

ARTICOLO DI PUNTOSICURO

Anno 5 - numero 794 di mercoledì 11 giugno 2003

Alcol e giovani: quale prevenzione?

Incidenti automobilistici, infortuni sul lavoro: come promuovere una cultura della sicurezza per i giovani italiani? Quali i messaggi trasmessi dai mass media?

L'alcol è la prima causa di morte tra i giovani uomini europei: l'Organizzazione Mondiale della Sanità indica che un decesso su quattro, tra i ragazzi di età compresa tra i 15 e i 29 anni, è dovuto al consumo di alcol per un totale di 55 mila morti l'anno a causa di incidenti automobilistici, avvelenamento, suicidio indotto dal bisogno di liberarsi dall'alcolismo, omicidi legati allo stesso fenomeno.

Per quanto riguarda l'Italia, la situazione non è meno tragica: su 170 mila incidenti stradali che si verificano annualmente sulle nostre strade, 50 mila sono attribuibili all'elevato tasso di alcol presente nell'organismo, mentre circa la metà delle 6 mila morti causate da tali incidenti riguardano individui giovani. Sono gli alcolici, infine, nel nostro Paese, la principale causa di cirrosi epatica.

PuntoSicuro ha riportato i dati dello studio "Il consumo di bevande alcoliche: generazioni a confronto", condotto dall'Osservatorio sul Fumo Alcol e Droga (OSSFAD) dell'Istituto Superiore di Sanità nel numero 763 del 17/04/2003.

Riguardo all'aspetto alcol-lavoro vale la pena ricordare che, secondo una ricerca effettuata a Bressanone, un decimo dei lavoratori assume giornalmente alcol su posto di lavoro, il 25% degli incidenti sul lavoro sono riconducibili all'alcol e che gli alcolisti si assentano 2,5% volte in più rispetto agli altri lavoratori. (Vedi PuntoSicuro n° 572 del 07/06/2002).

Contrastare questa tendenza necessita quindi di un piano di prevenzione mirato ai giovani che sviluppi e diffonda una cultura della sicurezza.

La cultura del bere, invece, è sempre più diffusa nei media.

«Oltre alla pubblicità diretta delle bevande alcoliche ? dichiara Emanuele Scafato, responsabile alcol dell'Ossfad e direttore del Centro collaborativo dell'OMS - la televisione e i media propongono il consumo di alcol associandolo frequentemente a situazioni di quotidiana convivialità e a protagonisti con personalità positive contribuendo a normalizzare la cultura del bere». L'Ossfad ha condotto un'accurata indagine su film e telefilm andati in onda tra il 2000 e il 2001, sulle principali reti televisive nazionali, allo scopo di quantificare la promozione occulta del consumo di alcol.

E' emerso che l'alcol è presente sullo schermo ogni 13 minuti - il doppio della sigaretta - e che viene sorseggiato da personaggi "positivi", o che comunque risultano simpatici allo spettatore, in un contesto di convivialità e piacere, che ispira benessere e persino concentrazione.

Una iniziativa di prevenzione è stata proposta nell'workshop, "Alcol e prevenzione. Ascoltando i giovani", che si è tenuto il 5 giugno a Roma, organizzato dall'Osservatorio su fumo, alcol e droga (Ossfad) dell'Istituto superiore di sanità: un modello di campagna sociale volta a sensibilizzare, informare e prevenire i rischi conseguenti all'abuso di bevande alcoliche tra i giovani, frutto dell'esperienza di ascolto dei giovani realizzata in una sorta di approccio comunicativo "alla pari".

I ricercatori si sono lasciati ispirare dai ragazzi stessi: 60 studenti, di differente provenienza regionale e di età compresa tra i 15 e i 25 anni, sono stati divisi in tre focus group. Li hanno ascoltati attentamente, ne hanno accolto le indicazioni e le osservazioni, per poi utilizzarle nell'elaborazione del messaggio.

L'iniziativa intende proporre a Regioni, Comuni, Province e a tutti i soggetti pubblici impegnati nella tutela della salute, strumenti di comunicazione validi (cartelloni, depliant, opuscoli, questionari, siti Internet) che possano raggiungere tutti i luoghi di ritrovo giovanile (scuole, pub, discoteche, concerti) e incidere efficacemente a modificare stili di vita dannosi.

