
Sudafrica 2010, le iniziative della Uisp

Un'occasione per «superare l'afro-pessimismo e i pregiudizi che ancora oscurano l'immagine del continente africano»: ecco cosa potrebbero essere i prossimi Mondiali di calcio, nell'auspicio espresso dall'ambasciatrice del Sudafrica in Italia Thenjiwe Mtintso, al seminario organizzato a Roma in collaborazione con il Centro di documentazione antirazzista "Benny Nato", per presentare la campagna "Verso Sudafrica 2010".

Obiettivo fondamentale del progetto è la valorizzazione dell'evento sportivo nella sua dimensione sociale, culturale e politica, soprattutto come occasione per ricordare la storia del Sudafrica e soprattutto la lotta che ha impegnato questo Paese contro il razzismo e l'apartheid, sotto la guida di Nelson Mandela.

La campagna si articolerà in diverse iniziative. Innanzitutto, una serie di incontri sulla storia del Paese e i momenti della lotta che, anche in Italia, è stata fatta contro l'apartheid. È in questo ambito che si inseriscono due iniziative: la consegna del secondo premio "Nelson Mandela sport e solidarietà" al giornalista sportivo e all'atleta sportivo che si saranno distinti per il loro impegno contro il razzismo e la donazione al Museo dell'Apartheid di Johannesburg della mostra fotografica "Il Sudafrica e il sostegno italiano alla lotta contro l'apartheid", realizzata dal centro "Benny Nato".

La seconda parte della campagna impegnerà invece la Uisp accanto all'associazione Wlsa (Women and law in Southern Africa) nel progetto "Red Light 2010", finalizzato a contrastare lo sfruttamento sessuale di donne e ragazze, che puntualmente accompagna i grandi eventi sportivi. Durante i Mondiali di calcio del 2006, secondo gli osservatori, sono state trasferite in Germania circa 40 mila ragazze, soprattutto dai Paesi dell'Est Europa, in gran parte costrette a prostituirsi. La campagna "Red Light 2010" comprende un progetto di formazione per gli operatori sociali e la polizia, i mass media e la cittadinanza, ma anche un'azione di sensibilizzazione indirizzato alle famiglie mozambicane, dove più probabilmente avverrà il reclutamento. Lo slogan della campagna è "Se la mia squadra vince, non festeggio comprando una schiava".

La terza parte della campagna è invece promossa da Uisp insieme alla sua ong Peace Games e mira al sostegno della diffusione del calcio nelle zone più povere del Sud Africa, attraverso la donazione di alcuni kit, composti da 22 maglie e scarpini, un pallone e un manuale tecnico.

Un'occasione per «superare l'afro-pessimismo e i pregiudizi che ancora oscurano l'immagine del continente africano»: ecco cosa potrebbero essere i prossimi Mondiali di calcio, nell'auspicio espresso dall'ambasciatrice del Sudafrica in Italia Thenjiwe Mtintso, al seminario organizzato a Roma in collaborazione con il Centro di documentazione antirazzista "Benny Nato", per presentare la campagna "Verso Sudafrica 2010". Obiettivo fondamentale del progetto è la valorizzazione dell'evento sportivo nella sua dimensione sociale, culturale e politica, soprattutto come occasione per ricordare la storia del Sudafrica e soprattutto la lotta che ha impegnato questo Paese contro il razzismo e l'apartheid, sotto la guida di Nelson Mandela. La campagna si articolerà in diverse iniziative. Innanzitutto, una serie di incontri sulla storia del Paese e i momenti della lotta che, anche in Italia, è stata fatta contro l'apartheid. È in questo ambito che si inseriscono due iniziative: la consegna del secondo premio "Nelson Mandela sport e solidarietà" al giornalista sportivo e all'atleta sportivo che si saranno distinti per il loro impegno contro il razzismo e la donazione al Museo dell'Apartheid di Johannesburg della mostra fotografica "Il Sudafrica e il sostegno italiano alla lotta contro l'apartheid", realizzata dal centro "Benny Nato". La seconda parte della campagna impegnerà invece la Uisp accanto all'associazione Wlsa (Women and law in Southern Africa) nel progetto "Red Light 2010", finalizzato a contrastare lo sfruttamento sessuale di donne e ragazze, che puntualmente accompagna i grandi eventi sportivi. Durante i Mondiali di calcio del 2006, secondo gli osservatori, sono state trasferite in Germania circa 40 mila ragazze, soprattutto dai Paesi dell'Est Europa, in gran parte costrette a prostituirsi. La campagna "Red Light 2010" comprende un progetto di formazione per gli operatori sociali e la polizia, i mass media e la cittadinanza, ma anche un'azione di sensibilizzazione indirizzato alle famiglie mozambicane, dove più probabilmente avverrà il

reclutamento. Lo slogan della campagna è “Se la mia squadra vince, non festeggio comprando una schiava”.La terza parte della campagna è invece promossa da Uisp insieme alla sua ong Peace Games e mira al sostegno della diffusione del calcio nelle zone più povere del Sud Africa, attraverso la donazione di alcuni kit, composti da 22 maglie e scarpini, un pallone e un manuale tecnico.