



ASSOCIAZIONE ITALIANA DI ONCOLOGIA MEDICA **CAMPAGNA “NON FARE AUTOGOL!”**

Premessa

Nella scuola italiana non è prevista un'attività strutturata di prevenzione oncologica ed educazione a stili di vita corretti nei confronti dei ragazzi, particolarmente vulnerabili. Sempre più evidenze indicano invece come sia necessario anticipare la prevenzione, in particolare nei confronti delle malattie oncologiche e cardiovascolari, perchè stili di vita scorretti in età pediatrica e adolescenziale possono determinare danni anche a lungo termine.

L'Associazione Italiana di Oncologia Medica (AIOM) ha identificato in questa fascia d'età un target prioritario per la formazione e la sensibilizzazione ed intende intensificare sempre più la propria attività in questo senso con campagne di comunicazione ad hoc mirate a contrastare i principali fattori di rischio. Alimentazione scorretta, scarso movimento fisico, sessualità non protetta, fumo, alcol, ma anche esposizione alle lampade solari, doping, infezioni, ecc.

Ma come è possibile educare alla prevenzione preadolescenti e adolescenti? Lanciando i messaggi attraverso i loro idoli. È quindi importante coinvolgere alcuni fra i più importanti calciatori del campionato italiano di serie A. Vere e proprie icone che i ragazzi seguono, imitano, ascoltano, che rappresentano un grande valore aggiunto per l'iniziativa. **Campioni che, a fianco degli oncologi, incontreranno direttamente gli adolescenti nelle scuole medie superiori (target privilegiato: primo biennio) per un progetto nazionale itinerante di educazione a corretti stili di vita, con una fortissima ricaduta mediatica.**

L'obiettivo è utilizzare il linguaggio universale dello sport per veicolare, in generale, alcuni valori e messaggi di salute (importanza del movimento fisico, gioco di squadra, rispetto delle regole, cura del proprio corpo, ecc.) e approfondire in modo mirato il singolo tema. Il filo conduttore, il calcio, diventa l'occasione per mettere in guardia da alcuni fra i più diffusi e pericolosi comportamenti a rischio in età giovanile: **fumo, scorretta alimentazione, sedentarietà, rapporti sessuali non protetti, sole e lampade solari, alcol e dipendenze, doping.**

7 temi per 7 calciatori top che in 7 città si metteranno in gioco in prima persona, a confronto con altrettante scuole italiane, portando le loro esperienze (anche in maniera auto-critica) commentate ed argomentate dagli oncologi dell'AIOM.

L'elemento innovativo della campagna è che non si basa su divieti (non fare, è pericoloso, ecc.) di per sé controproducenti (i ragazzi tendono ad agire all'opposto) ma sull'esperienza diretta del campione che si mette sullo stesso piano spiegando come non ripeterebbe certe esperienze che, con il senno di poi si sono rivelate sbagliate oppure portando esempi con cui si è scontrato nella sua carriera (ad esempio il doping).

Ad esempio, il calciatore potrà confessare di aver fumato, oppure della dieta ferrea cui è stato costretto a sottoporsi dall'allenatore per i chili di troppo accumulati in vacanza. O



ancora, di come abbia visto un compagno di squadra più forte di lui rovinarsi la carriera per colpa della droga, ecc.

Il tutto in forma di racconto diretto, informale, a volte ironico, con un moderatore a stimolare il dibattito e un rappresentante dell'AIOM a contestualizzare e a fornire i dati e il razionale scientifico. Un modo non accademico di informare, di grande impatto su un target di giovanissimi.

Gli incontri nelle scuole avranno la durata di circa un'ora con l'intervento educativo dell'oncologo, quello del testimonial e un dibattito conclusivo. Il campione offre lo spunto per entrare nel vivo del tema, che verrà ovviamente approfondito dal rappresentante AIOM e poi discusso con un botta e risposta con gli studenti.

In base alla disponibilità di alcuni fra i più grandi calciatori italiani, dei più importanti team dislocati in tutta Italia, lo schema prevede:

- Firenze - Gilardino: lampade/sole
- Roma - Perotta: doping
- Torino - Legrottaglie: alimentazione
- Genova - Sculli: alcol
- Napoli - DeSanctis: sedentarietà
- Palermo - Miccoli: sesso
- Milano - Pato: fumo

Ogni intervento prevederà **un'attività di preparazione e una di feedback.**

In particolare, prima dell'incontro verrà sottoposto ai ragazzi un **sondaggio** per valutare il loro grado di sensibilizzazione e conoscenza sul tema affrontato, materiali che saranno poi oggetto di una valorizzazione mediatica in occasione della conclusione del progetto.

A chiusura dell'intervento verrà distribuito ai ragazzi un **opuscolo dedicato alla campagna**. Il titolo sarà **“Non fare autogol!”**, Questo materiale è realizzato da AIOM con un linguaggio adatto al target, a vignette e per ogni tema il “protagonista” sarà il calciatore/testimonial rispettivo, in modo da massimizzarne l'impatto. Anche in questo caso, il protagonista vivrà in prima persona alcune disavventure cui ci si espone seguendo comportamenti scorretti, in modo da favorire l'immedesimazione. Ne verrà realizzata anche una versione informatica scaricabile dal sito AIOM.

Il progetto, oltre a coinvolgere dal vivo i ragazzi nelle scuole, prevede una copertura a tappeto attraverso internet, un canale imprescindibile per progetti educativi che si rivolgano ai giovani, con l'obiettivo di raggiungerne decine di migliaia. È stato quindi attivato il sito www.nonfareautogol.it, con un **gruppo su facebook** e soprattutto un **canale dedicato su youtube** dove i ragazzi potranno segnalare video di “autogol” o di



esperienze positive. In particolare, quest'area video verrà utilizzata in maniera educativa chiedendo di segnalare i comportamenti no e i comportamenti sì, e sviluppando discussioni a cascata. Su youtube verranno inoltre caricati i video realizzati in occasione dei 7 interventi nazionali (con protagonisti l'oncologo AIOM, il calciatore e alcuni ragazzi).

Tutte le potenzialità del web2 verranno utilizzate per amplificare al massimo l'interattività (lasciare commenti, immagini con il telefonino scattate in occasione della mattinata, brevi video autoprodotti, continuare on line i dibattiti ma anche scaricare i materiali informativi, il booklet e approfondire gli altri temi toccati dalla campagna). Nel sito sarà anche possibile rispondere al sondaggio, così da integrare la base dati raccolta e fornire la visione che i ragazzi hanno di questi fenomeni.

Nel sito è prevista anche **un'area dedicata alle scuole** (e più in generale agli educatori) strutturata con schede pratiche e brevi corsi on line a cura dell'AIOM su come prevenire i principali fattori di rischio. Gli oncologi dell'AIOM mettono quindi la loro expertise a disposizione di chi, sul campo, può fungere da sentinella per situazioni di rischio, offrendo anche consigli pratici di pronto intervento.

Il progetto ha ottenuto il patrocinio della **Presidenza del Consiglio dei Ministri, Sottosegretariato allo Sport**, del **CONI**, della **Federazione Italiana Giuoco Calcio (FIGC)**, della **Federazione Italiana di Medicina dello Sport (FMSI)**.

Tutto il progetto prevede una fortissima **valorizzazione mediatica e istituzionale del progetto**.

Timing

novembre 2010: condivisione del progetto e avvio dell'indagine on-line rivolta ai soci
dicembre- gennaio 2010-2011: definizione delle scuole da coinvolgere nelle 7 città, contatti e chiusura degli accordi, predisposizione area dedicata nel sito e realizzazione dei materiali informativi (booklet per i ragazzi).

gennaio 2011 (seconda metà): conferenza stampa di avvio, primo incontro, messa on line della pagina dedicata

Da febbraio a ottobre 2011: realizzazione dei 7 incontri

Ottobre 2011: conferenza stampa di chiusura e presentazione risultati sondaggi fra i ragazzi al Congresso AIOM, con una sessione dedicata