

SPUNTI DI VISTA

riflessioni a metà mandato – Seminario 9-10 ottobre



Sport & ben-essere.

Percorsi di ricerca e primi risultati di 2 indagini sul territorio (2013-2015)

Giovanna Russo

SportComLab- Centro Studi e Ricerche
sulla Comunicazione sportiva -

Dip. Scienze Educazione “G.M. Bertin” – Università di Bologna “AMS”

SportComLab Dip. di Scienze dell’Educazione – Giovanna Russo



Progetti
in
collaborazione
con
Uisp
E-Romagna

***Ben-essere e stili di vita
sostenibili.***

*Percorsi educativi nella società
post-moderna e dei consumi
responsabili» (2013/14)*

**Promuovere il *ben-essere*
dei minori.**

*Una ricerca-azione per andare
“oltre” lo sport-spettacolo,
rafforzando il movimento e la sana
alimentazione dell’infanzia
(2014/15)*



1. *Ben-essere e stili di vita sostenibili*

Ben-essere → orientamento ad uno stato complessivo «di soddisfazione vitale delle persone e dei gruppi sociali»



L'attività motoria e sportiva= fenomeno culturale per evidenziare aspetti innovativi della società contemporanea



Scopo→ Identificare i tratti dell'attuale “**cultura sportivizzata**” orientata a percorsi di vita sostenibili, sani, moralmente legittimati.



Raccolta indicatori empirici

Pluralità di significati

Benessere = espressione di una «religione laica»

Sport e Attività fisica come attività pro-sociali → «beni relazionali»

Importanza rapporto salute, sport e società

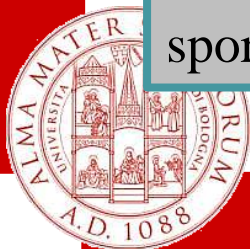
Le pratiche motorie e sportive come strumento privilegiato per raggiungere il *ben-essere* (well-being)

La ricerca sul campo

- ✓ Metodologia qualitativa
- ✓ **60 interviste** semi-strutturate a testimoni qualificati
- ✓ territorio nazionale (Nord-Est; Nord-Ovest; Centro; Sud e Isole)

Risultati → Conferma del nesso tra :

- ✓ organizzazione e fruizione di mega eventi sportivi,
- ✓ concezione *tout court* del benessere ;
- ✓ ricaduta sulle scelte di partecipazione alle attività sportive organizzate sul territorio



2. Promuovere il ben-essere dei minori

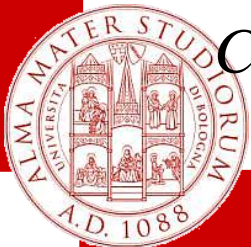
Studio esplorativo sulle cause poco appariscenti della tendenza al sovrappeso o all'obesità tra i minori



Obiettivo → accertare l'esistenza o meno di un nesso **tra l'esposizione dei minori allo sport "mediato"** –in particolare i Mondiali di Calcio - **e i consumi alimentari e gli stili di vita (in)attivi adottati dai suddetti**



Ipotesi di ricerca → al crescere dell'esposizione ai grandi eventi sportivi "mediati", specie alla televisione, aumenta l'acquisto di alimenti prodotti dalle grandi aziende multinazionali (*Coca-Cola, McDonald, Red Bull, ecc.*)



La ricerca sul campo 2 fasi

Metodologia
integrata
quanti-qualitativa

Fase I + Azioni Comunicative

- ✓ osservazioni naturalistiche
- ✓ 24 interviste semi-strutturate a minori e giovani del pubblico che ha visto i Mondiali 2014 in luoghi pubblici
- ✓ Raccolta elementi visuali

Fase II + Azioni Educative

- ✓ 5 classi di alunni frequentanti la quarta e la quinta elementare – IC2 “L. Donini” S. Lazzaro di Savena (Bo) → somministrazione di **113 questionari**
- ✓ un **focus group** con adulti (genitori)

**Video-
stimolo
MO.MO
Movimenta
il tuo
Mondiale**



Risultati → Conferma del nesso tra :

- ✓ fruizione di sport “mediato” da parte minori (in particolare i Mondiali di Calcio)
- ✓ pubblicità
- ✓ consumi alimentari
- ✓ gli stili di vita (in)attivi

IN PARTICOLARE

1) Dalle interviste semi-strutturate al gruppo occasionale di giovani spettatori dei Mondiali 2014, è emerso che soggetti intervistati sono *più frequentemente*:

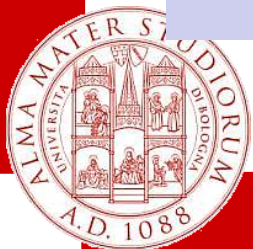
- ✓ sportivi (praticanti almeno uno sport);
- ✓ seguaci della Nazionale italiana di calcio (hanno visto almeno una partita dei Mondiali);
- ✓ inclini a consumare cibi ipercalorici o bevande gassate durante la visione in Tv di partite di calcio.



2) Dai questionari somministrati agli alunni dell'IC2 "L. Donini",

è emerso che essi sono più frequentemente:

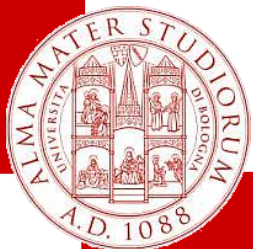
- ✓ sportivi;
- ✓ consapevoli dell'aspetto salutare, oltre che ludico, dello sport;
- ✓ fruitori di sport 'mediato' in maniera multitasking;
- ✓ spettatori dei Mondiali di calcio 2014 insieme al proprio gruppo familiare;
- ✓ inclini a consumare cibi ipercalorici o bevande gassate durante la visione in Tv di partite di calcio;
- ✓ soggetti che affermano di ricordare gli spot pubblicitari trasmessi per promuovere alimenti e bevande ipercaloriche durante le partite dei Mondiali, pur frequentando in maniera solo occasionale luoghi come Mc Donald's.



3) Dal focus group con i genitori è emerso che essi :

- ✓ considerano sport e dell'attività fisica come elemento cruciale di uno stile di vita sano, per se stessi e per i propri figli;
- ✓ seguono limitatamente lo sport tramite i media, ma fruiscono dello spettacolo televisivo di Ges come i Mondiali di calcio, in quanto occasione collettiva e festiva sia sportiva sia alimentare;
- ✓ ritengono la fruizione dello sport 'mediato' strettamente collegata alla comunicazione pubblicitaria di brand di alimenti insalubri;
- ✓ evidenziano come la comunicazione pubblicitaria non influisca però sugli stili di vita e di consumo dei soggetti interpellati.

Lo sport spettacolo come “festa programmata” anche dal punto di vista alimentare → quali sviluppi ed effetti sulla salute della popolazione?



Hanno collaborato al progetto



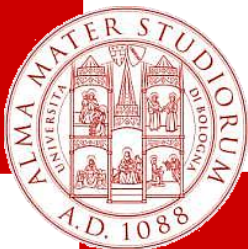
Istituto
Comprensivo 2
"L. Donini"

Azienda UsI Bologna –
U.o. Epidemiologia,
promozione della Salute
e Comunicazione del
Rischio

Mediateca e
"Piano Giovani"

Circolo culturale
Ca De'Mandorli

Centro Territoriale Permanente
"E. Scappi"



Grazie per l'attenzione!

Giovanna Russo

Dip. Scienze Educazione “G. M. Bertin”

giovanna.russo6@unibo.it

