Conclusa la campagna sui Dca "Non c'è più tempo"

Data: Invalid Date | Autore: Valeria Nisticò



CATANZARO, 16 MARZO 2014-La manifestazione “Non c’è più tempo” organizzata dalla Ra.Gi. onlus per celebrare la terza Giornata del Fiocchetto Lilla, si è conclusa ieri mattina. La campagna di sensibilizzazione ed informazione sul tema dei disturbi del comportamento alimentare, svolta nelle giornate di venerdì 14 marzo e sabato 15 marzo presso l’Istituto Comprensivo “Don Milani” di Catanzaro Sala, è stata realizzata con la collaborazione del medesimo istituto, guidato dal dirigente Antonio Caligiuri e della Fondazione “Calabria Etica”, ente in house della Regione Calabria, presieduto da Pasqualino Ruberto. [MORE]

Mentre nella prima giornata gli esperti della Ra.Gi. hanno parlato ai ragazzi di prima e seconda media e, nel pomeriggio, si sono focalizzati sui genitori e sul loro rapporto con i figli, mediante il laboratorio emozionale condotto dalla terapeuta psico-corporea Elena Sodano; oggi l’iniziativa si è rivolta agli studenti di terza media del “Don Milani”. Anche a loro è stato spiegato il significato che anima la Giornata del Fiocchetto Lilla, anche a loro è stata raccontata la storia di Giulia Tavilla, il cui papà, Stefano, ha deciso di lottare affinché si faccia informazione e prevenzione sui Dca.

Gli interventi della psicologa Chiara Caccavari, della nutrizionista Assunta Ranieri e della terapeuta Elena Sodano, oggi hanno riguardato temi un po’ più complessi, vista l’età maggiore dei destinatari.

Innanzitutto si è cercato di far capire ai ragazzi che le immagini su anoressia e bulimia, disponibili anche sulla rete, riguardano soprattutto le conseguenze drammatiche di tali patologie, mentre è importante comprendere che potrebbero esserne vittime anche delle persone a loro molto vicine, le

quali non mostrano alcun segno fisico evidente del loro malessere. Ci sono però dei segnali che è possibile cogliere, dei messaggi che queste persone inviano inconsciamente a chi sta loro accanto per ricevere aiuto ed attenzioni.
La proiezione di spot, video e cortometraggi è stata uno strumento utile a veicolare in modo diretto ed efficace anche informazioni sui temi della mercificazione del corpo femminile e su quello della dispercezione corporea.
Quest'ultima, detta anche dismorfofobia, è un disturbo dell'immagine corporea che porta le persone che ne soffrono ad avere la sensazione di essere brutte o di possedere un difetto fisico, pur essendo normali. Molti studi hanno dimostrato che i disturbi del comportamento alimentare nascono proprio da un'immagine corporea negativa o distorta, che genera la paura eccessiva di ingrassare e di conseguenza l'insorgere di comportamenti estremi per controllare il proprio peso.
Come risulta da diversi studi, anche l'esposizione negativa ai media fa acquistare un senso di positività ai Dca e favorisce la loro diffusione.
I programmi televisivi sono dominati da persone magre e la magrezza è associata a tratti di personalità positivi. Gli spot pubblicitari ci propongono corpi semi nudi, donne prive di ogni personalità e identità, assimilate ad oggetti. Donne perfette, ma solo in apparenza, perché sono rese tali da programmi di foto ritocco. Corpi e facce "photoshoppati" appaiono ovunque e veicolano un'immagine femminile irreale, una bellezza stereotipata ed estremizzata che ha pesanti ricadute soprattutto sulla psicologia delle ragazze, che tentano di adeguarsi ad ogni costo ai modelli artefatti proposti, fino ad arrivare all'anoressia. Mentre le donne mature, non accettano di invecchiare e ricorrono alla chirurgia estetica per raggiungere i modelli di riferimento.
I mass media producono e distribuiscono conoscenze, informazioni, interpretazioni della realtà, modelli di comportamento. Per giudicare correttamente il contenuto di un messaggio mass mediale, occorre un'adeguata maturazione del senso critico da parte delle persone. Ed è questo l'invito rivolto ai ragazzi del "Don Milani" dagli esperti della Ra.Gi., i quali, esortati dai docenti, sono intervenuti anche in alcune classi per fornire maggiori delucidazioni sulla Giornata del Fiocchetto Lilla.
La collaborazione con l'I.C. "Don Milani" proseguirà, grazie alla sensibilità dei docenti e del dirigente. E anche al di fuori della scuola i ragazzi potranno continuare a ricevere informazioni su Giulia Tavilla e conoscere la sua storia, mediante il suo account Facebook, strumento che darà a Giulia la possibilità di aiutare e sostenere tanti suoi coetanei anche da lassù.

(Notizia segnalata da **Ra.Gi.**)

Articolo scaricato da www.infooggi.it
https://www.infooggi.it/articolo/conclusa-la-campagna-sui-dca-non-ce-piu-tempo/62512