

MEDIA 14/11/2016 Redazione 0

Parkinson Play chiama a raccolta la community di Userfarm

In occasione dell'imminente Giornata Nazionale dedicata alle cure del morbo sono stati selezionati cinque video sui 70 ideati e inviati negli ultimi due mesi incentrati sull'argomento

Si chiama **Parkinson Play** l'iniziativa, promossa dall'Accademia Limpe-Dismov e AbbVie in previsione della Giornata Nazionale Parkinson, che ha chiamato i giovani talenti di **Userfarm**, la più grande community al mondo di film maker, a ideare e realizzare uno spot di sensibilizzazione in grado di trasmettere il messaggio chiave della campagna: non devi essere un supereroe per vivere con il Parkinson. La community ha risposto con entusiasmo e creatività con un risultato che è andato oltre le aspettative: 70 spot arrivati in due mesi da 8 nazioni nel mondo e centinaia di adesioni. I giovani videomaker hanno esplorato le strade dello storytelling e della metafora. Il ruolo degli affetti e della famiglia, le passioni che trovano nuove strade, la voglia di esprimere il proprio potenziale di vita nonostante il **Parkinson**: storie che ci propongono una visione più ampia della malattia. Una giuria di esperti dell'Accademia Limpe-Dismov ha valutato l'efficacia del messaggio, l'originalità dei video e la qualità delle produzioni e ha selezionato i 5 spot che meglio sono riusciti a trasmettere i messaggi della campagna. I video selezionati saranno diffusi in occasione della Giornata Nazionale Parkinson 2016.

l'iniziativa, promossa dall'Accademia Limpe-Dismov e AbbVie in previsione della Giornata Nazionale Parkinson, che ha chiamato i giovani talenti di Userfarm, la più grande community al mondo di film maker, a ideare e realizzare uno spot di sensibilizzazione in grado di trasmettere il messaggio chiave della campagna: non devi essere un supereroe per vivere con il Parkinson. La community ha risposto con entusiasmo e creatività con un risultato che è andato oltre le aspettative: 70 spot arrivati in due mesi da 8 nazioni nel mondo e centinaia di adesioni. I giovani videomaker hanno esplorato le strade dello storytelling e della metafora. Il ruolo degli affetti e della famiglia, le passioni che trovano nuove strade, la voglia di esprimere il proprio potenziale di vita nonostante il Parkinson: storie che ci propongono una visione più ampia della malattia. Una giuria di esperti dell'Accademia Limpe-Dismov ha valutato l'efficacia del messaggio, l'originalità dei video e la qualità delle produzioni e ha selezionato i 5 spot che meglio sono riusciti a trasmettere i messaggi della campagna. I video selezionati saranno diffusi in occasione della Giornata Nazionale Parkinson 2016.

Tratto da: <http://www.dailyonline.it/parkinson-play-chiama-community-userfarm/>