

Sindrome di Down, l'immaginario ribaltato

Si intitola "Assume that I can", cioè "supponiamo che io possa", il nuovo indovinato video che Coordown lancia in vista del World Down Syndrome Day 2024 per una campagna di sensibilizzazione internazionale. L'invito è quello di abbattere i pregiudizi e sostenere le potenzialità di ogni persona, senza abbassare le aspettative. Fino al 21 marzo su TikTok il racconto di stereotipi e pregiudizi sulla disabilità intellettiva con l'hashtag #OfCourse

di ANTONIETTA NEMBRI
Vita.it

Si affida ancora una volta alla potenza delle immagini la campagna di sensibilizzazione lanciata da Coordown, il coordinamento nazionale delle associazioni delle persone con sindrome di Down in vista della Giornata mondiale in programma come ogni anno il 21 marzo.

Come fare per chiedere a ciascuno di noi di metter fine ai pregiudizi e sostenere le concrete potenzialità di ogni persona con sindrome di Down? La scelta è caduta su un video "Assume that I can" (Supponiamo che io possa), in cui seguiamo la protagonista, una giovane donna con sindrome di Down che sfida le basse aspettative che gli altri hanno su di lei invitandoci a ribaltare i nostri pregiudizi e prospettive.

Il video

Il video su YouTube in meno di 24 ore ha avuto oltre 7mila visualizzazioni

Se all'inizio chi ha intorno crede che non possa bere un cocktail, praticare boxe, studiare Shakespeare, andare a vivere da sola, a metà film arriva la svolta: la protagonista invita con determinazione a pensare in modo nuovo: se credi in me, se mi dai fiducia, potrai avere un impatto positivo e allora, forse, potrò raggiungere obiettivi, anche inaspettati.

L'inizio di un cambiamento

Se un insegnante crederà che il proprio studente possa imparare, lo metterà alla prova e troverà le strategie giuste per insegnargli la sua materia, probabilmente la imparerà. E ancora se un genitore darà fiducia al proprio figlio e lo sosterrà nelle sue autonomie e conquiste, creando le condizioni perché possa sperimentarsi, allora forse il figlio riuscirà.

Infine, se un datore di lavoro o un collega crederà che un lavoratore con sindrome di Down possa svolgere una mansione anche complessa, gliela insegnerà, creerà il contesto giusto perché la impari e probabilmente quella persona la imparerà.

Un cambiamento profondo di immaginario che va oltre la denuncia dei diritti negati, chiama all'azione ogni persona che voglia combattere attivamente per realizzare una vera inclusione per tutti.

L'ispirazione

Per raccontare la sua esperienza scolastica in un intervento alle Nazioni Unite, Marta Sodano, donna con sindrome di Down di 29 anni, aveva detto: «Ho scoperto che in psicologia esiste un concetto, che in inglese si dice "self-fulfilling prophecy", cioè una profezia che si auto-avvera, perciò

l'insegnante che pensa che lo studente non possa capire, si comporta di conseguenza, non spiega e fa avverare la profezia. Ma per me non esistono concetti facili e difficili. C'è sempre il modo semplice per spiegare le cose. Se penso alle cose che non mi sono state spiegate e insegnate, questo mi fa arrabbiare».

La self fulfilling prophecy

La self fulfilling prophecy - sottolinea una nota - è un concetto sociologico e psicologico, descritto per la prima volta dal sociologo statunitense Robert K. Merton nel 1948, che descrive il fenomeno per il quale le supposizioni e le aspettative delle persone influenzano gli eventi in modo tale da far sì che la profezia iniziale diventi realtà.

Non solo quindi azioni astratte senza conseguenze, ma un processo mentale che porta al concretizzarsi di una realtà che crea degli effetti tangibili nella vita e influenza le realtà sociali.

Madison Tevlin, attrice e attivista canadese protagonista del video Ed è partendo da questi concetti che è nato il video che ha come protagonista Madison Tevlin canadese che ha iniziato la sua carriera all'età di 12 anni, quando la sua cover di "All of Me" di John Legend è diventata virale. Oggi è una modella, attivista e attrice ed è la prima persona con sindrome di Down a essere stata nominata per un Canadian Screen Award - Best Host, Talk Show or Entertainment News.

Dare un messaggio forte

«Quest'anno, abbiamo voluto realizzare un film molto diverso rispetto a quelli degli anni precedenti», spiegano Luca Lorenzini e Luca Pannese, Executive Creative Directors di Small New York. «Prendendo ispirazione da un discorso che Marta Sodano fece alle Nazioni Unite alcuni anni fa, ci siamo posti come obiettivo quello di dare un messaggio forte contro i pregiudizi. Grazie alle grandi capacità attoriali e alla versatilità di Madison e al talento del regista Rich Lee, abbiamo realizzato un film pieno di energia che speriamo possa contribuire ad abbattere gli stereotipi che ancora limitano i sogni e i progetti delle persone con sindrome di Down».

Cambiare lo sguardo

«Anche questa campagna è nata dall'ascolto delle persone che rappresentiamo. A 15 anni dalla ratifica della convenzione Onu, i loro racconti e i loro vissuti, ci evidenziano quanti pregiudizi e preconcetti limitino e, talvolta, impediscano alle persone con sindrome di Down di affermarsi e raggiungere i propri sogni. Cambiare lo sguardo con cui ci si appropria alla disabilità è la sfida lanciata da CoorDown per il 2024», afferma Antonella Falugiani, presidente di CoorDown.

«Una nuova tappa che racchiude in sé il lungo percorso fatto in 12 anni di impegno per la promozione dei diritti delle persone con sindrome di Down con le Campagne globali. Abbiamo deciso di lanciare una call to action, un messaggio di attivazione, che punta a coinvolgere l'intera società, non solo la nostra comunità, perché la disabilità riguarda davvero tutti e tutti devono poter agire per cambiare la cultura che determina la discriminazione».

«Con il racconto di "Assume That I Can"», conclude «mostriamo come ciascuno di noi può contribuire all'inclusione ascoltando e guardando senza filtri distorti le persone con sindrome di Down, le loro esigenze e

desideri. Solo così possiamo abbattere i muri che ancora limitano le vite delle persone con disabilità intellettiva».

La campagna social

Accanto al video fino al 21 marzo, i social media di CoorDown si popoleranno delle testimonianze reali di persone con sindrome di Down e delle loro famiglie provenienti da ogni parte del mondo con gli esempi degli stereotipi che hanno dovuto affrontare e dei pregiudizi che hanno sovvertito.