

ARTICOLO DI PUNTOSICURO

Anno 5 - numero 704 di venerdì 24 gennaio 2003

Comportamenti salutarì in...TV

Al via nuove campagne informative relative alla "dissuasione dal fumo" e alla "corretta alimentazione". Una quantificazione dei danni causati in Italia da fumo e da scorrette abitudini alimentari.

Nei prossimi sei mesi, sulle principali Tv a diffusione nazionale, saranno realizzate due importanti campagne di informazione promosse dal Ministero della Salute relative alla "dissuasione dal fumo" e alla "corretta alimentazione".

Scopo delle campagne è promuovere presso la popolazione gli stili di vita salutarì, secondo quanto previsto dallo schema del Piano sanitario nazionale 2002-2004.

Una alimentazione corretta e il no al fumo rappresentano fattori determinanti per lo stato di salute dell'individuo, per il mantenimento della qualità di vita e per la prevenzione di malattie molto serie.

Nella conferenza stampa di presentazione delle campagne informative, il ministro Sirchia ha sottolineato infatti che "la letteratura scientifica [...] ormai documenta in maniera incontrovertibile come i danni provocati dall'uso del tabacco oppure dalla alimentazione scorretta siano di portata enorme. [...]L'alimentazione scorretta è uno degli elementi del rischio cardiologico e cardiovascolare in genere più significativi; sapete bene che questa è la prima causa di morte in Italia e che quindi parliamo di numeri elevatissimi. Il cancro, di cui il fumo è grande parte della patogenesi, è la seconda causa di mortalità in Italia. Mentre la terza causa di morte sono gli incidenti stradali con dei numeri altissimi di morti e disabili."

I gravi danni recati alla salute da alimentazione scorretta, fumo e incidenti stradali hanno anche forti ripercussioni economiche: "non c'è solo l'evidenza scientifica ma anche quella economica: sappiamo che questi tre fattori di rischio, messi insieme, ammontano a 120 mila miliardi di vecchie lire di spesa per la collettività: sono 40 mila miliardi per l'alimentazione, l'obesità; 40 mila circa per il fumo, e sono altrettanti 40 mila per gli incidenti stradali, imputabili ai 30 mila disabili che si generano ogni anno."

Il dato economico non è trascurabile in quanto, sottolinea il ministro "basterebbe una diminuzione anche limitata per indurre dei risparmi consistenti che la sanità potrebbe poi rivolgere ad altri servizi ampliandoli e portandoli ancora più vicino ai cittadini."

Il ministro ha sottolineato la difficoltà di sradicare delle abitudini consolidate: "abitudini consolidate nell'ambito familiare, nel contesto degli amici, dei gruppi amicali e quant'altro da un lato, dall'altro vi sono interessi importanti che si frappongono o che a volte addirittura ostacolano questo percorso. E' chiaro che si vanno a smuovere degli interessi economici davvero molto consistenti interessi commerciali, industriali che da queste cattive abitudini traggono larghi profitti."

"Cominciamo con questo tipo di campagna che naturalmente ha un'efficacia limitata." Ha proseguito il ministro - "Ha di fronte un bombardamento micidiale di propaganda commerciale in senso contrario ai nostri obiettivi, ma cominciamo ad opporre una prima ma fragile difesa, perché non abbiamo una capacità di fuoco altrettanto forte come quella di coloro che invece difendono i propri interessi economici."

Le due campagne televisive promosse dal ministero si articoleranno parallelamente secondo le medesime modalità comunicative.

Andranno in onda sulle reti RAI, MEDIASET e LA7 sia spot di diversa durata sia interventi redazionali e pillole informative all'interno delle trasmissioni: infatti, accanto agli spot che hanno l'obiettivo di sensibilizzare e di focalizzare l'attenzione sui temi con un forte impatto, l'uso di spazi comunicativi più ampi all'interno dei palinsesti consente di approfondire gli argomenti trattati, di fornire una maggiore quantità di informazioni, e, infine, permette di costruire i messaggi in modo mirato allo specifico target di riferimento.

Per meglio veicolare il messaggio e per raggiungere in maniera capillare i destinatari, le campagne prevedono anche l'utilizzo di altri media come la radio (Radiouno, Riodue e Radiotre), i canali satellitari (Raisat e Rainews), il televideo e Internet.

www.puntosicuro.it