

Cinema & fumo di tabacco: il patto col diavolo

Edoardo Altomare, Domenico Galetta

Movies sell cigarettes, i film vendono sigarette, è uno slogan ben noto a Hollywood e alle multinazionali del tabacco, che viene ripetuto da decenni anche dai ricercatori di tutto il mondo che studiano i danni da fumo [1]. Dal 1927 al 1951 la American Tobacco Company ha avuto sul libro paga circa duecento divi del cinema, da Clark Gable a Cary Grant, Spencer Tracy, Marlene Dietrich e Humphrey Bogart. E non c'è dubbio che da allora le grandi star abbiano contribuito a creare e alimentare sul grande schermo il fascino indiscreto delle sigarette, quell'aura magica per la quale il fumo appare come uno strumento di seduzione, di socializzazione, di trasgressione, di virilità: e il cinema ha assunto un ruolo strategico nel marketing delle aziende (non tutte, per fortuna) che producono tabacco. Nel saggio *Cenere di stelle. Cinema, fumo e adolescenti*, pubblicato nel 2014 sotto l'egida di WALCE Onlus (Wo-

men Against Lung Cancer in Europe), gli autori di questo editoriale hanno fornito evidenze su come l'adesione all'alleanza con *Big Tobacco* da parte di produttori, registi e attori sia proseguita nel tempo, con alterne vicende, fino ai giorni nostri. È lungo l'elenco delle pellicole caratterizzate dalla presenza di *smoking scene* che rinnovano ancor oggi l'antico patto tra l'industria del tabacco e quella cinematografica. Il caso più recente, che ha suscitato forti perplessità da parte di alcuni medici, è l'ultimo film firmato da Paolo Sorrentino *È stata la mano di Dio*, dopo le polemiche sorte già nel 2013 a proposito del contenuto di scene di fumo ne *La grande bellezza*. Sul versante delle serie tv italiane più recenti, invece, impressiona la frequenza con cui si accendono e fumano sigarette i protagonisti degli episodi di *A casa tutti bene*, di Gabriele Muccino. Che le scene di fumo massicciamente presenti nei film promuovano l'iniziazione all'uso del tabacco negli adole-

Cinema & smoking tobacco: a deal with the devil

Edoardo Altomare, Domenico Galetta

Movies sell cigarettes well-known is a slogan, both in Hollywood, and among multinational tobacco industries. This slogan has been repeated for decades by worldwide researchers who study smoking-related risks [1]. From 1927 to 1951, the American Tobacco Company had around two hundred film stars on its payroll, including Clark Gable, Cary Grant, Spencer Tracy, Marlene Dietrich, and Humphrey Bogart. There is no doubt that, since then, the big stars have contributed in creating and promoting an incautious appeal to cigarettes on the silver screen. This appeal is like a magical aura for which cigarette smoking appears as an instrument of seduction, socialisation, transgression, and virility. The cinema has adopted a strategic role in the marketing of tobacco companies (not all of them, fortunately). In the essay *Ashes of stars, Cinema, smoking, and teenagers*, published in 2014 and sponsored by WALCE Onlus (Women Against Lung Cancer in Europe), the authors

of this editorial evidenced how the alliance with Big Tobacco by producers, directors and actors, has continued over time to the present day, despite a few ups and downs. There is a long list of movies featuring smoking scenes that still bring to life the age-old agreement between tobacco producers and the film industry. The most recent case which has caused strong perplexity by physicians, is the film *The Hand of God*, the latest movie by Paolo Sorrentino, whose Oscar-winning *The Great Beauty* arose the same controversy in 2013 for having smoking scenes in it. On the other hand, in the most recent Italian TV series *At Home all Well* by Gabriele Muccino, the frequency with which the leading actors light up and smoke cigarettes is merely shocking. It has long been known that a massive number of smoking scenes in movies foster the initiation of tobacco use by teenagers [2], so much that the Article 13 of the Framework Convention on Tobacco Control, the world's



scienti è noto già da tempo [2], tanto che sul tema si è espresso l'articolo 13 della Convenzione Quadro per il Controllo del Tabacco, il primo trattato internazionale al mondo per la tutela della salute pubblica che riconosce i danni provocati dai prodotti del tabacco e dalle aziende che li commerciano, stabilendo regole globali sulla pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione di sigarette et similia. Tuttavia, a causa dell'acquiescenza mostrata

dal nostro Governo in ripetute occasioni, oggi il *Global Tobacco Industry Interference Index 2021* indica che l'Italia, tra favoritismi e scarsa trasparenza, è tra i Paesi in cui le politiche relative al tabacco sono più esposte all'interferenza dell'industria del tabacco [3].

Di fatto, non solo in Italia, ogni volta che la politica ha osato proporre interventi atti a mitigare o contrastare il fenomeno – ci aveva provato in Italia l'ex ministra della Salute Beatrice Lorenzin nel 2015, e poi nel 2017 la senatrice transalpina Nadine Grelet-Certenais, che aveva chiesto di bandire il fumo nei film di produzione francese – il mondo dello spettacolo e della cultura ha reagito con una veemente levata di scudi, condita da astiosa ironia. Della serie: vietiamo Anna Karenina perché istiga al suicidio? [4]. "L'attuale tregenda cinema-fumo – commentava a quell'epoca la scrittrice Natalia Aspesi – è pensosamente ridicola anche se con ingenuo scopo umanitario" [5]. Incredulità e sarcasmo hanno accolto la proposta anche oltralpe, e così, nonostante il dichiarato supporto della Commissione europea e dell'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS), non se ne è fatto più nulla. Negli U.S.A., i Centers for Disease Control and Prevention (CDC) e Truth Initiative si (pre)occupano da tempo del monitoraggio delle scene di fumo nei film accessibili ai ragazzi – seguendo il loro *rating*, tali pellicole vengono indicate con le sigle G, PG e PG-13 dalla Mo-

most important international treaty for the protection of public health, has recognised the harm caused by tobacco products and by the companies that market them, and has established global rules on advertising, promoting and sponsorship of cigarettes and similar items. However, due to the appeasement shown by our government on repeated occasions, today the *Global Tobacco Industry Interference Index 2021* indicates that Italy, between favouritism and lack of transparency, is among the countries where tobacco policies are most exposed to be subdued by the tobacco [3] industry.

In fact, it is not only in Italy that no sooner do politicians dare to set measures to mitigate or fight this phenomenon – as done by the former Health Minister Barbara Lorenzin who tried to do this in Italy in 2015, and by the French senator Nadine Grelet-Certenais in 2017 who called for a ban on smoking in French-produced films – than the world of entertainment and culture reacts with a vigorous protest, coloured with a tone of sharp irony. "It is as if to say that Anna Karenina should be banned for instigating suicide?" [4]. At that time, the writer Natalia Aspesi commented by saying "the cinema-smoking uproar is thoughtfully ridiculous, even if it comes with a candid humanitarian purpose" [5]. This proposal was confronted with scepticism and sarcasm, even in France. However, despite the declared support by the European Commission and the World Health Organization (WHO), no action was taken regarding the issue. In the U.S.A.,

the Centers for Disease Control and Prevention (CDC) and Truth Initiative have long been (pre-)involved in monitoring smoking scenes in films accessible to young viewers. Such films are rated as G, PG and PG-13 by the Motion Picture Association of America (MPAA). However, it is reported that, despite a gradual decline in these scenes, tobacco still appears in some youth-rated films, and more so in non MPAA films (in 2020, 6 out of 22).

Then, between 2019 and 2020, the COVID-19 cyclone drastically changed the scenario. Due to SARS-CoV-2 and the restrictive measures to contain the pandemic, film pro-



tion Picture Association of America (MPAA) – e segnalano che, nonostante un progressivo affievolirsi del fenomeno, il tabacco appare tuttora in alcune pellicole *youth-rated*, e più ancora nelle pellicole di produzione non MPAA (nel 2020, 6 su 22).

Poi, al passaggio tra il 2019 e il 2020, il ciclone COVID-19 ha drasticamente modificato lo scenario. A causa del SARS-CoV-2 e delle misure restrittive per il contenimento della pandemia, la produzione cinematografica destinata alle sale cinematografiche ha subito una consistente riduzione, a tutto vantaggio della fruizione domestica delle serie tv (*episodic program*) attraverso piattaforme *online*. A partire dal 2003, peraltro, le multinazionali del tabacco hanno pensato di introdurre sul mercato una varietà di nuovi prodotti (sigarette elettroniche, tabacco riscaldato e, in altri Paesi, anche sacchetti di polvere di tabacco per uso orale), ampliando l'offerta di nicotina e tabacco in Italia e nel mondo. E, ovviamente, di scene di fumo nei film e, soprattutto, nelle serie.

Con la visione prolungata e ininterrotta di programmi a episodi – che può diventare per molti adolescenti una vera e propria abbuffata, definita *binge-watching* –

duction destined for cinemas has undergone a significant reduction, all to the full advantage of domestic

episodic programmes via online platforms. However, since 2003, multinational tobacco industries have been introducing a variety of new products into the market (electronic cigarettes, heated tobacco and, in other countries, even tobacco powder pouches for oral use). This has led to the expansion of the supply of nicotine and tobacco in Italy and worldwide, and obviously, to the increase of smoking scenes in films and in TV series in particular.

Hand in hand with the prolonged and uninterrupted vision of episodic programmes, which can become a real binge-watching for many teenagers, we can see an increase in the exposure to smoking scenes, that show younger viewers these “new” electronic devices, giving rise to what the American authors today define as the “e-cigarette epidemic”. The outcome is that over the past decade, the reduction in conventional cigarette smoking has been more than balanced by the use of e-cigarettes, which has led to the increase in the overall number of teenagers consuming nicotine products.

A recent study, sponsored by Truth Initiative (a U.S. organisation that promotes public health), stated that youngsters who are most exposed to programmes and TV series con-

creste di pari passo l'esposizione a scene di fumo che mostrano agli spettatori più giovani questi “nuovi” dispositivi elettronici, originando quella che oggi gli autori americani definiscono come *e-cigarette epidemic*. Ne risulta che nell'ultima decade la riduzione del fumo di sigarette convenzionali è stata più che compensata dall'uso di sigarette elettroniche, per cui la frequenza complessiva di ragazzi che consumano prodotti contenenti nicotina sta aumentando.

Uno studio recente, sponsorizzato da Truth Initiative, una organizzazione statunitense che promuove la salute pubblica, ha affermato che i giovani più esposti a programmi e serie TV contenenti immagini di tabacco hanno una probabilità tre volte maggiore di iniziare a “svapare” rispetto ai loro coetanei non esposti [6].

Lo studio condotto da Jessica Rath e coll. ha preso in esame le apparizioni di *tobacco incident* (scene in cui appaiono sigarette, anche elettroniche, pipe e sigari) nelle serie tv più seguite dai ragazzi su piattaforme di *video streaming*, HBO, Amazon Prime, Netflix, e tv via cavo. I

risultati dell'analisi, effettuata sotto l'egida di Truth Initiative, suggeriscono che l'esposizione degli adolescenti a



taining tobacco imagery are three times more likely to start “vaping” than their unexposed peers [6].

The study, carried out by Jessica Rath, analyses the appearance of “tobacco incidents” (scenes of cigarettes, including electronic ones, pipes, and cigars) in TV series most watched by young viewers on video streaming platforms, HBO, Amazon Prime, Netflix, and cable TV. The results of the study suggest that teenagers’ exposure to tobacco using scenes in TV series may have an influence on e-cigarette consumption: in 86% of cases, programmes which have tobacco imagery, and in Netflix, the number of tobacco incidents has been gradually increasing [7].

It is clear that for some time now, the film industry cannot disregard the support provided by the multinational tobacco industries, whose aggressive marketing strategies should be fought against with adequate restrictive measures, starting from applying a more accurate monitoring of films and TV series provided by the media and by using new methods to assess the exposure of adolescents (amongst other viewers).

Whether for ethical or ‘aesthetic’ reasons, many viewers cannot stand smoking scenes which are irrelevant to the narrative context in the vast majority of films and TV series. The cinema could and should be a remarkable tool of en-



scene di fumo nelle serie può incidere sul consumo di sigarette elettroniche: nell'86% dei casi i programmi includevano apparizioni di prodotti a base di tabacco, e nella programmazione di Netflix il numero di *tobacco incident* è andato via via aumentando [7].

Appare chiaro che ormai l'industria cinematografica non possa prescindere dal supporto assicurato dalle multinazionali del tabacco, le cui aggressive strategie di *marketing* andrebbero combattute con adeguate misure di contenimento.

Sono tanti gli spettatori che mal sopportano – per motivi sia etici che “estetici” – l’inserimento di *smoking scene* estranee al contesto narrativo nella stragrande maggioranza delle pellicole e dei programmi seriali. Il cinema potrebbe e dovrebbe rappresentare un formidabile strumento d'intrattenimento e formativo, e non un subdolo mezzo promozionale del fumo (di sigarette convenzionali e/o elettroniche).

In una recente intervista a *Il Messaggero*, il regista francese François Ozon ha stigmatizzato il ricorso al “supermer-

cato delle piattaforme”, uno scenario angosciante per chi, come lui, realizza film per le sale: “Mi domando se Jane Campion, Alfonso Cuarón, Martin Scorsese, Paolo Sorrentino avessero bisogno dei soldi di Netflix per lavorare. Hanno firmato un patto col diavolo. Sì, ha capito bene. per le sale le piattaforme rappresentano il diavolo”.

Non sarebbe certo il primo, aggiungiamo noi. E dal fuoco del più antico patto diabolico, quello con le multinazionali del tabacco, si levano le volute di fumo che pervadono tuttora le sale cinematografiche di tutto il mondo.

[Tabaccologia 2022; XX(1):11-14]

<https://doi.org/10.53127/tblg-2022-A003>

Edoardo Altomare

Oncologo, U.O.S Formazione ASL Bari

Domenico Galetta

S.S.D. Oncologia Medica Patologia Toracica, IRCCS Istituto Oncologico “Giovanni Paolo II”, Bari

✉ galetta@oncologico.bari.it

Bibliografia

1. Lum KL, Polansky JR, Jackler RK, Glantz SA. Signed, sealed and delivered: “big tobacco” in Hollywood, 1927-1951. *Tob Control* 2008;17:313-23.
2. Sargent JD, Beach ML, Adachi-Mejia AM, Gibson JJ, Titus-Ernstoff LT, Carusi CP, et al. Exposure to movie smoking: its relation to smoking initiation among US adolescents. *Pediatrics* 2005;116:1183-91. <https://doi.org/10.1542/peds.2005-0714>
3. Gruppo Italiano del Global Tobacco Industry Interference Index. L'ingerenza dell'industria del tabacco nelle politiche pubbliche in Italia. *Scienza in Rete*, 8 dicembre 2021.
4. Soffici C. Hollywood torna a fumare. *La Stampa*, 15 luglio 2017.
5. Aspesi N. La crociata francese per spegnere le sigarette nei film. *La Repubblica*, 22 novembre 2017.
6. Truth Initiative. *Straight to Vape*. 1° September 2020.
7. Bennett M, Hair EC, Liu M, Pitzer L, Rath JM, Vallone DM. Exposure to tobacco content in episodic programs and tobacco and E-cigarette initiation. *Prev Med* 2020;139:106169. <https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2020.106169>

tainment and education, and not a deceitful tool to promote smoking (conventional and/or electronic cigarettes). In a recent interview by an Italian newspaper, French director François Ozon criticised the use of “platform supermarket”, which is an anguishing scenario for those who, like him, make films for cinema theatres. He said “I wonder if Jane Campion, Alfonso Cuarón, Martin Scors-

ese, Paolo Sorrentino needed Netflix money to work. For cinema theatres, these platforms represent the devil, and they have a deal with the devil” [8].

This is certainly not the first deal, we would add. And from the fire of the most ancient diabolical pact, namely with the multinational tobacco industries, the puffs of smoke, that still pervades cinemas all over the world, arise.



OPEN ACCESS

L'articolo è open access e divulgato sulla base della licenza CCBY-NC-ND (Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale). L'articolo può essere usato indicando la menzione di paternità adeguata e la licenza; solo a scopi non commerciali; solo in originale. Per ulteriori informazioni: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.it>