

## Un intervento basato sui mass media per favorire la cessazione dell'uso di tabacco

---

|                     |   |
|---------------------|---|
| Data di inserimento | 02/02/2021  |
| Anno                | 2017  |
| Domanda di ricerca  | Un intervento basato sui mass media è in grado di favorire la cessazione dell'uso di tabacco nella popolazione adulta?  |
| Quello che conta    | <p>Selezionati 11 studi (RCT e non RCT) che includono campagne per smettere di fumare rivolte ad una popolazione adulta di fumatori di età maggiore o uguale a 25 anni. I mass media sono definiti nella revisione come qualsiasi canale di comunicazione (televisione, radio, giornali, cartelloni pubblicitari, poster e opuscoli) in grado di raggiungere una vasta popolazione, senza prevedere contatti faccia a faccia. Le campagne dei mass media sono rivolte a fumatori adulti al fine di incoraggiare il processo di cessazione. Possono essere erogati come singolo intervento o in combinazione con altri programmi di controllo del fumo.</p> <p><b>Prevalenza di fumatori:</b> Esistono prove contrastanti (qualità bassa) sull'efficacia dei mass media nel favorire la cessazione del fumo. È stata osservata una riduzione della prevalenza dei fumatori in entrambi i programmi statali (California TCP 2003; Massachusetts 2003) rispetto al resto degli Stati Uniti, ma in California tale diminuzione era statisticamente significativa solo durante il primo periodo della campagna, prima dei tagli del finanziamento. Nella campagna del Massachusetts è stata osservata una riduzione della prevalenza dei fumatori nel loro insieme e negli uomini, ma non nelle donne. Gli studi australiani (North Coast QFL 1983, Sydney QFL 1986) hanno osservato, separatamente in uomini e donne, una diminuzione significativa dei fumatori (ma nelle donne non a lungo termine; follow up di 12 anni). Stanford 3 City 1977 non ha riscontrato una riduzione statisticamente significativa della prevalenza di fumatori rispetto al gruppo controllo.</p> <p><b>Tentativo di smettere di fumare:</b> Cinque studi hanno valutato i tentativi di smettere di fumare in seguito alle campagne dei mass media. Nessuno di essi ha riscontrato risultati significativi a favore dell'intervento.</p> <p><b>Tasso di cessazione:</b> Otto studi hanno riportato tassi di cessazione o di astinenza. Di questi solo tre hanno riscontrato risultati statisticamente significativi (Mogielnicki 1986; Jenkins 1997; McVey 2000) nei gruppi intervento.</p> |
| Caveat              | La qualità degli studi è bassa e spesso si tratta di studi datati con assenza di randomizzazione.   |
| Contesto            | Il tabacco è il principale fattore di morte prevenibile a livello mondiale, uccidendo quasi 6 milioni di persone all'anno. Si stima che circa 820 milioni di uomini, di età superiore ai 15 anni, e 176 milioni di donne fumino quotidianamente. Senza interventi efficaci in grado di favorire la cessazione del fumo la prevalenza di fumatori continuerà a crescere. La stessa WHO ha suggerito di utilizzare strumenti di comunicazione in grado di raggiungere una vasta popolazione per favorire la cessazione dell'uso di tabacco; in questo contesto si inseriscono le campagne sui mass media. Gli interventi basati sui mass media consistono nella diffusione di informazioni, incoraggiamenti, programmi per smettere di fumare tramite diversi mezzi come la televisione, la radio, i giornali o i cartelloni pubblicitari, in modo da raggiungere il maggior numero di fumatori.  |

---

|                                     |  |
|-------------------------------------|--|
| Implicazioni per la pratica         | I programmi di controllo del tabacco che includono campagne di mass media possono cambiare il comportamento dei fumatori, ma le prove provengono da studi di qualità e scala variabili. Il contributo specifico della componente mass media non è chiaro. La durata e l'intensità di un intervento possono influenzare l'impatto dell'intervento, ma per avere certezze le valutazioni dovrebbero durare abbastanza a lungo per rilevare cambiamenti duraturi, e per tenere conto di fattori di confondimento e tendenze secolari. Non è stata osservata alcuna relazione coerente tra l'efficacia della campagna e l'età, l'istruzione, l'etnia o il sesso. |
| Giudizio di qualità revisione       | Alta (presente sulla Cochrane Library)   |
| Riferimento bibliografico revisione | Bala_MM, Strzeszynski_L, Topor-Madry_R. Mass media interventions for smoking cessation in adults. Cochrane Database of Systematic Reviews. 2017.<br><a href="https://doi.org/10.1002/14651858.CD004704.pub2">https://doi.org/10.1002/14651858.CD004704.pub2</a>  |
| Parole chiave                       | - fumo di tabacco - dipendenze - interventi di comunicazione - mass media - dipendenza da fumo - cessazione del fumo -   |
| Aree di intervento                  | - dipendenze -   |
| Setting                             | - comunitario -  |
| Outcome                             | Cessazione e prevenzione uso del tabacco   |
| Sintesi e traduzione                | Sintesi e traduzione a cura di Marta De Vito, UPO, Università del Piemonte Orientale, Piemonte, Italia.  |