



LA NOSTRA SALUTE
DI UMBERTO VERONESI

Terrorizzare? Non è questa la strada per fare prevenzione

CARO PROFESSORE, vedendo quella povera modella scarnificata dall'anoressia, sui manifesti di Oliviero Toscani, mi sono chiesta: ma questi messaggi «terroristici» aiutano davvero la prevenzione?

Giovanna Lelli, Milano

Se lo scopo di questa campagna era quello di dissuadere le ragazze dall'inseguire un modello di magrezza, rischiando quindi di cadere in uno stato anoressico, io penso che non sortirà effetto alcuno. Perché le persone che sono colpite dall'anoressia, e si lasciano morire d'inedia, perseguono con lucida determinazione l'autodistruzione, e sono spinte da pulsioni profonde, non certamente cancellabili mostrando delle foto tragiche. L'anoressia è una malattia mentale e non è «urlando» alcuni messaggi terroristici che la si cura o la si previene.

E se a ragazze normali quell'immagine scheletrica suscita pietà e insieme ribrezzo, in altre, nelle povere ragazze a rischio d'anoressia, rafforza invece il senso di sicurezza e di dominio, perché nella loro mente malata quel corpo deforme è la normalità, l'ideale. Ma io penso che in generale sia sbagliato l'utilizzo dei messaggi terrorizzanti e delle immagini choc per promuovere comportamenti corretti nel campo della salute. Non è questione di buon gusto, ma di metodo. Tutti sappiamo che la pubblicità ha lo scopo d'invogliare all'acquisto di un oggetto di consumo. Ma la salute non è un oggetto che si deve comprare sotto le suggestioni di un'abile manovra di marketing. È un bene alla cui salvaguardia devono concorrere tutti, con senso di responsabilità. Ritengo che

senza la cultura della salute una società non sia veramente democratica. Ma l'educazione sanitaria non si fa incutendo paure. Soprattutto quando ci si rivolge ai giovani, i divieti e le imposizioni sono sempre controproducenti.

Certo: in quest'opera educativa servono anche le moderne strategie d'informazione e gli slogan.



Così fu per le campagne sull'Aids negli anni Ottanta: i nostri giovani dovevano capire i rischi che correvano se avevano rapporti sessuali non protetti, e allora ecco lo slogan «Se lo conosci lo eviti». Altri Paesi, assai più coraggiosamente, incentrarono i messaggi sull'uso del profilattico. Insomma, parlo di una pubblicità intelligente, che non diffonda terrori ma sia basata sull'informazione, in cui ciascuno è consapevole del proprio diritto alla salute, e con senso di responsabilità non si espone ai comportamenti a rischio. E io che sono stato tra i primi e decisi sostenitori della legge contro il fumo nei luoghi pubblici, trovo eccessiva e terroristica anche la pubblicità sui pacchetti di sigarette.

1 Le lettere vanno indirizzate a: **La nostra salute**, «Oggi», via Angelo Rizzoli 2, 20132 Milano. Oppure all'e-mail: oggi@res.it. Lo staff degli specialisti del professor Umberto Veronesi risponde ai lettori nelle pagine "Oggi e domani-salute e scienza".