

FOODBALL™

Il 31 Ottobre terminerà Milano Expo 15 e dopo sei mesi di eventi ed approfondimenti sul tema **“Nutrire il pianeta. Energia per la vita”**, una delle sfide più importanti sarà quella di riuscire a tenere alta l’attenzione su questo importante tema con tutte le implicazioni connesse anche in ambito educativo.

In tal senso FOODBALL vuole dare il proprio contributo con uno **spettacolo** per bambini prodotto dal **Teatro di Roma**, in scena al **Teatro Argentina** per oltre venti repliche dal 21 Novembre al 20 Dicembre 2015.

FOODBALL è un format crossmediale di edutainment ideato e a cura di Nicola Sapio.

L’obiettivo è trasmettere ai bambini il concetto del **“mangiare bene e vivere sano”** in modo divertente e coinvolgente e a tal fine utilizza la tecnica della *gamification* e la metafora narrativa del **calcio** e dello **sport**.

Prima e dopo lo spettacolo, i bambini, gli insegnanti e i genitori possono approfondire le tematiche, affrontate e continuare a giocare a football grazie al portale **www.foodball.org**

PREMESSA

L’educazione alla corretta alimentazione e alla salute è una tematica da privilegiare per la sua valenza comunicativa sia perché incide sullo sviluppo psicofisico dei bambini sia perché contribuisce in modo significativo a creare le premesse per una vita sana ed equilibrata.

La società moderna ha radicalmente mutato il nostro sistema di vita, la diffusione di nuovi modelli ha influito sulle abitudini alimentari delle famiglie, che troppo spesso sacrificano la qualità e la varietà dell’alimentazione per privilegiare esigenze diverse. In tale contesto sono soprattutto i bambini a subire le conseguenze negative di simili comportamenti sociali, in quanto i disordini alimentari possono determinare delle carenze nutrizionali tali da condizionare alcuni aspetti della crescita. Non è un caso il crescente numero dei soggetti obesi tra i bambini.

Nasce quindi la necessità di parlare ai bambini, nelle fasi più importanti della loro crescita, anche attraverso il teatro e i laboratori al fine di assistere i genitori a casa e gli insegnanti a scuola in un compito difficile, ma di fondamentale importanza come l’educazione alimentare.

FOOD BALL

Mediterranea FB Club

di Gigi Palla e Nicola Sapio

regia Gigi Palla

TEATRO ARGENTINA 21 NOVEMBRE – 20 DICEMBRE 2015

Lo spettacolo *FOODBALL. Mediterranea FB Club* è il frutto di un mix tra narrazione, gioco, video, musica, interazione ed interattività.

OBIETTIVI

FOODBALL è uno spettacolo che vuole trasmettere ai bambini dai **4 ai 10 anni** il concetto del **“mangiare e vivere sano”** in modo coinvolgente e profondo e per fare ciò utilizza le tecniche del gioco e la metafora del linguaggio calcistico e sportivo.

La sana e corretta **alimentazione**, il **made in Italy**, la lotta allo **spreco alimentare**, la vita **sportiva** e all'**aria aperta**, il piacere del **gusto**, la valorizzazione del **territorio**, la **conoscenza** delle **peculiarità** dei prodotti **agro-alimentari** e della **dieta mediterranea**, sono alcune delle tematiche affrontate nello spettacolo, affrontate in modo divertente, interattivo e coinvolgente.

Il riferimento al gioco e allo sport è quindi strettamente correlato ai fini divulgativi ed educativi dello spettacolo, ma serve anche per diffondere nei bambini i principi di una vita sana, sportiva e all'aria aperta, principi fortemente collegati a quelli della corretta alimentazione.

Il gioco del calcio e dello sport in genere viene utilizzato come una metafora al fine di utilizzare dei linguaggi che possano coinvolgere e divertire il più possibile i bambini con l'obiettivo che il messaggio del **“vivere e mangiare giusto e sano”** venga assorbito in modo consapevole e profondo.

SINOSI

Ad **Ago**, brillante adolescente ma dal comportamento alimentare a rischio, è stato regalato un nuovo videogioco intitolato **FoodBall**. Questo videogioco è una specie di fantasy sul calcio, dove i giocatori non sono personaggi reali ma alimenti.

Durante una partita col suo amico **Ciccio Pomodoro**, adolescente obeso e sedentario, a causa di un corto circuito, quest'ultimo viene risucchiato nel gioco, trovandosi trasformato nell'omonimo ortaggio e vedendosi inserito come elemento di punta nella squadra della **Mediterranea FB Club**.

La **mamma** di Ago, esperta di alimentazione, tenta in tutti i modi di convincere il figlio e l'amico a seguire i dettami del mangiare sano, ma rimane inascoltata fino a quando anch'essa verrà risucchiata dal video-game e riceverà il compito di costruire la migliore squadra di football seguendo lo schema di gioco vincente, quello a **Piramide**, tipico della **dieta mediterranea**.

Comincia il campionato e la Mediterranea dovrà affrontare i temibili avversari della **AS Cibo Spazzatura**. Su Ago, protagonista del gioco, ricadrà la responsabilità di riuscire a vincere la finale e riportare la mamma e il suo amico Ciccio alla realtà.

Vi riuscirà solo dopo aver compreso l'importanza della corretta alimentazione e del vivere sano e per fare questo servirà il contributo dei bambini in platea che saranno chiamati a *scendere in campo* e partecipare alla partita di FoodBall e far vincere la mitica **Mediterranea FB Club**, squadra che nel 2013 vinse la prestigiosa **coppa Unesco**.

La squadra italiana di football: la MEDITERRANEA FB CLUB

Ogni **giocatore** (FB Player) della Mediterranea FB Club rappresenta un **elemento agro-alimentare** proveniente dalle principali categorie alimentari (cereali, legumi, frutta, verdura, ortaggi, carne, pesce, uova, latticini).

Ogni FB Player ha un *cartellino* con un proprio visual grafico e specifiche caratteristiche e punteggi che si ottengono rispondendo a quattro semplici domande:

il valore **nutrizionale**: *Quanto mi fa crescere?*

il **gusto**: *Quanto è buono?*

la **stagionalità**: *Quando è buono?*

la **funzione**: *Perché fa bene?*

Se il cartellino è stato compilato in modo corretto, il FB PLAYER entra nel *mercato* e potrà aspirare a trovare un ingaggio nella Mediterranea FB Club con l'obiettivo di essere convocato dal suo allenatore, fautore di un equilibrato ed efficace schema di gioco: la piramide (della dieta mediterranea).

IL PROGETTO FOOTBALL

Lo spettacolo è una delle declinazioni di FOOTBALL: un format crossmediale di EduTainment ideato e a cura di Nicola Sapio. Si può anche definire un progetto di *Agri-Cultura: si gioca a Football per imparare a mangiare bene e vivere sano attraverso il gioco del calcio e dello sport.*

Il target è molto ampio: principalmente è composto dai bambini (4-10) e dai ragazzi (11-18), ma anche in larga parte dagli adulti (genitori, insegnanti, operatori e professionisti dei settori alimentare, sportivo ed educativo e tutti gli interessati, appassionati e i curiosi degli argomenti trattati).

Il format utilizza media digitali e analogici che si *alimentano* a vicenda. Il target è composto principalmente da *nativi digitali*; FOOTBALL utilizza quindi l'*edutainment* e la *gamification* per sviluppare prodotti digitali per condurre i bambini ed i ragazzi alla scoperta degli aspetti *analogici* della *vita all'aria aperta*: la campagna, i prodotti agro-alimentari, l'orto, la socialità dello sport. Lo spettacolo per bambini è il cuore pulsante del progetto, ma contemporaneamente si svilupperanno altri canali del format:

FANTA FOOTBALL il sito web e una App che permettono al bambino di giocare ed al genitore di interagire con lui facendogli acquisire le nozioni legate alla corretta alimentazione e al vivere sano. Sono *open content* e si sviluppano su tre fronti: educativo, ludico e social.

IL GIOCO DEL FOOTBALL il laboratorio didattico interattivo per bambini, pensato per le scuole (FB Lab@School) e per il camp estivo (FB Camp) o per altri luoghi come parchi di divertimento, musei, giardini zoologici, fattorie didattiche, agriturismi. Anche il laboratorio utilizza la metafora sportiva: il laboratorio è il campionato, l'incontro è la partita, il bambino è il giocatore, il maestro è il capitano della squadra e l'educatore è l'allenatore. Con FB LAB si imparano le regole del FANTA FOOTBALL e si *tocca con mano* il FB PLAYER (l'elemento agro-alimentare) e il campo di gioco (l'orto o i campi coltivati).

Inoltre il format, con accordi e partnership con società professioniste di settore, intende continuare il suo sviluppo anche attraverso altri media come progetti editoriali (libro pop up, manuale) e multimediali (dvd, docufiction) serie e programma TV, cartone animato, giochi tradizionali (da tavolo, album di figurine, cards) e videogame.

SCHEDA DIDATTICA PER LE SCUOLE

MODI e MODALITA'

Lo spettacolo ha l'obiettivo di "prendere per mano" i bambini per accompagnarli verso una dimensione di consumatori consapevoli stuzzicando la loro naturale curiosità senza mai tralasciare l'aspetto ludico.

Obiettivo che sarà raggiungibile non solo attraverso lo spettacolo e gli altri media del format, ma anche grazie al fondamentale contributo degli **insegnanti** e dei **genitori** che, prendendo spunto dalle modalità di *edutainment* e *gamification* proposte dallo spettacolo e dal format, potranno continuare, a **scuola** e a **casa**, a giocare a football con i bambini al fine di educarli al concetto del mangiare bene e vivere sano.

Di seguito alcuni spunti per lavorare in classe sui vari modi in cui il cibo e il calcio si uniscono e fanno nascere **FOODBALL**.

Il Mercato: fare le scelte giuste. Il nemico numero uno è lo spreco

Così come nel mercato calcistico è inutile comprare dieci attaccanti e nessun difensore, i bambini al mercato devono imparare sin da piccoli che non si possono comprare solo dolci o merendine.

Non bisogna comprare di più di ciò che serve, non bisogna comprare altri biscotti se ancora non ho finito gli stessi che ancora sono a casa, e che (a proposito di sapere leggere l'etichetta) è giusto mangiare per primi i cibi vicino alla scadenza .

Ma soprattutto l'importante è far capire ai bambini che così come non è giusto che una squadra abbia a disposizione 5 giocatori per ogni ruolo mentre ce ne sono altre dove uno stesso giocatore ricopre le "tre fasi" di difesa, centrocampo e attacco; è incomprensibile come un bimbo in una parte del mondo possa scegliere tra 10 tipi di merendine e da una altra parte del mondo non ne ha nemmeno una.

Giocare "in casa" è sempre un vantaggio !! La nazionale di calcio e il made in Italy

Il concetto di "territorialità" in termine calcistico ha un significato sempre positivo e può aiutare a vincere: è il cosiddetto "dodicesimo uomo in campo"; parallelamente, in ambito alimentare, sensibilizzare il "made in Italy" significa far capire ai bambini ed ai ragazzi quanto può essere importante e salutare "giocare in casa" anche quando ci si siede a tavola con i propri genitori o in un ristorante.

Dalla nazionale ai club_dal Made in Italy alle tradizioni culinarie delle Regioni

La tradizione culinaria italiana è talmente vasta e variegata che incasellarla nel termine “made in Italy” sarebbe però riduttivo, bisogna distinguere, conoscere, scoprire e valorizzare le tradizioni locali regione per regione.

D'altra parte, nel calcio, la nazionale non gioca sempre e non soddisfa la nostra infinita voglia di calcio.. per questo esiste il campionato ed ognuno ha la propria squadra del cuore.

Per fortuna in cucina e nello sport si ancora si è liberi e può accadere che un toscano ami la cucina siciliana e che un romano sia juventino !!

Le Coppe Europee e i Mondiali_il cibo diventa “Food”

In ambito alimentare il Made in Italy significa non solo ritrovare abitudini familiari, ma anche tradizioni storiche e locali legate a produzioni e tecniche tipicamente italiane da tutelare, tramandare ed esportare.

Tuttavia se vogliamo continuare ad esportare il made in Italy nel resto del mondo, è giusto che anche noi italiani impariamo ad apprezzare sempre di più la cucina internazionale.

D'altra parte, in Italia abbiamo tanti calciatori bravi, siamo esperti in difesa, siamo grintosi e quando tutti ci danno per spacciati, tiriamo fuori l'imprevedibilità e la creatività; tuttavia sappiamo amare la tecnica e la poesia dei calciatori brasiliani, la fisicità di quelli africani, la tenacia dei tedeschi, e così via. E siamo contenti di averli nei nostri club se ci aiutano a farci vincere lo scudetto o a non retrocedere.

In finale, conoscere bene se stessi - il Made in Italy - è utile in primis per capire chi siamo e per poterci raccontare agli altri, ma questo processo di conoscenza serve anche ad aprire la mente, essere disponibili verso le diversità, essere curiosi verso il nuovo.

Vincere senza trucchi: No Doping = No Junk Food

Nel calcio, e nello sport in genere, è vero che l'importante è partecipare, ma in caso di vittoria bisogna che questa dipenda solo dalla bravura o, al massimo, dalla fortuna.

La stessa cosa deve avvenire a tavola: mangiare bene significa saper riconoscere la genuinità e la freschezza ed evitare il cosiddetto junk food.

Il concetto di “biologico” è sicuramente una cosa buona e da sostenere, ma deve essere disponibile per tutti, come al tempo dei nostri bisnonni , e non diventare un vezzo per pochi eletti.

OBIETTIVI e FINALITA' DIDATTICHE

Conoscere e valorizzare l'uso dei prodotti locali, biologici, del Made in Italy.

Aprire la mente ed essere curiosi di conoscere la diversità, sperimentare ed apprezzare ciò che non conosciamo, ciò che "viene da fuori".

Educare al non spreco alimentare.

Assumere un corretto e consapevole rapporto con il cibo comprendendo il legame tra la qualità dell'alimentazione e la qualità dell'ambiente e della vita.

Acquisire la coscienza ed utilità quotidiana del vivere sano e sportivo.

Divulgare i principi ed i valori sani dello sport.

Assumere coscientemente le ragioni della lotta al doping , alla violenza e ai comportamenti scorretti nel mondo dello sport.

Acquisire la conoscenza del legame tra alimentazione e vita sana, tra cibo e attività sportiva.

Considerare l'alimentazione e lo sport come prevenzione e cura delle malattie.

Ampliare la gamma dei cibi assunti come educazione al gusto.

Conoscere i prodotti alimentari e classificarli secondo la loro funzione, saper leggere le etichette.

Acquisire informazioni su problematiche specifiche quali la malnutrizione e l'obesità.