

**CLIENTE: NOPAIN**  
**TESTATA: CORRIERE.IT/SCUOLA**  
**DATA: 22 SETTEMBRE 2014**

---

1/4



**«Liberi dal dolore»  
Lo slogan vincente  
dei ragazzi del Galilei**

CLIENTE: NOPAIN  
TESTATA: CORRIERE.IT/SCUOLA  
DATA: 22 SETTEMBRE 2014

2/4



I vincitori dell'Istituto «Galileo Galilei» di Milano

MILANO

## «Liberi dal dolore». Lo slogan vincente dei ragazzi del Galilei

La premiazione a Palazzo Marino dei vincitori del concorso per le scuole superiori volto a promuovere la cultura della terapia del dolore e dei diritti dei pazienti

**CLIENTE: NOPAIN**  
**TESTATA: CORRIERE.IT/SCUOLA**  
**DATA: 22 SETTEMBRE 2014**

**3/4**

Si è svolta oggi nella Sala Alessi di Palazzo Marino la cerimonia di premiazione del concorso di idee «Free from pain», liberi dal dolore, che l'anno scorso ha visto la partecipazione di 500 ragazzi delle terze, quarte e quinte superiori di Milano chiamati a ideare un logo e uno slogan sulla «malattia dolore», ovvero sul dolore inteso come una patologia troppo spesso misconosciuta e che invece necessita di una terapia specifica. L'iniziativa, promossa da Nopain Onlus-Associazione Italiana con Medtronic e patrocinata dalla Regione Lombardia e dal Comune di Milano, è nata dalla necessità di affermare il diritto alla cura dei pazienti per assicurare una migliore qualità di vita e orientare il cittadino sull'esistenza di Centri di Terapia del dolore: ancora oggi infatti oltre la metà dei pazienti accede alle strutture specialistiche in modo casuale e dopo molti anni di sofferenze ed esasperazione. Ad aggiudicarsi il primo premio di 5.000 euro da destinarsi ad attività formative è stato l'Istituto di Istruzione Secondaria Superiore «Galileo Galilei» di via Paravia.

**CLIENTE: NOPAIN**  
**TESTATA: CORRIERE.IT/SCUOLA**  
**DATA: 22 SETTEMBRE 2014**

**4/4**

## **Il logo vincente**



Il logo vincitore, realizzato da Davide Buoizzi, con la guida della professoressa Cristina Magnaghi e del professor Fausto Chiesa è costituito da quattro quadrati: il primo è molto frammentato, a rappresentare simbolicamente il dolore cronico che spezza l'individuo che ne soffre, mentre i successivi si ricompongono sempre più fino a realizzare un quadrato

perfetto, a significare che il dolore si può curare e la persona riacquistare una migliore qualità di vita. Il passaggio da una condizione di sofferenza a una di sollievo è raffigurato simbolicamente, anche attraverso l'uso dei colori: dal viola si giunge al verde, la tonalità del camice medico. Da questo elaborato nascerà una Campagna di Comunicazione sulla terapia del dolore, attiva da fine ottobre su tutto il territorio milanese. Saranno presenti poster nelle principali vie della città, pendenti nelle vetture della metropolitana, pubblicità su carta stampata e nelle farmacie comunali, nei consigli di zona e negli studi medici.