

Benedetta Chiavegatti, Maria Teresa Gussoni

È una proposta triennale per studenti delle scuole superiori del territorio ATS Città Metropolitana di Milano. All'interno del percorso ogni anno gli studenti assumono un ruolo differente; le scuole che aderiscono, suddivise in squadre, giocano in rete con l'impiego dei social network abitualmente utilizzati dagli adolescenti (instagram, youtube). Questo progetto ha anche lo scopo di valorizzare ogni singola personalità e garantisce "l'apprendimento divertendosi": le

Esempi di tappe da realizzare sono: l'or-

Il programma prende avvio nel mese di novembre con un evento che permette l'incontro di tutte le squadre in gioco (in presenza o a distanza); mentre a maggio viene organizzato un evento finale, durante il quale viene dato spazio agli studenti di raccontare i propri percorsi e vengono proclamate la squadra vincitrici. Ogni squadra, che completa il percorso nel progetto FG, riceve un attestato in qualità di "Promotore di salute".

Food Game è un percorso caratterizzato da un'alta interazione con gli studenti coinvolti delle scuole superiori e si tratta di un progetto che prevede l'uso delle nuove tecnologie per comunicare e per pubblicizzare le proprie scelte in tema di salute. Si chiama "Food Game" proprio perché ha i connotati di un "game" cioè di un "gioco" che invita a simulare che "le scelte di salute non solo sono possibili e condivisibili, ma piacciono anche". Questo nel periodo attivo del gioco e quindi per una annualità scolastica, con la prospettiva che tali abitudini permangano nella vita degli studenti.

La vera sfida è di rendere il virtuale un luogo di incontro per promuovere salute.

La realtà digitale è così presente nella vita dei tempi attuali, in particolar modo nella vita degli adolescenti. Senza analizzare quanto il digitale influenzi la vita reale e concreta di molti, ma partendo dalla consapevolezza che i ragazzi comunicano con le persone del loro contesto abituale anche attraverso l'uso del digitale e in particolare dei social media. La rete rappresenta degli aspetti della realtà in cui la società contemporanea è pervasa e da cui ne è influenzata. Molteplici dinamiche ed interazioni che si sviluppano nei social media hanno delle ripercussioni tangibili nel mondo reale. I new media hanno in sé avuto la capacità di mettere in discussione i confini ben delineati tra realtà virtuale e realtà tangibile. Infatti dagli anni 2000 e in modo sempre più crescente non si può più parlare di momenti in cui si è chiaramente online e momenti in cui si è off line; i confini sono sottili e variabili. Spesso non si può neanche descrivere situazioni di confine per quanta influenza e comunicazione ci sia tra i due ambienti

di vita. Questo vale soprattutto per i ragazzi che sono nati proprio negli anni di maggior sviluppo delle nuove tecnologie.

Di conseguenza viene naturale porsi la seguente domanda: *Se la realtà virtuale è un vero e proprio contesto sociale, perché non popolarlo di messaggi, riflessioni ed esempi concreti di salute?*

Per questo motivo per comunicare con l'età target e per raggiungere i ragazzi con messaggi di promozione a scelte salutari e consapevoli, si è scelto di non prescindere dall'uso delle nuove tecnologie. Al seguente link il **libretto multimediale** Food Game, che rappresenta una vera e propria guida al progetto, rimandando a molteplici video di dettaglio:

<https://www.ats-milano.it/sites/default/files/2023-09/Libretto%20Food%20Game%202023-24.pdf>

Obiettivi del progetto

L'obiettivo trasversale a tutti gli obiettivi è l'empowerment nel senso che solo attraverso l'acquisizione di consapevolezza di sé e di controllo sulle proprie scelte possono essere raggiunti gli altri obiettivi, che sono:

- Sensibilizzare i giovani su argomenti di salute: sana alimentazione, i vantaggi di una vita attiva e la sostenibilità negli aspetti correlati alle scelte alimentari (contrasto allo spreco alimentare ed al consumo sostenibile).
- Accompagnare i ragazzi in un percorso di ricerca documentale e critica in rete e promuovere l'ideazione e la realizzazione di azioni concrete sui temi di salute.
- Far sperimentare ai ragazzi che le scelte salutari possono essere non solo fattibili, ma possono anche piacere e da percorrere anche al di fuori

del programma specifico

- Promuovere abilità, life skills, quali senso critico, public speaking, responsabilizzazione, capacità di lavorare in gruppo e con differenziazione di ruoli, creatività e capacità organizzative.
- Far sperimentare ai ragazzi il loro ruolo di "moltiplicatori di messaggi di salute" attraverso l'uso dei social media e delle azioni concrete da loro ideate e realizzate
- Favorire una pratica socio-educativa anche digitale, che incentivi la partecipazione suscitando interesse negli studenti e attivando una presenza positiva sia in ambito scolastico che a livello digitale (competenze di cittadinanza attiva e digitale)

La finalità ultima è far appassionare gli studenti a queste tematiche così da mantenere le scelte di salute nel tempo, anche fuori dal periodo del programma stesso e far sì che le scuole in cui le azioni concrete sono state occasione di apportare dei cambiamenti organizzativi, mantengano nel tempo l'assetto organizzativo che offre maggiori occasioni di salute ai propri studenti (es introduzione della raccolta differenziata o dell'intervallo di movimento o di diventare scuola plastic free, ecc).

Per raggiungere questi obiettivi, FG è stato progettato tenendo conto dei seguenti aspetti:

- È costruito su base ludica; per ludico si intende proprio un programma articolato come un gioco. Ci si può chiedere in fase di programmazione: "perché non progettare un game un vero e proprio gioco con il suo regolamento, le azioni da realizzare e la meta a cui tendere? Nel cui gioco i protagonisti sono gli adolescenti e la rete web è uno dei canali da uti-

lizzare per comunicare e i temi sono quelli di salute?”

- È un gioco in cui non si partecipa da soli, ma insieme ad altri coetanei. In questo modo gli adolescenti possono prendere delle decisioni assieme e realizzare certe azioni traendo forza dalla dimensione gruppal. L'organizzazione in gruppo può permettere da un lato lo sviluppo di un senso di appartenenza e dall'altro una relazione reciproca con ruoli differenti da quelli tradizionalmente assunti a scuola. Ne consegue facilmente una collaborazione, cooperazione e responsabilizzazione degli studenti. Oltre che uno sviluppo del senso di appartenenza al proprio gruppo e alla propria scuola.
- Prevede delle fasi di incontro tra tutti gli adolescenti che aderiscono al gioco in modo da far prendere consapevolezza che vi si sta partecipando in tanti e si è tra studenti di diverse realtà scolastiche e territoriali
- C'è un assistente sanitario che coordina tutto il progetto al fine di mantenere una visione globale sull'andamento del gioco e degli operatori referenti per ogni singolo gruppo delle diverse scuole aderenti. L'individuazione di professionisti referenti per ogni scuola è importante per garantire la relazione diretta e peculiare tra ATS, che organizza il programma, e le singole realtà scolastiche, cioè con dirigenti scolastici, docenti e studenti
- Prevede un proprio profilo sui social più comunemente utilizzati dai ragazzi, ad oggi si tratta di Instagram, al fine di poter postare dei messaggi sui temi del gioco, ripostare lavori particolarmente degni di nota prodotti dai gruppi; e ancora al fine di



diffondere le challenges proposte dai peer e in ultimo per dare informazioni sui passi del gioco agli studenti.

Il profilo social del gioco ha la triplice finalità:

- diffondere corrette informazioni sui temi del gioco
- dare evidenza ai lavori degli studenti e alle sfide proposte dai peer
- comunicare con i singoli gruppi durante il gioco

Inoltre FG prevede l'apertura di un profilo Instagram per ogni squadra. Questi altri profili, specifici per ogni gruppo di studenti, hanno le seguenti finalità:

- diffondere i messaggi di salute del gruppo,
- pubblicizzare le azioni concrete del gruppo (le tappe realizzate e da realizzare)
- diffondere le sane abitudini assunte durante i mesi del gioco dagli studenti
- interagire con la pagina social del gioco.
- Include i principi di peer education come metodologia in particolare l'empowered media peer education.

Per far ciò è rilevante che il programma sia progettato su più annualità, differenziando i ruoli degli studenti coinvolti di anno in anno. In questo modo dalla seconda annualità di coinvolgimento, lo studente sviluppa il proprio ruolo di modello in tema di "sane abitudini" nei confronti dei nuovi giocatori e la centralità degli studenti in tutte le fasi di progettazione resta una colonna portante di tutto l'impianto progettuale

- Prevede modalità di feed back costante e regolare da parte degli studenti, dei docenti e dell'equipe al fine di rendere il programma sempre più partecipato e condiviso.
- Prevede dei questionari di rilevazione delle abitudini di vita sui temi del programma, per gli studenti coinvolti ad inizio ed al termine della prima annualità

Gli studenti diventano nel progetto FG ideatori e realizzatori autonomi delle proprie iniziative, mentre gli insegnanti assumono il ruolo di facilitatori di processi. Si tratta di un modello che

sostiene la centralità del ruolo dell'adolescente nell'ideazione, nella progettazione e nella realizzazione delle azioni ed interventi per la promozione di benessere. Essendo un progetto che vuole responsabilizzare gli adolescenti, a fine del 1° anno di adesione si chiede un auto-candidatura ed essere dei peer per le nuove squadre e quindi a diventare loro stessi sia degli esempi che dei tutor che facilitino i processi per i nuovi studenti al primo anno di gioco. Nel 3° anno di coinvolgimento ai peer è chiesto di essere dei valutatori di alcune delle tappe prodotte dalle nuove squadre. Il tutto al fine di rendere sempre più attivi i destinatari e al fine di rendere il programma centrato su di loro.

Evento finale anno 2022-23, organizzato assieme al programma EducaPari-ATS Milano

Cosa si intende per “tappe” e quindi per “azioni concrete”

Il progetto è impostato sotto forma di gioco e questo gioco detto anche game invita gli studenti coinvolti a immaginare che “le scelte salutari sono le migliori”. Quindi si invitano gli studenti ad aderire ad un game in cui loro sperimentano che le scelte salutari sono vincenti e devono farsi anche “moltiplicatori di salute” con i propri amici e compagni di scuola. Queste scelte sono le azioni concrete che loro, come gruppo, sono invitati a progettare, a pubblicizzare sui social media ed a realizzare concretamente a scuola o in altri contesti del loro territorio.

Le 30 tappe tra cui le squadre scelgono le 5 che caratterizzeranno il proprio percorso, sono elencate nel libretto Food Game

Le molteplici azioni concrete, le tappe, che si invita a realizzare nel game hanno le seguenti caratteristiche in comune:

1. Invitano a simulare dei comportamenti di salute nella propria vita di tutti i giorni: da soli ed insieme, con i propri compagni. Non si immagina quindi un programma che lavora con i singoli studenti, **ma si considera premiante il lavoro di gruppo**. Ogni partecipante deve assumere un ruolo nel proprio gruppo, al fine che ciascuno sia responsabile di un aspetto specifico del lavoro di equipe
2. Sono definite in modo puntuale dal gruppo specifico: Le tappe nel libretto di food Game sono descritte a “maglia larga” proprio per permettere a ciascuna squadra di personalizzare le tappe scelte in base alle proprie idee e risorse specifiche proprie della realtà scolastica. In questo modo il gioco fa sentire gli studenti i veri protagonisti del programma. Questo stile inizia già dalla scelta del nome come squadra.
3. Sanno incuriosire e cogliere l'attenzione dei coetanei: sono richieste in qualche modo delle capacità di marketing sociale.
4. Valorizzano l'originalità, la creatività ed anche le capacità comunicative che ogni singolo gruppo sappia mettere in campo

Con la giusta miscela degli aspetti appena elencati, un altro elemento fondamentale è essere capaci di attivare con le proprie azioni concrete il divertimento; può sembrare pretenzioso decidere a priori che un asse portante del gioco è essere un gioco divertente; se però si riesce a progettare qualcosa che attivi il senso del piacere di fare con il proprio gruppo, il livello di coinvolgimento degli studenti può essere sicuramente potenziato ed è altrettanto favorito il ter-

reno affinché i messaggi salutari siano realmente sentiti. *E poi un gioco se non è divertente, che gioco è!*

È rilevante che il **progetto favorisca alleanze** da attivare con associazioni di volontariato, realtà comunali, radio o giornalini locali; tutto al fine di dare evidenza alle singole iniziative e per favorire delle azioni concrete più condivise sul territorio.

Durante gli anni le alleanze che le squadre hanno instaurato sono state di vario tipo, se ne riportano alcuni esempi:

1. Camminata multigenerazionale con il coinvolgimento di una 4° elementare del territorio e un'associazione onlus - centro diurno per persone portatori di handicap
2. Prova di cucina, con preparazione di piatti salutari, all'interno di un centro commerciale sul proprio territorio
3. Flash mob su suolo pubblico (piazza della propria cittadina) con coinvolgimento di bambini della scuola elementare che ha previsto la preparazione e il lancio di palloncini colorati con all'interno dei piccoli bigliettini con messaggi di salute.
4. Presentazione di una tappa sul tema sostenibilità (la squadra aveva progettato un tipo di imballaggio biodegradabile per prodotti alimentari) durante la manifestazione “mi illumino di meno” organizzata nella propria cittadina dal comune
5. Coinvolgimento di un genitore che lavora presso l'ortomercato della frutta di Milano per la fornitura alla scuola di frutta di stagione per il fruit day.
6. La squadra ha offerto il proprio supporto per la vendita di frutta fornita da AIRC (Associazione Italiana Ricerca contro il Cancro) all'interno della scuola
7. Animazione di feste per bambini or-

ganizzate da associazioni di genitori con giochi e banchetti rispettosi delle tematiche del programma

Valutazione di processo

Il processo viene valutato costantemente a cadenza periodica con gli insegnanti referenti del programma. Questi contatti di verifica, che possono essere o telefonici o durante un incontro diretto a scuola, hanno la finalità di verificare concretamente l'andamento del programma nella specifica scuola e di rilevare gli eventuali problemi che si sono verificati. Tutte le criticità che emergono da questi colloqui vengono annotate e ridiscusse in equipe a fine anno per tenerne conto nella progettualità dell'anno successivo

Valutazione di impatto e di risultato

La valutazione di impatto viene fatta a fine percorso sottoponendo un questionario specifico ad ogni insegnante referente ed uno specifico ad ogni squadra. Altre informazioni utili si desumono da alcune tappe cioè da alcune azioni concrete che le squadre decidono di attuare. E esattamente si tratta delle tappe 18 "Fatevi promotori di un cambiamento a scuola", la tappa 21 "Sondaggio nella scuola sulle tappe realizzate", la tappa 22 "Cosa resta del Food Game: interviste agli studenti che hanno giocato negli anni precedenti". La tappa 30 "rendiamoci visibili" che è obbligatoria per tutte le squadre è quel momento in cui le squadre sono invitate a mostrare agli studenti più piccoli il loro percorso nei mesi del gioco.

A fine percorso, ad ogni squadra è richiesto di comunicare con dei propri messaggi di salute, i contenuti che la squadra ritiene più significativi.

Come valutazione di risultato sono sta-

ti formulati i seguenti indicatori, desumibili dal confronto delle informazioni riportate nel questionario sugli stili di vita che viene compilato ad inizio gioco (mese di novembre) e a conclusione (mese di aprile):

- % miglioramento relativo al consumo di frutta/e verdura
 - % miglioramento relativo al consumo di legumi come fonte proteica
 - % miglioramento relativo alla consapevolezza relazione tra stile alimentare- inquinamento ambientale
 - % di ragazzi che a fine percorso dichiara di aver migliorato le proprie scelte in ambito di movimento/sport
- Una parziale rilevazione delle scelte che gli studenti adottano sui temi del programma è fatta dai sondaggi a fine anno su Instagram (<https://www.instagram.com/stories/highlights/17922997936381781/?hl=it>).

Questi sondaggi vengono pubblicati per 2 volte nella settimana durante l'ultimo mese di gioco

Modelli teorici di riferimento e quali fasi del progetto ne danno testimonianza

Prima di tutto il progetto si radica nei principi alla base della promozione alla salute, racchiusi a partire dalla carta di Ottawa, 1986. Nello specifico trattandosi di un programma per la popolazione adolescente e il cui setting prevalente è la scuola, è importante voler tenere insieme gli obiettivi di "rinforzare l'azione comunitaria", di "sviluppare le capacità individuali", "promuovere idee" e di "creare ambienti favorevoli".

Il modello teorico a cui si fa riferimento per la progettazione del progetto è il modello "Precede- Proceed" definito inizialmente da W Green (1974), rivisto e ampliato sempre dallo stesso autore; M Porter ben dettaglia le 5 colonne portanti

di questo modello al fine di contrastare le disuguaglianze e migliorare la qualità di vita.

Food Game è un progetto che è in costante revisione per l'interazione continua con la comunità di riferimento, per una presa in analisi delle risorse dei bisogni di salute, dei vincoli e dei cambiamenti ambientali e sociali che sopraggiungono, ne va da esempio l'adattamento all'emergenza sanitaria in corso e allo stravolgimento che si è apportato al programma nei mesi di lock down (si consulti il documento allegato a Pro.Sa nella sezione relazione intermedia "attività FG nella fase di emergenza" e nella sezione comunicazione ed informazione "Come ripartire" anno 2020-21).

In aggiunta, i modelli teorici su cui è costruito il progetto sono "fun theory" e gamification, i principi di "sviluppo di comunità", l'"empowered peer education" e la "media peer education" negli aspetti metodologici brick and click. Seguono dettagli delle diverse teorie.

Fun theory e gamification: La fun theory o teoria del divertimento si basa sul principio di riuscire a potenziare l'apprendimento attraverso delle attivazioni che sono divertenti. Divertendosi la persona è più partecipe ed è partecipe non solo sul piano intellettuale, ma anche sul piano fisico e ciò permette che l'apprendimento sia amplificato. Una nota applicazione di questa teoria è uno studio sui comportamenti svedese in cui vengono trasformate le scale tradizionali di una metropolitana in tastiera di un pianoforte con emissione di suono ogni volta che una persona fa un passo su un gradino. Questo studio ha rilevato un incremento esponenziale dell'uso della scelta delle scale tradizionali a discapito della scelta dell'uso delle scale mobili. (Link: <https://youtu.be/X-gTc4ifliM>)

Quali fasi o aspetti del programma sono manifestazione di questa teoria:

1. Nel modo in cui gli studenti vengono coinvolti e in cui il progetto viene presentato (per es. evento iniziale vengono mostrati video divertenti: ad es. per introdurre l'attività sui social viene usato questo video link: <https://www.facebook.com/watch/?v=441841803317667>)
2. Richiesta alle squadre di scegliersi un nome e questa libertà spesso comporta la scelta di nomi divertenti (alcuni esempi negli anni: "fighi d'India" "Mhakeroni" "ATP Ipsia" "Cassoula" "Fruit choice" "Puellae sanae" "Kung Food Panda" ecc.). Le squadre si presentano a vicenda con il loro nome che viene rispettato e mantenuto
3. Le storie su Instagram e, a seguire, i video preparati dal gruppo progettuale di ATS sono prodotti in modo da attivare il divertimento (un esempio link video di presentazione: <https://www.youtube.com/watch?v=6aXacl2DovY> e la raccolta di storie su Instagram "Verso il 19 maggio" dell'anno 2019-20, dove sono inserite moltissime storie con messaggi dallo staff e dai peer per gli ultimi step preparatori all'evento finale <https://www.instagram.com/stories/highlights/17850671875996688/?hl=it>).
4. Le tappe sono valutate per la loro originalità e creatività elementi che spesso portano con sé divertimento nel fare e nell'organizzare da parte degli studenti che progettano, idealizzano e realizzano insieme

Principi di sviluppo di comunità

I cambiamenti in termini di scelte di salute sono nettamente favoriti se i soggetti coinvolti sono i veri protagonisti attivi nel processo formativo e nell'elaborazione di proposte migliorative durante il percorso. Perché questo avvenga, si deve

prima di tutto credere nella centralità dei soggetti coinvolti e nelle loro potenzialità intrinseche. Quali fasi o aspetti del programma sono manifestazione di questa teoria:

1. Il nome della versione del programma dal 2017: il nome "Food Game" è stato individuato da studenti che avevano aderito al programma negli anni precedenti
2. Le tappe sono tutte immaginate per essere dettagliate dalle singole squadre come delle azioni che rappresentano delle scelte di salute che vengono fatte concretamente dal gruppo specifico. Quindi è il singolo gruppo che le dettaglia in base alle caratteristiche delle persone che lo costituiscono
3. I piccoli ma importanti aggiustamenti alla struttura del gioco che sono avvenuti da un anno di realizzazione all'anno successivo, sono in gran parte dovuti alle richieste o alle criticità messe in evidenza dalle squadre e dai loro docenti
4. Il fatto che le squadre possano realizzare più tappe 16 e cioè "tappe ideate da loro" (si veda il dettaglio del mandato della tappa dal libretto FG) è fortemente voluto perché possano partire dai loro bisogni di salute e dalle soluzioni ideate da loro

Competenze richieste alle assistenti sanitarie referenti di squadra per promuovere lo sviluppo di comunità

1. Empatia ed Intelligenza emotiva. Stimolare l'intelligenza emotiva. Partendo dal definire l'intelligenza emotiva come quell'aspetto dell'intelligenza legato alla capacità di riconoscere, utilizzare, comprendere e gestire in modo consapevole le proprie ed altrui emozioni. Il professionista deve imparare a migliorare le proprie capacità

di cogliere questi aspetti di intelligenza negli studenti al fine di valorizzarli e favorire così la loro partecipazione; oltre che per appassionarli al percorso che stanno intraprendendo.

2. Assumere un atteggiamento di "spinta gentile" (come descritto nel libro "Nudge" Thaler e Sunstein, basato su ricerche in psicologia ed economia comportamentale che cercano di definire quello che gli stessi autori definiscono paternalismo liberatorio cioè un approccio attivo nell'architettura delle scelte)
3. Fiducia: Credere che quello che possono realizzare gli studenti è oltre e altro dalle nostre aspettative. Credere realmente nel valore dell'empowerment
4. Osservazione/Presenza: saper cogliere tutte le occasioni in cui gli studenti manifestano interesse ad informazioni corrette sui temi del gioco. In ogni caso, nei post a commento per i lavori ricevuti è molto importante riflettere su quali messaggi si vogliono trasmettere agli studenti.
5. Comunicazione. Favorire una comunicazione con gli studenti di tipo amichevole. Avendo consapevolezza del proprio ruolo di essere a fianco degli studenti come professionista e non a dare regole di comportamento dall'alto; lo stile con cui ci si avvicina ai ragazzi e alle ragazze è fondamentale per favorire la comunicazione
6. Fungerne da Facilitatore: Saper valorizzare la dimensione del gruppo in termini di cooperazione e di relazioni positive. Se condivise le scelte è più semplice che vengano sperimentate. Per questo si deve aver cura del gruppo e delle dinamiche al suo interno.
7. Conoscenza della tematica privacy e della normativa in termini di diritti

d'autore. Questo aspetto normativo non è secondario, visto che i programmi digitali si basano sull'uso di social network in cui si postano foto e filmati che testimoniano le azioni realizzate con i compagni a scuola

Principi dell'empowered peer education

Gli studenti diventano nel programma ideatori e realizzatori autonomi delle proprie iniziative. Mentre è consigliato che gli insegnanti assumano il ruolo di facilitatori del processo. Si tratta di un modello che sostiene la centralità del ruolo dell'adolescente nell'ideazione, nella progettazione e nella realizzazione delle azioni ed interventi per la promozione di benessere.

Qualsiasi sia il percorso, si deve arrivare a responsabilizzare gli adolescenti; Gli studenti devono percepire che ci sono delle regole nel gioco, ma al contempo devono cogliere rapidamente che il "boccino del gioco" lo tengono in mano loro. In questo modo si può trasmettere che sono loro dei veri e propri "producers".

Quali fasi o aspetti del programma sono manifestazione di questa teoria:

1. Il primo fattore riguarda la predisposizione "a maglia larga" delle tappe, cioè sono generiche in modo che la squadra possa ideare il proprio percorso modellandolo sulle proprie idee e capacità da mettere in gioco
2. Il secondo fattore riguarda la richiesta di pubblicizzare le proprie tappe per ottenere la maggiore partecipazione possibile, così che le squadre siano degli esempi di scelte salutari per la propria famiglia e per i propri coetanei nei mesi del gioco
3. il terzo fattore è la presenza dei peer e cioè degli ex giocatori nel programma quali esempio e aiuto pratico per i nuovi

giocatori

Alcuni esempi concreti:

- 2 video progettati e diffusi da una squadra: <https://youtu.be/eJpPJWrQa-Ks> e <https://youtu.be/bBj7TBEokoA>
- Tappa 30 "rendiamoci visibili" della squadra vincitrice nell'anno 22-23: <https://www.instagram.com/p/Cr-fsJpGInUw/>
- Report Tappa 30 di una squadra dell'anno 2019-20, diffuso su Instagram e facebook: https://www.instagram.com/p/B_2Any0Dx3f/
- Messaggio di salute di una squadra nell'anno 2019-20 diffuso su Instagram: <https://www.instagram.com/p/CASZIfwAhWk/>

Principi della media peer education

La metodologia della Media Peer Education (P&M) si fonda sia sui principi dell'educazione tra pari che sulla Media Education. Quindi si fonda sulle capacità dei peer di interagire con i propri coetanei per la loro naturale capacità comunicativa, per le abilità e competenze che sanno utilizzare e per il rilevante ruolo che occupano in quanto esempi; in questo caso in quanto modelli di scelte salutari agli occhi dei pari. I principi dell'educazione tra pari si incontrano con quelli della Media Education e cioè della promozione di programmi educativi che si sviluppano anche con l'uso delle nuove tecnologie e dei mezzi digitali. Il digitale diventa da un lato strumento di comunicazione e luogo di confronto all'interno della comunità che aderisce al programma e dall'altro lato è lo strumento utilizzato per rendere visibile tra i propri contatti social ciò che si realizza e concretizza come gruppo all'interno del programma. In questo senso si valuta particolarmente interessante la peer media education nei

suoi aspetti di "brick and click". Con questo termine si fa riferimento a quei programmi digitali che prevedono fasi di incontro e scambio online alternati a momenti di incontro diretti, di persona. Si sono voluti inserire i social network come parte integrante del programma perché i destinatari sono gli adolescenti e cioè la popolazione che fa maggior uso di questi "luoghi" virtuali per instaurare e per mantenere le proprie relazioni sociali.

Quali fasi o aspetti del programma sono manifestazione di questa teoria:

1. Quelle attività in cui si dà un esempio di scelte salutari svolte dai peer (ex giocatori) e dai giocatori stessi e diffuse sui social (challenge, "sfide" di scelte salutari proposte sui social, video in cui si testimonia che si sono fatte delle scelte di movimento, sana alimentazione e sostenibilità e si invita anche gli altri a imitarle, ecc) Alcuni esempi concreti:

- "Challenge" organizzata insieme ai peer sul consumo di plastica come illustrato nella storia dal profilo Instagram: <https://www.instagram.com/stories/highlights/18053430187231817/?hl=it>
- Invito del peer a collaborare per la costruzione del video di ballo condiviso per l'evento finale: https://www.instagram.com/p/B_aAIM9DoP3/
- Raccolta di video di 3 squadre che promuovono la sana alimentazione su Instagram tra la loro rete amicale: <https://www.youtube.com/watch?v=w-sF0pjcznQw>
- Raccolta di video di squadre che promuovono il movimento ai tempi del lockdown: <https://www.youtube.com/watch?v=149OodgOk50>

Riconoscimenti negli anni al progetto Food Game

1. in ambito EXPO 2015 (1° pre-

mio ehealth4all 1° edizione del programma “Training and food game 4 all”) link premiazione: <https://ehealth4all.it/premiazione-2015/> e articolo sul Corriere della Sera: http://www.corriere.it/salute/15_giugno_08/mangiare-vivere-bene-social-fanno-anche-scuola-500b2f20-0dc0-11e5-9908-1dd6c96f23f8.shtml)

2. nel novembre 2019 ha vinto il “premio qualità ATS Milano” per i progetti del Dipartimento di Prevenzione.

3. Nel 2020 il progetto è stato riconosciuto come Buona Pratica in Pro.Sa da parte di Dors, ASL Torino (link: <https://www.dors.it/page.php?idarticolo=3512>)

4. Nelle annualità 2021-22 e 22-23 è stata attiva una collaborazione con il centro di ricerca CERISVICO dell’Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano per un lavoro di ricerca sull’efficacia dei metodi di Valutazione per il primo anno e sugli aspetti legati alla metodologia della Gamification per il secondo anno.

Bibliografia:

- “La salute per tutti nel ventunesimo secolo” OMS: HEALTH-21.pdf (eticapa.it)
- Thaler R.H e Sunstein (2014) (2008). Nudge – la spinta gentile: La nuova strategia per migliorare le nostre decisioni su denaro, salute, felicità - principi di sviluppo di comunità e fun theory
- Tosco E., Dors “Modificare i comportamenti divertendosi: la Fun Theory ci spiega che si può fare” <https://www.dors.it/page.php?idarticolo=2674>
- Il tunnel e il kayak. Teoria e metodo della Peer & Media Education (ultima ed.2018) di G. Ottolini e P. C. Rivoltella - peer and media education
- L’empowered peer education come modello educazione tra pari” A.Pellai, V.Rinaldin, B.Tamborini (2002) - empowered peer education
- Richard Sennett “Insieme, rituali, piaceri, politiche della comunicazione”, Feltrinelli
- Patrizia Lemma (2005) Promuovere salute nell’era della globalizzazione. Una nuova sfida per «antiche» professioni
- I determinanti di salute: <https://www.sa->

[luteinternazionale.info/2009/01/i-determinanti-della-salute-una-nuova-originale-cornice-concettuale/](https://www.sa-luteinternazionale.info/2009/01/i-determinanti-della-salute-una-nuova-originale-cornice-concettuale/)

- M.A. Modolo” Educazione Sanitaria e Promozione della Salute”, Rosini Editrice Firenze, 1992
- Carl Rogers “La terapia centrata sul cliente”
- P. Ragazzoni et al, DORS, Gli stadi del cambiamento: storia, teoria, ed applicazione. Modello Transteorico degli stadi di cambiamento Di Clemente e Prochaska, II edizione 2014
- La Dichiarazione di Odense, il nostro ABC per l’Equità istruzione e Salute: https://www.dors.it/documentazione/testo/201405/Dichiarazione%20di%20Odense_itaDORS_def.pdf
- G. Moretti “ Ricerca – azione: le nuove sfide da affrontare, 2020”, www.formazione-cambiamento.it/l-ultimo-numero/77-gli-articoli/217-ricerca-azione-le-nuove-sfide-da-affrontare
- A cura di Alessandro Coppo e Claudio Tortone, “La progettazione partecipata inter-settoriale e con la comunità”, Il punto su ... febbraio 2011, n.1 <https://www.dors.it/public/ar54/Prog%20partecipata.pdf>
- M.A. Nicoli, M. Biocca “Empowerment di comunità: gli orientamenti in Regione Emilia Romagna”
- Laverack G. “Using a “domains” approach to build community empowerment, in Community Development Journal”, (2006)
- Laverack G. “Salute Pubblica, potere, empowerment e pratica professionale”, Il Pensiero Scientifico Editore (2018)
- P.C. Rivoltella, “La previsione. Neuroscienze, apprendimento, didattica”, La Scuola, 2014
- P.C. Rivoltella, “Un’idea di scuola” La Scuola, 2018;
- La Teoria del Coinvolgimento Attivo: quali processi intervengono negli interventi che promuovono la partecipazione attiva degli adolescenti nella pianificazione e/o produzione di un messaggio di salute - traduzione E. Barbera- E. Tosco (link: https://www.dors.it/documentazione/testo/201509/TAI_ita.pdf)

Benedetta Chiavegatti e Maria Teresa Gussoni

ENTE proponente:

ATS Milano, Dipartimento di Igiene e Prevenzione Sanitaria SC Igiene Alimenti e Nutrizione, Struttura Semplice Nutrizione Umana ed MTA

*Gruppo progettuale di Food Game:
Benedetta Chiavegatti, Rossana Cremonesi,
Raffaella Zanarelli, Elisa Ferrara, Laura
Ferraro, Viviana Lisci, Giulia Maglione,
Martina Di Prampero, Luca Radaelli
MariaTeresa Gussoni*

*Contatti: Benedetta Chiavegatti, assistente
sanitaria tel. aziendale 335.7898547
email: bchiavegatti@ats-milano.it,
foodgame@ats-milano.it - instagram:
[foodgame_ats](https://www.instagram.com/foodgame_ats) canale ; youtube:
[foodgameatsmilano](https://www.youtube.com/channel/UCqDgmeatsmilano); FB: Foodgame Ats
Milano*