

## Premiado em Cannes filme sobre Down

O comercial de conscientização sobre a Síndrome de Down, criado para o grupo de pais Espaço XXI, de Campinas, ganhou um Leão de Bronze no Festival Internacional do Filme Publicitário, em Cannes, na França.

O comercial mostra dois meninos num carrossel, lado a lado, enquanto o texto evidencia como o preconceito se deixa trair pela imagem. O filme termina com a frase: "Milhares de crianças no Brasil precisam da sua ajuda. Os portadores da Síndrome de Down só precisam do seu respeito. Down. A pior síndrome é a do preconceito".

Criada gratuitamente pela DM9DDB, a campanha tem texto de José Henrique Borghi e arte de Erh Ray, a mesma dupla de criação dos comerciais "Mamíferos" da Parmalat. O filme foi produzido pela Movi&Art, com direção de Carlos Manga Júnior (Manguinha) e o anúncio foi fotografado por Paulo Vainer.

O objetivo da campanha é combater a imagem negativa das pessoas com Síndrome de Down, ainda consideradas socialmente indesejadas e incapazes, apesar dos enormes progressos alcançados nos últimos 20 anos. A Síndrome de Down é a deficiência mental de ocorrência mais comum (1 a cada 600 nascimentos). É considerada um acidente genético, passível de acontecer a qualquer casal e não apenas a mães com idade avançada.

Concis Popular

Campinas

27. junho 1998

c. Brasil, p. 8.