

Riassunto del rapporto finale – Splash Pub

«Splash Pub» è un serious game (lett. gioco serio), sviluppato a partire dal 2016 da Unisanté in collaborazione con un'agenzia di comunicazione digitale, che mira a sensibilizzare i giovani (12-15 anni) all'onnipresenza della pubblicità per il tabacco.

Prima e al fine di sviluppare ulteriormente questo strumento, Unisanté ha condotto nel 2018-2019, con il cofinanziamento del Fondo per la prevenzione del tabagismo, il progetto di ricerca «Valutazione del gioco Splash Pub e raccomandazioni per l'utilizzo dei serious games nell'ambito della prevenzione e della promozione della salute». Gli obiettivi di questo progetto erano triplici:

- realizzare una revisione della letteratura sul tema dei giochi seri nell'ambito della promozione della salute e prevenzione;
- misurare l'effetto del serious game Splash Pub sviluppato da Unisanté (versione tablet con schermo tattile, mandato esterno affidato alla HEP Vaud);
- formulare raccomandazioni riguardo all'utilizzo dei giochi seri nell'ambito della promozione della salute e della prevenzione, in particolare della prevenzione del tabagismo (da parte di un gruppo di esperti che accompagnano il progetto).

Sulla base dei risultati e delle conclusioni di questo progetto di ricerca (cfr. il rapporto di progetto e il rapporto sui contenuti, dicembre 2019), Unisanté ha voluto continuare a sviluppare il gioco su un tablet con schermo tattile, più specificamente per l'ambito extrascolastico, al fine di sostenere i professionisti nel loro ruolo e nella loro missione di prevenzione e promozione della salute presso i giovani. Tale sviluppo ha dovuto passare attraverso una fase di modifiche e adattamenti tecnici. Questo è il primo obiettivo del progetto Splash Pub v2. Il gioco va considerato come un elemento positivo e motivante per un approccio preventivo, ma non è sufficiente senza uno scambio e una discussione complementari. Questo insegnamento porta al secondo obiettivo del progetto Splash Pub v2, ovvero lo sviluppo di un piano di intervento più globale che inquadri il gioco (approccio e contenuti di sensibilizzazione prima, durante e dopo il gioco).

Il progetto sta volgendo al termine e il materiale Tabagram è disponibile. Si tratta di un nuovo gioco che ha lo stesso obiettivo di Splash Pub, ossia sensibilizzare i giovani alle strategie di marketing per i prodotti del tabacco, ma che si svolge nell'universo dei social network. Il giocatore riveste i panni di un moderatore di social network la cui missione consiste nel segnalare tutti i contenuti che presentano elementi pubblicitari o promozionali relativi ai prodotti del tabacco. Le foto incluse nel gioco permettono di trattare i principali canali pubblicitari con i quali i giovani sono confrontati nella loro vita quotidiana.

Questo dispositivo è disponibile su 15 tablet con schermo tattile messi a disposizione da Unisanté. La guida pedagogica che accompagna il gioco propone alcuni suggerimenti per qualsiasi professionista interessato a un'attività di prevenzione del tabagismo destinata ai giovani. Il materiale sarà ampiamente diffuso nel corso del secondo semestre del 2022 tra i professionisti che lavorano a contatto con i giovani.