici conseguenti a un corretto comportamento.

Viene solitamente rivolta a persone che devono essere sostenute nel mantenere un comportamento corretto già messo in pratica: nel caso

---

<sup>32</sup> Da quotidianosanità.it, 8 ottobre 2013.

<sup>33</sup> Da quotidianosanità.it, 9 ottobre 2013.

di una campagna contro il fumo, per esempio, il messaggio di conforto sarà la prospettiva di una vita più lunga e di un ritrovato benessere. Consapevoli però che, soprattutto in casi di dipendenza (come quella nei confronti del fumo), determinare la motivazione può comunque non essere sufficiente. In ogni caso risultano efficaci messaggi accattivanti, credibili, che suscitano sorpresa e che possono essere ricordati. Lo slogan lanciato dall'OMS in occasione del World No Tobacco Day 2000 recitava: «Il fumo uccide. Non farti abbindolare». Un accorgimento che facilita la buona riuscita di un messaggio è rappresentato dall'utilizzo delle immagini in sostituzione delle parole: trattandosi di contrastare le impressioni di fuorviante positività del gesto di fumare, che scaturiscono proprio dal cinema, pare quasi superfluo sottolineare che anche nelle campagne di promozione della salute le immagini hanno un ruolo fondamentale nel favorire la memorizzazione del messaggio proposto.

Il successo delle campagne di comunicazione dipende da come vengono utilizzati i media. Concentrarsi sulla prevenzione rivolta solo ai più giovani può rivelarsi controproducente, poiché può favorire l'impressione che nei ragazzi il fumo non sia accettabile mentre negli adulti sì. Inoltre, come già sperimentato in Australia, le campagne educative su larga scala possono comunque avere un grande impatto sugli adolescenti. Gli esperti in comunicazione sociale suggeriscono infine, specie per questo specifico target, il ricorso a un mix multimediale che faccia leva sull'uso dei nuovi media, quali internet (i social network) e la telefonia mobile.

Esistono anche altre strategie per stimolare gli individui a prendere in considerazione i messaggi veicolati da una campagna. Una delle più interessanti è il ricorso a *testimonial*: uno sportivo, un cantante, un medico famoso. O, nel caso della prevenzione del fumo negli adolescenti, perché no, proprio un attore o un'attrice dotati del giusto carisma, così da rispondere con le stesse "armi".

## 16. L'OMS ha dichiarato guerra al fumo

**E**liminare la pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione dei prodotti del tabacco: questo è stato il tema dell'edizione 2013 del World No Tobacco Day. Vale la pena di ricordare che la Convenzione Quadro sul Controllo del Tabacco dell'OMS, in inglese WHO FCTC (Framework Convention on Tobacco Control), è entrata in vigore già nel febbraio 2005 e che nell'aprile 2009 tale trattato risultava ratificato da più di 160 paesi.

L'articolo 13 dell'FCTC obbliga le parti a promulgare divieti assoluti di ogni forma di pubblicità, di promozione e di sponsorizzazione dei prodotti del tabacco entro cinque anni dalla ratifica.

Lo stesso articolo prevede inoltre specificamente il divieto di pubblicità transfrontaliera, che consente ai quei paesi che hanno messo in atto restrizioni sul territorio nazionale di impedire l'ingresso dall'esterno delle forme di promozione che sono state oggetto di messa al bando. Nel novembre 2008 le parti contraenti l'FCTC hanno adot-



Cogan - Killing Them Softly · 2012  
© courtesy Eagle Pictures

tato all'unanimità le linee guida per la realizzazione dell'articolo 13. L'OMS ha dunque invitato gli Stati membri a vietare ogni pubblicità di prodotti derivanti dal tabacco. È ormai provato, infatti, che abolendo qualsiasi forma di pubblicità di tali prodotti si contiene sia l'iniziazione al fumo che il mantenimento dell'abitudine. In questo senso il World No Tobacco Day 2013 ha mirato a proteggere le generazioni attuali e future non solo dagli effetti del fumo sulla salute, ma anche dalle sue conseguenze negative sul piano sociale, ambientale ed economico.

Il raggiungimento di questo obiettivo si declina su quattro fronti, contrastando:

1. i messaggi illusori e fuorvianti delle campagne promosse dall'industria del tabacco;
2. l'esposizione dei giovani ai prodotti del tabacco;
3. la mancanza di autodisciplina/autoregolamentazione da parte dell'industria del tabacco;
4. l'inefficacia delle abolizioni parziali.

Pur essendo l'eliminazione delle attività promozionali, tra tutti gli interventi di contrasto al fumo, quello con il miglior rapporto costo/benefici, solo il 6% della popolazione mondiale è completamente protetto su questo fronte e, in molte nazioni, non sono stati ancora adottati provvedimenti adeguati: in tema di divieti alla pubblicità del tabacco, infatti, più di un terzo dei paesi ha restrizioni minime o non ne ha alcuna.

Nazioni in cui, invece, si stanno compiendo notevoli progressi nella messa al bando delle forme residue di promozione del fumo sono Albania, Brasile, Colombia, Ghana, Iran, Mauritius, Panama e Vietnam. Dai dati contenuti nel Report Globale 2012 sull'attuazione del WHO FCTC risulta che 83 paesi abbiano già introdotto un divieto generale di tutta la pubblicità del tabacco, anche nei punti di vendita.

A livello mondiale, sempre secondo l'Agenzia delle Nazioni Unite, il 78% dei giovani di età compresa tra i 13 e i 15 anni è esposto regolarmente a una qualche forma di pubblicità dei prodotti derivati dal tabacco: il totale divieto di ogni forma di promozione rappresenta dunque il tentativo più efficace di contrastare quella che viene definita da Margaret Chan, direttore generale dell'OMS, "una manipolazione spudorata" attuata dall'industria del tabacco nei confronti, in particolare, dei giovani e delle donne allo scopo di reclutare la prossima generazione di individui dipendenti dalla nicotina.

Difatti nei paesi che hanno introdotto una messa al bando della pubblicità riguardante il fumo si è registrato un calo dei consumi di prodotti del tabacco pari al 7%. Il direttore del Dipartimento per la Prevenzione delle Malattie non trasmissibili dell'OMS, Douglas Bettcher, fa tuttavia notare che, perché sia efficace, il divieto deve essere completo. E che, anche quando i divieti sono in vigore, l'industria del tabacco è continuamente alla ricerca di nuove strategie dirette verso potenziali fumatori, come per esempio la distribuzione di gadget, il marketing occulto nelle discoteche e nei bar o l'utilizzo di prodotti e marchi del tabacco in film, serie tv e reality.



## Conclusioni

Ricapitolando quanto esposto in questa nostra sintetica ricognizione sulle *liaisons dangereuses* (relazioni pericolose) tra cinema e fumo, gli argomenti fondamentali sono i seguenti:

- 1 Fatta eccezione per alcune valutazioni che sembrano andare in controtendenza, negli ultimi anni attori e attrici hanno fumato e fumano nei film con sempre maggiore frequenza. Secondo gli esperti la pratica, si potrebbe persino dire la regola, di inserire sigarette o scene di fumo nei film (il “posizionamento di prodotto”) è andata rapidamente affermandosi nel corso degli anni Novanta fino a entrare in questi ultimi tempi pressoché in tutte le grandi produzioni hollywoodiane e non solo. La rapida diffusione di tale strategia deve attribuirsi al guadagno che porta a produttori, registi e attori.
- 2 Nei film fumano stelle del cinema di ogni nazionalità, trasmettendo così messaggi fuorvianti e nocivi soprattutto per gli spettatori più giovani e vulnerabili.  
Insinuano l'erronea impressione che la sigaretta:
  - a) costituisca una sorta di rimedio in situazioni di stress, alleviando le emozioni negative e consentendo rilassamento e distensione;
  - b) faciliti e favorisca le relazioni e le interazioni sociali;
  - c) migliori il look, l'aspetto esteriore così come l'immagine complessiva (per gli adolescenti può essere la “conferma” di essere ormai “adulti”).

- 3 L'eccessiva quantità di scene di fumo presenti nei film andrebbe attentamente monitorata in quanto indebolisce senza dubbio gli sforzi, che vanno nel senso opposto, di tutelare la salute pubblica ponendo un freno al consumo di tabacco.
- 4 Negli adolescenti la scelta di fumare sigarette è almeno in parte attribuibile alle strategie di marketing dei produttori di tabacco.
- 5 Bambini e ragazzi sono avidi consumatori di film, fruibili anche fuori dalle sale cinematografiche attraverso molteplici canali.
- 6 Le scene di fumo presenti nei film la cui visione è consentita anche agli spettatori più giovani (e perciò sprovvisti di adeguati strumenti critici) incoraggiano gli adolescenti che non hanno mai fumato a sperimentare la sigaretta (l'iniziazione).
- 7 Occorre disincentivare o far recedere gli attori dal gesto di fumare nelle pellicole, soprattutto se queste sono destinate a un pubblico adolescenziale.
- 8 È necessario altresì impedire o regolare con severità l'esposizione degli spettatori più giovani e influenzabili alle scene di fumo nei film, soprattutto se totalmente ingiustificate e fuori contesto.

L'esperienza fin qui maturata insegna che ogni volta che si proibisce o si limita da qualche parte la pubblicità e la promozione del tabac-

co, nuove forme riemergono attraverso nuove strade e nuovi canali di comunicazione. Nei fatti la quantità di scene di fumo rintracciabili nei film americani è aumentata quando le attività promozionali hanno subito una restrizione in altri media, e un analogo processo ha avuto luogo in India dopo la messa al bando della pubblicità riguardante i prodotti del tabacco.

Dato che l'assistere a scene di fumo sullo schermo produce nello spettatore un'impareggiabile impressione di realtà e visto che giovani e giovanissimi vedono così tanti film, l'effetto dei film nell'indurre l'iniziazione al fumo risulta impressionante.

Perciò ogni paese o nazione che intenda seriamente proibire o limitare la promozione dei prodotti del tabacco, se non vuole veder gravemente compromessi i suoi sforzi, deve fare i conti con questo problema.

Non si può continuare a lasciare proprio gli adolescenti, la fascia di popolazione più vulnerabile, in balia del più formidabile mezzo di persuasione e promozione pro-fumo spendibile nell'attuale scenario di globalizzazione economica, il cinema. Si rende perciò indispensabile un intervento su larga scala per contrastare efficacemente la piaga del fumo sugli schermi cinematografici.

In Italia, dove manca qualsiasi normativa riguardante la regolamentazione della visione di film contenenti scene di fumo, ci si può forse consolare con l'adozione delle prime misure sulla lotta al tabagismo in età adolescenziale.

È dei primi di settembre 2013, infatti, il recepimento del ddl Lorenzin che dispone il divieto di fumare in tutti i luoghi pertinenti le scuole, insieme con provvedimenti relativi all'uso delle sigarette elettroniche<sup>34</sup>.

Il testo prevede l'estensione del divieto di fumo nelle scuole anche alle aree all'aperto di pertinenza degli istituti scolastici. A sorpresa, il divieto di "svapare" e-cig nei luoghi pubblici (uffici, bar, mezzi pubblici, cinema) è stato rimosso ai primi di novembre, pur restando in vigore quello nelle scuole<sup>35</sup>.

Secondo il ministro della Salute Beatrice Lorenzin è questa la prima di una serie di misure per rendere le scuole dei luoghi di prevenzione sempre più efficaci.

Il passo successivo potrebbe essere quello di introdurre delle regole che limitino in modo più severo l'accesso di bambini e teenager a film che contengano scene di violenza, sesso e fumo.

---

<sup>34</sup> A favore delle e-cig, e della necessità di studiarne scientificamente l'utilità, va sicuramente segnalata la dura presa di posizione dell'oncologo Umberto Veronesi: «Se tutti coloro che fumano sigarette tradizionali si mettessero a fumare sigarette senza tabacco - sostiene il fondatore dell'Istituto Oncologico Europeo - salveremmo almeno 30 mila vite all'anno in Italia». Fonte: quotidianosanità.it, 5 novembre 2013.

<sup>35</sup> M. De Bac, *La sigaretta elettronica torna libera nei bar e sui bus. Via il divieto nei luoghi pubblici, scontro sulla legge*, "Corriere della Sera", 11 novembre 2013.

# Indice

<b>Introduzione</b> .....	p. 5
<b>Premessa</b> .....	p. 7
<b>1. Ciak, si fuma!</b> .....	p. 13
<b>2. Il fascino indiscreto delle star che fumano</b> .....	p. 26
<b>3. Come e quanto fumano nei film</b> .....	p. 29
<b>4. L'importanza di una regolamentazione</b> .....	p. 32
<b>5. Finzione vs realtà</b> .....	p. 37
<b>6. Il cinema: una scelta strategica</b> .....	p. 40
<b>7. Woody Allen e l'estetica della sigaretta</b> .....	p. 44
<b>8. Smettere: perché è così difficile?</b> .....	p. 47
<b>9. Tom Ford, un esordio fumoso</b> .....	p. 55
<b>10. L'iniziazione al fumo</b> .....	p. 58
<b>11. Bambini e adolescenti da proteggere</b> .....	p. 61
<b>12. Media e modelli da (non) imitare</b> .....	p. 68
<b>13. Dall'iniziazione alla dipendenza</b> .....	p. 74
<b>14. Spot per la salute dei più giovani</b> .....	p. 76
<b>15. Le strade della comunicazione sociale</b> .....	p. 80
<b>16. L'OMS ha dichiarato guerra al fumo</b> .....	p. 84
<b>Conclusioni</b> .....	p. 90

## Per **WALCE Onlus**

(Women Against Lung Cancer in Europe)

Presidente: *Silvia Novello*

Ufficio stampa: *Raffaella Ronchetta*

Advocate: *Stefania Vallone*

Ideazione e testi:

*Edoardo Altomare*, Oncologo, Dirigente

Responsabile U.O. Formazione ASL BARI

*Domenico Galetta*, Oncologo,

Istituto Tumori "Giovanni Paolo II" BARI

WALCE Onlus

c/o AOU San Luigi

Regione Gonzole 10

10043 Orbassano (TO)

[www.womenagainstlungcancer.eu](http://www.womenagainstlungcancer.eu)

Progetto editoriale: **Carthusia Edizioni**

Direzione editoriale: *Patrizia Zerbi*

Coordinamento editoriale: *Silvia Marelli*

Art director: *Elisa Galli*

Fotografie: PHOTOMOVIE S.r.l., Milano

Fotografia di copertina: © fergregory - Fotolia.com

© 2013 Carthusia Edizioni

Via Caradosso 10 · 20123 Milano

[www.carthusiaedizioni.it](http://www.carthusiaedizioni.it)

Tutti i diritti riservati · I edizione

Stampato presso Società Editoriale Grafiche AZ, Verona

