

SCHEDA RELAZIONE DEL PROGETTO

Premio Innovazione nei Servizi Sociali. Città di Rimini. Settima Edizione.



DATI IDENTIFICATIVI PER L'ISCRIZIONE

<i>Titolo del progetto</i>	Mamma, parliamo di doping
<i>Ente proponente</i>	Uisp – Unione Italiana Sport Per tutti
<i>Settore/Ufficio proponente</i>	Ufficio progetti nazionale
<i>Indirizzo (Via, Cap, Città, Provincia)</i>	Largo Nino Franchellucci, 73 – 00155 Roma

TITOLO: Mamma, parliamo di doping

TEMPI:

Data di avvio: 26 giugno 2008

Data di conclusione: 26 giugno 2009

INTRODUZIONE

Destinatari: 2000 ragazzi e ragazze delle scuole medie inferiori, i loro genitori e 100 insegnanti di 33 città in Italia – L'Aquila, Crotone, Lamezia Terme, Eboli, Napoli, Salerno, Parma, Trieste, Frosinone, Rieti, Roma, La Spezia, Genova, Sarzana, Lodi, Varese, Settimo Torinese, Torino, Vallesusa, Martina Franca, Taranto, Cecina, Empoli, Firenze, Grosseto, Livorno, Piombino, Enna, Noto, Ragusa, Trento, Orvieto, Belluno

Contesto: Negli ultimi anni, il fenomeno dell'inquinamento farmacologico e del doping risulta in crescita sia tra gli atleti professionisti che tra gli sportivi amatoriali. In Italia, dati recenti, riportano che circa il 3% degli adolescenti utilizza sostanze che possono essere considerate dopanti. Sono migliaia i giovani che frequentano le palestre e fanno uso di sostanze illecite, fornite a volte dagli stessi allenatori o da rivenditori che si appoggiano spesso a medici o farmacisti compiacenti. Ogni anno circa 400mila persone assumono sostanze illegali per migliorare le prestazioni sportive. E' importante, quindi, educare tutti, partendo specialmente dai più giovani, al rispetto delle regole e dell'etica sportiva soprattutto considerando anche i danni recati alla salute, e sensibilizzarli rispetto

ai rischi relativi all'inquinamento farmacologico e al doping.

Breve descrizione del servizio se esistente: Il progetto è una campagna e un'azione sociale, non un servizio

Motivazioni: Il fenomeno del doping con il passare del tempo sta diventando sempre più una piaga sociale che coinvolge praticanti amatoriali anche giovani, e molto spesso non a conoscenza dei pericoli rappresentati dalle sostanze dopanti per la loro salute. E la diffusione avviene frequentemente nelle palestre e nelle gare dilettantistiche, dove le motivazioni devono essere ricercate non certo nell'ambito della ricerca della prestazione sportiva di alto livello, ma indubbiamente sotto il condizionamento di modelli comportamentali distorti sul piano culturale e sociale. Molte esperienze di campagne informative proposte anche a livello europeo negli ultimi anni hanno inoltre evidenziato i limiti e l'inefficacia di messaggi minacciosi e demonizzanti rispetto al doping sul fronte dei pericoli per la salute (immediati e a medio/lungo termine), soprattutto se il target è rappresentato da adolescenti.

Analisi preliminari: Il processo di socializzazione sportiva nasce nei primissimi anni dell'infanzia, in cui per il bambino il movimento rappresenta una espressione naturale ed è esposto alle suggestioni di uno sport che stimola la fantasia e i sogni, fornisce miti e motivi di emulazione; in questa fase i bambini sono accompagnati e sostenuti dalle famiglie. Un modello che contiene però anche fenomeni distorsivi come il campionismo, la ricerca della vittoria a tutti i costi, la specializzazione precoce, l'agonismo esasperato. Le Società Sportive rispondono spesso a regole e a mentalità traslate dal mondo professionistico nei suoi aspetti più negativi, e sempre più si registrano disattenzione degli allenatori nei confronti del valore educativo dello sport, famiglie che scaricano sui figli aspettative di "campionismo". Modelli distorti e distorsivi, episodi gravi, spesso sottovalutati, che costituiscono il sintomo di un fenomeno preoccupante che snatura l'approccio stesso alla pratica sportiva, esponendo spesso i bambini a situazioni frustranti ed "educandoli" a pratiche di agonismo esasperato e aggressivo. E' in questo quadro contestuale che il fenomeno dell'inquinamento farmacologico e del doping trova terreno fertile di diffusione, in particolare in una fascia di età particolare come quella adolescenziale per la quali tematiche quali l'immagine del proprio sé (e specificamente il sé fisico) e l'influenza dei modelli abitualmente proposti dai media

hanno notevole rilevanza e l'orientamento culturale dei genitori è spesso tale da non poter fornire risposte adeguate né in relazione all'immagine corporea, né sull'impatto potenziale di aiuti esterni a partire dall'abuso di integratori.

Obiettivi : 1) informazione di ampie fasce di giovani sulle problematiche e sui pericoli legati all'inquinamento farmacologico e al doping; 2) prevenire il fenomeno del doping informando principalmente i giovani praticanti le attività sportive al fine di promuovere stili di vita sani e di valorizzare il ruolo sociale ed etico dello sport; 3) realizzazione di una campagna di comunicazione che veda i giovani protagonisti attivi della stessa, attraverso la produzione di strumenti multimediali rivolti ai loro coetanei e ai genitori; - definizione di una metodologia e di un modello innovativi in termini educativo/organizzativi; 4) acquisizione di materiali documentali che possono avere più impatto tra i giovani, in quanto elaborati secondo i loro modelli comunicativi e di linguaggio.

COSTRUZIONE E DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Metodologia e procedure: A partire dal 1998, quindi prima dell'emanazione della Legge di disciplina della tutela sanitaria delle attività sportive e della lotta contro il doping, l'UIISP ha maturato diverse esperienze sul campo: il progetto "Siamo sportivi, giochiamo pulito", il progetto "Dracula doesn't drink doping", co-finanziato dalla Commissione Europea nel 2001, e soprattutto le campagne "Primaedoping" (2004/05, in 38 scuole superiori) e "Asinochidoping" (2005/06, in 19 scuole superiori) co-finanziate dalla Commissione per la vigilanza ed il controllo sul doping, nonché le attività realizzate nell'ambito del progetto "La UISP e i giovani" (2003/5), finanziato dal Ministero del Lavoro L. 383/00. Tutte queste esperienze si basano sulla consapevolezza che le campagne di sensibilizzazione convenzionali soffrono spesso di un uso di codici comunicativi inadatti al target di riferimento. I giovani, nonostante siano informati, sembrano recepire il messaggio in maniera passiva. Questi progetti hanno invece visto un'innovazione di processo nella centralità data ai giovani come SOGGETTI ATTIVI; il loro protagonismo nella scelta di temi e linguaggi ha rappresentato un'inversione determinante nel rapporto comunicativo tra chi informa e chi recepisce.

Tale modello è stato scientificamente validato nel progetto "Primaedoping" dal Prof. Lucidi (Facoltà di Psicologia 2, La Sapienza, Roma). L'analisi dei dati ha evidenziato come le attività abbiamo

determinato nel campione esaminato un cambiamento degli atteggiamenti nei confronti del fenomeno, che sono divenuti più realistici e negativi, aumentando anche la consapevolezza di come alcuni modelli proposti dai media siano effimeri e sbagliati. Il progetto “Mamma, parliamo di doping” prevede un’ulteriore innovazione di processo nell’attuazione di una campagna informativa di sensibilizzazione, non solo dai giovani per i giovani, ma anche DAI GIOVANI PER GLI ADULTI (I GENITORI).

Soggetti coinvolti: Ragazzi e ragazze delle scuole medie inferiori, i loro genitori e i gli insegnanti. / Comitati Uisp Regionali e provinciali / Asl., Società Italiana di Pediatria, Medici Sportivi, Comuni, Province e Regioni / CVD (commissione per la vigilanza e il controllo sul doping e la tutela della salute nelle attività sportive – Ministero del lavoro, della salute e delle politiche sociali) e ISS (Istituto Superiore di Sanità)

Materiali predisposti: Depliant informativo “la Uisp e il Doping”, Cofanetto ISS contenente testimonianze di atleti ed ex atleti e un sillabo sul doping, il sito internet

www.mammaparliamo didoping.it, un cd interattivo con le esperienze dei precedenti progetti.

Fasi di realizzazione: Giugno 2008: Preparazione: informazione/formazione preparatoria per i responsabili dei Comitati Uisp coinvolti nel progetto relativamente all’impianto progettuale, alla tempistica, alle procedure e agli obiettivi della campagna. I Comitati Uisp hanno un ruolo basilare nella realizzazione delle azioni grazie ai loro rapporti con scuole, enti locali e famiglie nei rispettivi territori di appartenenza, favorendo così il corretto avvio delle attività e la strutturazione dell’innovazione di processo – DAI GIOVANI PER GLI ADULTI – prevista dal progetto. In questa fase, inoltre, il gruppo di monitoraggio ha presentato gli obiettivi qualitativi e le modalità della sua azione. Avvio dell’attività di progettazione del sito web. **Luglio – settembre 2008:**

Organizzazione: contatti con le scuole, con i Comuni e le Regioni. I Comitati Uisp si sono attivati nella individuazione delle scuole del progetto, distribuite sull'intero territorio nazionale e si è avviato un percorso di coinvolgimento diretto degli insegnanti con l’inserimento della campagna nei POF. Ottobre 2008: Avvio delle attività: incontri preliminari con i giovani e i genitori coinvolti. Questa fase ha visto la partecipazione degli insegnanti e dei responsabili Uisp con l’obiettivo, oltre alla

presentazione del progetto, di suscitare l'interesse attivo e la sensibilizzazione sulla tematica dell'inquinamento farmacologico e del doping, utilizzando anche il CD-Rom "La UISP e il doping" realizzato nel corso del progetto "Asinochidoping" e il DVD "Il mio doping" (performance teatrale presentata all'interno del Convegno di chiusura di "Asinochidoping"). Impostazione del sito web, così come avvenuto nei precedenti progetti UISP, che sarà costantemente aggiornato e arricchito garantendo una funzione di scambio, sensibilizzazione e informazione lungo tutto l'arco dell'iniziativa. Inoltre, ha un carattere interattivo permettendo l'accessibilità all'informazione ed ai vari aggiornamenti *in progress*, oltre che la possibilità di contribuire direttamente da parte dei fruitori. Avvio delle attività di monitoraggio e valutazione.

Novembre 2008: Laboratori creativi: avvio delle attività dei laboratori. Incontri con esperti (medici, sociologi, psicologi, preparatori sportivi, esperti in comunicazione, esperti nelle TIC, artisti e/o performer sull'espressione corporea) per informare i ragazzi circa i principali aspetti del fenomeno e stimolarne la loro creatività.

Gennaio –Aprile 2009: produzione dei materiali della campagna: i giovani, supportati nel loro lavoro dagli insegnanti e dagli operatori Uisp, si sono attivati nell'ideazione ed elaborazione di materiali di diversa natura (documenti, vignette, disegni, manifesti, slogan, video, spot, espressioni di natura artistica, ecc.) che rappresenteranno mezzi per incrementare la propria consapevolezza circa il fenomeno dell'inquinamento farmacologico e del doping, nei suoi diversi aspetti ma anche strumenti di diffusione della campagna. Aggiornamento del sito web. Promozione della campagna e pubblicizzazione del progetto. Si procederà ad un'azione di sensibilizzazione sia attraverso il sito web del progetto, sia attraverso le diverse pubblicazioni dell'Uisp, con spazi dedicati al progetto, e il sito web dell'associazione, sia con contatti diretti con i mass media. Monitoraggio e valutazione. Questa fase si chiuderà con un momento di incontro e di confronto tra i ragazzi ed i genitori, basato sulla presentazione dei materiali prodotti dai ragazzi ai genitori stessi.

Maggio – giugno 2009: Chiusura: convegno finale: saranno invitati tutti gli attori che hanno

partecipato e contribuito alla realizzazione del progetto stesso, costruendo, in questo modo, un momento di incontro tra i protagonisti e, al tempo stesso, un'occasione pubblica di presentazione dei risultati del progetto, dei suoi prodotti, in particolar modo, del CD-Rom e dei risultati del monitoraggio e della valutazione.

Aspetti innovativi da segnalare: . Il progetto "Mamma, parliamo di doping" prevede una innovazione di processo nell'attuazione di una campagna informativa di sensibilizzazione, non solo dai giovani per i giovani, ma anche DAI GIOVANI PER GLI ADULTI. I ragazzi sono coinvolti in laboratori creativi con lo scopo di realizzare una campagna sul tema del doping e dell'inquinamento farmacologico; hanno inoltre l'opportunità di interagire nel progetto con i loro genitori, a partire dall'iniziale intervista, ripetuta poi al termine delle attività, che consenta un monitoraggio sui cambiamenti di atteggiamento indotti negli adulti dalla campagna stessa.

RISULTATI E VALUTAZIONE

Risultati attesi: Il progetto si propone di raggiungere i seguenti risultati: 1) definizione di una metodologia e di un modello innovativi in termini educativo/organizzativi; 2) informazione di ampie fasce di giovani sulle problematiche e sui pericoli legati all'inquinamento farmacologico e al doping; 3) influenza positiva sulla concezione dei giovani riguardo al benessere psico-fisico e, di conseguenza, alle loro scelte di vita; 4) utilizzare il progetto "Mamma, parliamo di doping" come sperimentazione al fine di estendere il coinvolgimento e la partecipazione anche ai genitori, valutando la validità del modello metodologico proposto; 5) acquisizione di materiali di carattere innovativo che possono avere più impatto tra i giovani in quanto elaborati secondo i loro modelli comunicativi e di linguaggio; 6) elaborazione del sito web del progetto come luogo privilegiato per la diffusione a carattere nazionale della campagna informativa, ma anche come occasione di scambio e di confronto.

Criteri di valutazione: Capita spesso che delle ottime campagne di informazione e prevenzione cerchino di raggiungere obiettivi molto importanti ma, al termine del lavoro, non siano in grado di definire se questi sono stati raggiunti o meno, perché non dispongono di una adeguata fase di valutazione di efficacia. Una delle caratteristiche di "Mamma, parliamo di doping", invece, è quella di valutare se le attività della campagna abbiano raggiunto i risultati prefissati.

Strumenti e metodologie di valutazione: La verifica dei risultati sarà realizzata mediante: 1) la valutazione dell'efficienza dell'intervento sui destinatari attraverso la somministrazione di interviste strutturate da parte dei ragazzini genitori; abbiamo pensato di lasciare libertà alle modalità espressive dell'intervista, sarà infatti possibile utilizzare video, audio, cartaceo e le interviste potranno essere sia individuali o di gruppo.

2) la valutazione del modello come buona pratica realizzata attraverso la compilazione, a livello di ciascuna città, di un questionario, somministrato ex ante ed ex post a tutti i ragazzi coinvolti nel progetto. La compilazione del questionario sarà telematica.

RISORSE

Costo complessivo del progetto: 140.000,00 €

Fonti di finanziamento: Campagna finanziata dal Ministero del Lavoro, della Salute e delle Politiche Sociali - Commissione per la vigilanza ed il controllo sul doping e per la tutela della salute nelle attività sportive nell'ambito del programma "Campagne di formazione/informazione per la tutela delle attività sportive e di prevenzione sul doping"

Risorse umane impegnate:

- **numero:** a livello nazionale 7 persone per il coordinamento e la gestione complessiva della campagna, la preparazione dei materiali e la raccolta delle informazioni sull'andamento del progetto + equipe di dirigenti ed educatori in ognuna delle 33 città + 100 insegnanti delle classi coinvolte + pediatri

- **professione** dirigenti sportivi, educatori, operatori, insegnanti, pediatri, esperti

- **formazione prevista:** a luglio è stato organizzato nazionalmente un corso di aggiornamento e formazione dei responsabili locali e degli educatori

A gennaio si è tenuto un incontro con la Società italiana di pediatria per uno scambio di informazioni rispetto ad obiettivi e metodologia del progetto, in modo da favorire l'intervento dei pediatri nelle scuole.

Risorse tecnologiche:

- **attivate:** sito dedicato al progetto www.mammaparliamodidoping.it

CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

Positività e criticità: La strutturazione di “Mamma, parliamo di doping” è funzionale allo sviluppo di un modello flessibile e testabile in contesti molto diversi tra loro. Un intervento integrato, ossia pensato, organizzato e realizzato con la partecipazione sul territorio di tutti gli attori sociali interessati, a partire soprattutto dai ragazzi e dai loro genitori. Un modello basato su queste caratteristiche è per sua stessa natura facilmente trasferibile e riproducibile, come dimostrato dagli anni precedenti di questa campagna.

Comunicazione interna ed esterna: La comunicazione nazionale del progetto è avvenuta attraverso il sito internet e le agenzie interne all’Uisp; a livello locale ciascun comitato ha provveduto alla diffusione di comunicati stampa e presentazioni pubbliche del progetto.

Il convegno finale, con la partecipazione di rappresentanze delle classi e la presentazione dei loro prodotti multimediali, unitamente all’esposizione dei risultati della valutazione, potrà costituire un momento di forte impatto mediatico.

Successive implementazioni

L’obiettivo prioritario è la riproducibilità e la diffusione dell’esperienza, allargando le partnership attuali.