

## **SIAMO SPORTIVI, GIOCHIAMO PULITO**

(Daniela Rossi – responsabile nazionale ufficio progetti)

L'Uisp, Unione Italiana Sportpertutti, oltre all'impegno per garantire il diritto allo sport per tutti i cittadini, ha sempre ritenuto doveroso impegnarsi per preservarne la correttezza e la trasparenza.

Di conseguenza, contrastare ogni forma di inquinamento farmacologico e di doping nello sport è stato e sarà uno degli obiettivi prioritari dell'Associazione, con la consapevolezza che il fenomeno non riguarda esclusivamente lo sport di vertice, ma anche quello amatoriale, senza distinzioni di età.

Per questo a partire dal 1998, quindi prima dell'emanazione della Legge di disciplina della tutela sanitaria delle attività sportive e della lotta al doping, l'Uisp ha promosso una serie di campagne informative e di sensibilizzazione su questi temi, rivolte da una parte agli studenti delle scuole medie inferiori e superiori e dall'altra al proprio corpo associativo e in particolare agli educatori, operatori, tecnici, allenatori, dirigenti.

Queste le esperienze sul campo che abbiamo sviluppato:

- **“Siamo sportivi, giochiamo pulito”** (1998) con la produzione di materiali informativi rivolti ai ragazzi, agli insegnanti e ai genitori e l'organizzazione di incontri nelle scuole
- **“Dracula non beve doping”** (2002) finanziato dalla Commissione Europea
- **“La Uisp e i giovani”** (2003) finanziato dal Ministero del Lavoro nell'ambito della legge 383/2000
- **“Primaedoping”** (2004) nelle scuole medie superiori
- **“Asinochidoping”** (2006) nelle scuole medie superiori
- **“Mamma, parliamo di doping”** (2008) nelle scuole medie inferiori
- **“Sport pulito/Inviati sul campo”** (2009) nelle scuole medie inferiori

Complessivamente gli stakeholder coinvolti attivamente da queste ultime quattro campagne, finanziate dalla Commissione di vigilanza e controllo sul doping, sono stati 4.600 ragazzi dagli 11 ai 20 anni con le loro famiglie, gli insegnanti di 109 scuole che hanno inserito i progetti nei loro piani di offerta formativa con il supporto degli educatori Uisp, e tutti gli studenti e gli adulti raggiunti dalle presentazioni dei risultati finali.

Nel corso di precedenti esperienze sul campo condotte dall'Associazione nei confronti della popolazione giovanile si era evidenziato come il limite delle campagne di sensibilizzazione convenzionali consistesse nell'uso di codici

comunicativi inadatti al target di riferimento. I giovani, nonostante venissero informati, sembravano spesso recepire il messaggio degli adulti in maniera passiva. Visto che uno degli obiettivi prioritari degli interventi è di aumentare la conoscenza e, soprattutto, la consapevolezza dei ragazzi nei confronti del fenomeno doping e determinare un cambiamento degli atteggiamenti, l'Uisp ha introdotto una innovazione di processo disegnando proposte progettuali che dessero centralità ai giovani rendendoli soggetti attivi e protagonisti nella scelta di temi e linguaggi (adottando quindi la metodologia della peer education).

Il coinvolgimento diretto degli studenti nell'ideazione e realizzazione di campagne basate su codici comunicativi più idonei ai coetanei ha dato vita a laboratori dove i ragazzi, supportati dagli insegnanti e dagli operatori Uisp, hanno realizzato prodotti informativi ricchi di spunti interessanti come video, vignette, giornali di classe, manifesti, striscioni, canzoni, spot, performance teatrali, raccolti alla fine di ogni progetto in CD-rom e DVD che hanno costituito un database a disposizione per sperimentazioni successive da parte della CVD e dell'ISS.

Questo modello di intervento è stato scientificamente validato nel progetto "La Uisp e i giovani" dal prof. Marano (Facoltà di Economia, Bologna) e dal prof. Moini (Facoltà di Sociologia, Roma), e nella campagna "Primaedoping" dal prof. Lucidi (Facoltà di Psicologia 1, La Sapienza, Roma).

I temi di questi interventi, pur mantenendo la centralità del fenomeno doping, hanno progressivamente allargato il campo sul tema dell'inquinamento farmacologico e dell'uso e abuso di integratori, per poter influire positivamente anche in termini più generali sulle concezioni dei giovani riguardo al loro benessere psicofisico e, di conseguenza, sui loro stili di vita.

Una scelta metodologica comune di questi progetti è costituita dalla creazione di siti web, che da una parte hanno permesso agli studenti e agli insegnanti l'accesso informativo iniziale a bibliografie tematiche dedicate, con link di collegamento ai materiali della CVD, dell'ISS, della WADA, e dall'altra hanno creato una rete di scambio di esperienze creative e di interazione multimediale tra le scuole coinvolte. Un dato qualitativo essenziale di qualsiasi campagna e progetto è costituito dalla possibilità di misurare l'efficacia degli interventi e la coerenza dei risultati rispetto agli obiettivi prefissati, soprattutto se uno di questi è la trasferibilità applicativa e la diffusione successiva, affidando la valutazione a soggetti esterni qualificati.

Per questo già in "**Primaedoping**" è stato previsto ed effettuato un monitoraggio sui giovani coinvolti; il confronto tra i risultati della prima e della seconda rilevazione ha permesso di valutare l'impatto della campagna e i cambiamenti di atteggiamenti intercorsi: i risultati hanno registrato una diminuzione dell'insoddisfazione corporea, un cambiamento negli atteggiamenti nei confronti del doping, con una minor disponibilità a considerare l'uso di sostanze, e per quanto riguarda i comportamenti un calo nell'uso di integratori.

Prendendo in esame più approfonditamente le due ultime campagne, "**Mamma, parliamo di doping**" e "**Sport pulito/Inviati sul campo**", è da sottolineare il fatto che sia stata inserita un'altra innovazione di processo che ha riguardato i destinatari finali del progetto: i genitori.

Questa scelta è stata motivata dall'età dei protagonisti (ragazzi delle scuole medie inferiori), per i quali i genitori costituiscono ancora un punto di riferimento di

comportamenti, in particolare rispetto all'attività sportiva e agli stili di vita, sia per quanto riguarda il clima motivazionale che generano, nelle possibili distorsioni culturali rispetto allo sport (sovraccarico di aspettative rispetto per le prestazioni dei figli, miti del campionismo, cultura della vittoria ad ogni costo e senza fatica fino ad arrivare alla logica delle scorciatoie e degli aiuti).

Indubbiamente in questa fascia di età giocano un ruolo essenziale anche i tecnici, gli allenatori e gli operatori sportivi; e modelli culturali orientati sempre più al risultato, alla prestazione, alla vittoria, alla competizione esasperata, inseriti in un quadro di selezione escludente e precoce, provocano ormai da anni il fenomeno dell'abbandono sportivo, del drop-out che caratterizza l'età adolescenziale, in cui tantissimi ragazzi lasciano un'attività sportiva che non dà loro opportunità di motivazione e partecipazione e anzi li esclude.

E contemporaneamente non è raro che adolescenti impegnati in attività agonistiche, e non certo di alto livello, vengano coinvolti in casi di doping, da parte dei loro allenatori e talvolta con la complicità dei genitori.

Agire quindi sulle leve dell'informazione, della consapevolezza dei fenomeni, di un'educazione complessiva alla salute, ad una sana alimentazione e ad un consumo consapevole, in un quadro di riferimenti valoriali, diventa un passaggio essenziale sia nei confronti dei ragazzi che degli adulti significativi, soprattutto i genitori, in modo da ottenere una conoscenza condivisa.

Per impostare le due campagne l'Uisp si è basata sui risultati e i punti di forza delle precedenti sperimentazioni, e in particolare sulla condivisione dei processi con gli insegnanti e sul ruolo dei responsabili e degli operatori dell'Associazione, che hanno coordinato localmente gli interventi e seguito lo sviluppo dei laboratori.

In entrambi i progetti la scelta della fascia di età ha dato risultati molto positivi sul piano dell'adesione e della partecipazione attiva dei ragazzi, fortemente coinvolti e motivati anche nell'inedito ruolo di "informatori/educatori" dei genitori e molto creativi nell'ideazione e realizzazione dei prodotti comunicativi.

I genitori hanno accolto le proposte con interesse e partecipazione, confrontandosi con i figli non solo in occasione delle interviste, ma anche durante i laboratori, e affiancando i ragazzi nel loro lavoro.

Si è anche scelto di allargare il campo di analisi e di ricerca nelle scuole prendendo in esame, oltre al fenomeno doping, alcuni temi come l'uso e l'abuso degli integratori e degli additivi farmacologici, gli stili di vita sani, i fenomeni dell'agonismo esasperato e della selezione precoce, la cultura della vittoria a tutti i costi.

Nel corso di **"Mamma, parliamo di doping"** i ragazzi, utilizzando come base di partenza il kit multimediale dell'ISS (con la cui collaborazione è stato realizzato il progetto) e con il supporto scientifico di pediatri della SIP, nel corso dei laboratori hanno realizzato diversi materiali comunicativi, come spot, video, manifesti, striscioni, vignette, performance teatrali (raccolti in un DVD finale).

L'efficacia dell'intervento è stata misurata tramite interviste in entrata e uscita realizzate dai ragazzi ai genitori e questionari on line dedicati agli studenti.

Per quanto riguarda i genitori, essi hanno sottolineato come questa esperienza sia stata innovativa, utile ed istruttiva ed abbia favorito il dialogo con i loro figli anche su questioni educative più generali, legate a contrastare la cultura del successo ad

ogni costo e ad imparare ad accettare le sconfitte, all'impegno necessario per riuscire nella vita e nello sport contando sulle proprie forze e capacità.

Per quanto riguarda i ragazzi, i questionari hanno permesso di evidenziare come per molti di loro affrontare i temi del doping sia stata un'esperienza nuova, che ha favorito la acquisizione di conoscenze e la formazione di opinioni e convinzioni autonome.

Inoltre gli studenti hanno sottolineato che la sperimentazione ha modificato in termini positivi la loro visione dello sport, perché partendo dall'analisi del fenomeno doping e dell'inquinamento farmacologico ha affrontato aspetti come "lo sport pulito", la "lealtà", il "rispetto delle regole e degli altri" in termini nuovi e creativi.

Questi lavori sono stati presentati durante una "fiera delle idee e della creatività", allestita dagli stessi studenti, che ha visto la partecipazione di oltre 400 persone, alle quali sono anche stati illustrati i risultati della sperimentazione e gli esiti della valutazione.

**"Sport pulito/Inviati sul campo"** si è mosso in piena coerenza metodologica e di contenuti, riconfermando il ruolo peculiare per i genitori.

L'attenzione tematica si è concentrata su alcuni aspetti specifici (si potrebbero definire "presupposti culturali del doping") quali l'uso e l'abuso di integratori proteici e di additivi farmacologici anche se non compresi tra le sostanze vietate per doping. Nella fascia di età delle scuole medie inferiori, fortunatamente, salvo rare eccezioni, per il fenomeno doping si può parlare di informazione preventiva, visto che esso non tocca direttamente i ragazzi; mentre gli integratori e gli additivi farmacologici sono invece un rischio più prossimo, che vede già gli adolescenti come consumatori, soprattutto dei primi, in percentuali non trascurabili (come emerso dalla ricerca effettuata nel 2008 dalla prof.ssa Caterina Pesce per conto dell'Agenzia per lo sport della Regione Lazio).

La cornice di riferimento è stata quindi relativa, da una parte, alla correlazione tra uso di integratori proteici e doping e, dall'altra parte, al rapporto tra generico abuso di farmaci e doping, in un quadro culturale che comprende i temi delle abitudini alimentari, degli stili di vita, del rapporto personale e familiare con i farmaci, della propensione ad assumere sostanze rischiose per la salute.

Lo strumento comunicativo proposto è stato un giornale di classe, che ha trasformato gli studenti in gruppi redazionali sui temi indicati.

Considerando l'influenza che i media hanno sugli stili di vita e sulle scelte comportamentali degli adolescenti anche per quanto riguarda le tematiche sportive, poteva essere interessante ed apportatore di consapevolezza il cambiamento di ruoli.

Gli studenti, affiancati e supportati dai loro insegnanti e dagli operatori Uisp, si sono trasformati in redattori scientifici e giornalisti alla ricerca di notizie nelle società sportive, nelle palestre, nelle Asl, nelle farmacie, nelle erboristerie, intervistando atleti, tecnici e allenatori, medici pediatri e dello sport, nutrizionisti, professionisti dell'informazione.

Analizzando i materiali comunicativi prodotti dagli studenti e raccolti in una pubblicazione, è già stato possibile tracciare un bilancio della campagna: i ragazzi hanno compiuto un percorso di conoscenza costruito in piena autonomia, e quindi la metodologia adottata si è riconfermata particolarmente efficace, sia nella parte

relativa alla peer education che nella scelta dello strumento comunicativo, che si è rivelato molto valido sul piano del coinvolgimento attivo degli studenti come redattori “sociali”

Come nelle campagne precedenti è stata realizzata una valutazione di efficacia somministrando ai ragazzi test in entrata e uscita per misurare i cambiamenti intercorsi (con l'utilizzo di classi di controllo comparative escluse dal progetto) e contemporaneamente prevedere un questionario indirizzato ai genitori, agli insegnanti e agli allenatori. L'area tematica di approfondimento ha riguardato un confronto tra i punti di vista, gli stili di vita e le abitudini alimentari degli uni e degli altri, uno studio sulle eventuali connessioni tra uso di integratori, di farmaci ed eventualmente di alcol o tabacco e un'analisi della propensione in genere al consumo in rapporto alle proprie disponibilità economiche.

I risultati sono stati illustrati in un convegno all'Università “Foro Italico” di Roma dalla prof.ssa Caterina Pesce, referente scientifica del progetto; questi gli aspetti principali:

- la campagna ha raggiunto il suo obiettivo non in chiave unicamente preventiva, ma soprattutto educativo-promozionale, incardinando il tema del doping nella più vasta problematica delle abitudini alimentari scorrette e della medicalizzazione della società. Si tratta perciò di una prevenzione che tiene conto dell'associazione esistente fra uso di integratori proteici che incrementano le prestazioni sportive, integratori non proteici ed additivi farmacologici
- al termine della sperimentazione è stato riscontrato non soltanto che sono aumentate le conoscenze dei ragazzi riguardo ad integratori e farmaci, ma anche che l'intervento è riuscito a ridurre le credenze favorevoli all'uso
- attraverso le interviste sono stati raggiunti anche gli adulti significativi, i genitori e gli allenatori sportivi, che esercitano un'influenza notevole sull'uso, da parte dei ragazzi, di sostanze che possono incrementare le prestazioni ed essere rischiose per la salute e quindi è stata valutata anche l'associazione che lega il consumo di queste diverse sostanze ed il quadro culturale in cui si inserisce, cioè il clima motivazionale generato dagli adulti
- è emerso anche che il carattere agonistico dello sport non rappresenta un fattore di rischio se esso viene praticato nel contesto scolastico, a conferma dell'influenza preventiva esercitata dagli educatori sportivi scolastici.

I giornali di classe sono stati presentati a Genova all'interno della “Festa dello sport”, dove ogni scuola ha avuto a disposizione uno spazio espositivo per illustrare le proprie esperienze e confrontarle con quelle delle altre città.

In sintesi possiamo affermare che il lavoro sviluppato in questi 14 anni dall'Uisp nell'area degli interventi di prevenzione ed educazione ha prodotto risultati positivi e validati, e i ragazzi hanno compiuto un percorso di conoscenza costruito in piena autonomia e di acquisizione di convinzioni e riferimenti valoriali che rimarranno sicuramente un loro patrimonio.

Abbiamo messo a disposizione della Commissione di vigilanza sul doping e dell'Istituto Superiore di Sanità tutti i materiali comunicativi prodotti e gli esiti dei

processi di monitoraggio e valutazione per possibili implementazioni e per la trasferibilità delle esperienze.

Sollecitiamo però con forza le istituzioni socio sanitarie nazionali e locali a non arretrare sul piano degli interventi preventivi di informazione ed educazione nei confronti dei giovani, anche in questa difficile fase economica, ma anzi a rafforzare le strategie di pianificazione degli indirizzi, chiamando tutti gli attori in campo del pubblico, del privato sociale e del privato a concorrere alla definizione di interventi di sistema, per ottimizzare e rendere funzionali agli obiettivi condivisi le competenze e le risorse disponibili.

Grazie dell'attenzione.