



## Briefing em Cannes: Krypton, MYBRAND, Brandia e Ministério dos Filmes finalistas em “Film”

As últimas shortlists só serão anunciadas amanhã, 25, mas o Briefing já teve acesso a parte da informação. As campanhas do Active Bank – criada pela MyBrand e produzida pela Krypton – e a “promo” do “Prós e Contras” da RTP1 – assinada pela Brandia Central, com produção da Ministério dos Filmes – estão entre os finalistas da categoria de “Film” no Cannes Lions.

A 4 dias do final do maior festival de publicidade do mundo faltam três categorias com vencedores por distinguir. Isto, tirando o Grande Prémio, claro. Até ao momento, Portugal arrecada já quatro galardões.

‘Film’, ‘Titanium & Integrated’ e ‘Film Craft’ (esta última, uma novidade no festival este ano, uma categoria dedicada à “mestria” na utilização do meio audiovisual para a publicidade). Leo Burnett, JWT, Brandia, Mybrand, Indigo, Ogilvy, Fuel e BBDO são as agências portuguesas com trabalhos submetidos a concurso nas três categorias. Amanhã, serão conhecidas quais se mantêm na corrida, nas categorias de ‘Titanium & Integrated’ e ‘Film Craft’, sendo que na categoria de “Film” já foram avançados os finalistas portugueses.

### A 4 dias do final...

A chegada dos últimos resistentes. São muitos os que aproveitam os últimos 4 dias do festival para vir ver o que de melhor acontece no meio. Ontem chegaram a Cannes mais representantes portugueses de diversas agências, e que terão sido os últimos a chegar. Agora vão ter muito para acompanhar.

Mas quem já cá está conseguiu dar-lhes os melhores conselhos. No único ‘local’ português em Cannes, o Tuga Beach reuniu grande parte da comitiva Portuguesa para oferecer um jantar de convívio. Sempre animado e com vários grupos, as conversas e assuntos rapidamente iam mudando. Isto tudo acompanhado de uma refeição, digamos que pouco portuguesa.

Mais uma noite que acabou em festa, e até havia razões para comemorar. A Massive Music, uma produtora de música Holandesa festejava o seu 10º aniversário e quis partilhar com os seus convidados. Esta é uma produtora conhecida por fazer a banda sonora de grandes anúncios, como o mais recente da Nike “Write the Future”.

Tal como o Sol que nasce a Este, assim começaram as conferências do dia. A Chinese Advertising Association trouxe até Cannes a Peoples Republic of the Internet in China. Uma visão sobre a realidade do espaço cibernético na China, e as verdades por trás da rigidez de controlo por parte do Governo Chinês. Com um pequeno atraso, a DDB apresentou o que poderá ser o futuro dos mupis. Nesta palestra demonstraram como as imagens de alta resolução numa superfície plana conseguem reagir com quem esteja em frente ao mupi. A tecnologia existe, agora o que fazer com ela? A proposta ficou no ar.

No tempo de antena da Saatchi & Saatchi, o Grande Auditório voltou a encher para ver o New Director’s Showcase. Para que todos pudessem ver, a mostra estava a ser transmitida em directo para a sala Debussy. Graças a meios tecnológicos, trouxeram de volta Paul Arden para a apresentação dos realizadores que mais se destacaram no último ano. Estilos diferentes, grandes e pequenas produções, um a um foram mostrados vídeos para apresentar as novas caras do sector.

No Mundial de Futebol, a nossa Selecção Publicitária acabou por perder nos Quartos de Final frente à Austrália por um bem disputado 3-2. No Final da competição foi a Holanda que saiu vencedora. Esperemos que daqui a 4 anos consigam recuperar o título de Campeões.

