

Cannes Lions 2008: Dupla de Youngs vai criar filme

Ana Paula Jung

Criar, produzir e editar um filme de 60 segundos em apenas 48 horas, utilizando um celular Nokia NSeries. Esse é o desafio proposto para Mariana Alves de Araújo e para Marcelo Jun Sato, os dois brasileiros escolhidos pelo programa Young Lions Brazil para representar o País na competição do Young Lions Film durante o Festival de Publicidade de Cannes, o Cannes Lions 2008, que acontece em junho.

Uma das novidades deste ano foi justamente a ampliação para profissionais da área de produção inscreverem seus portfólios eletrônicos por sugestão da Associação Brasileira de Produção de Obras de Audiovisual (Apro).

Desta forma, a dupla brasileira está formada por um redator e uma diretora de filme. "A dupla de filme teve um belo resultado pois está formada por um especialista em criação e outro em produção", analisa Emmanuel Publio Dias, coordenador nacional do Young Lions. "A decisão de levar um criativo e um profissional de produção visa reproduzir no ambiente da competição os melhores recursos profissionais para a produção das melhores peças e, assim, nos tornarmos mais competitivos", avalia.

Mariana é freelancer e trabalha atualmente com produtoras como Sentimental Filmes, Produtora Associados, Margarida Flores e Filmes, Movi&Art, entre outras. Para Mariana Araújo, assistente de direção, participar do Festival de Cannes será um passo importante em sua carreira. "Acho um grande desafio representar o Brasil na categoria Film do Young Lions Competition. Podemos explorar ao máximo os recursos dessa câmera e usar uma linguagem moderna, diferente para contar a história. Uma idéia na cabeça e um celular na mão! Estou bastante animada", diz.

Mariana também trabalhou no longa "Estômago", em cartaz nos cinemas. Começou sua carreira na Master Comunicação, em Curitiba, e lá descobriu que gostava mesmo era dos filmes. Em 2002 foi estudar cinema na UCLA em Los Angeles e desde então trabalha como assistente de direção de cena com diferentes diretores.

Já Marcelo, hoje com 28 anos, redator da Talent desde 2006, diz que o Young Lions Brazil é um reconhecimento muito importante para qualquer criativo, tanto pela qualidade dos profissionais que concorrem como também pela seriedade do processo de seleção do júri.

"A média de acertos é alta: historicamente, o Young tem premiado a maioria dos talentos que se destacam na propaganda", diz Marcelo. Para ele, participar da competição será um grande desafio, competir com 30 equipes de youngs de todo o mundo. "Sem contar o fato de que a categoria Film é muito recente, até pouco tempo atrás não existia", complementa. Marcelo já passou também pelas agências Giovanni, FCB e Bates Brasil (agora Young&Rubcam).

Este é o terceiro ano que acontece a competição de filmes no Young Lions, em Cannes. Na primeira edição, em 2006, participaram poucas duplas. Em 2007 o número já cresceu para dez duplas. Neste ano serão 30 duplas concorrendo. Os youngs receberão o briefing às 17 horas da quarta-feira, dia 18 de junho, e terão 48 horas para criar, produzir e editar o comercial. Os trabalhos serão julgados pelo júri oficial da categoria Film e a dupla vencedora será anunciada no sábado, dia 21 de junho, durante a premiação de Film & Titanium Lions.

A categoria Film do Young Lions Brazil recebeu o apoio da Apro que é, também, uma grande incentivadora da produção de comerciais no exterior e, anualmente, recebe em Cannes produtores brasileiros e prospects internacionais, no já tradicional espaço da associação Film Brazil. Segundo Sonia Regina Piassa, diretora executiva da Apro, apoiar os jovens significa abrir o mercado de produção e a possibilidade de se descobrir novos talentos.

A categoria Film do Young Lions Brazil conta com o patrocínio da produtora Mixer, de João Daniel Tikhomiroff.

Leia Mais:

Festival destaca grupo de mídia

Ana Paula Jung

O Festival Internacional de Publicidade de Cannes homenageará, na edição deste ano, Anthony O'Reilly, ceo do Grupo Internacional de Comunicação e Mídia, Independent News & Media (INM). A organização do festival entregará para o profissional troféu de Pessoa de Mídia do Ano em reconhecimento à liderança de O'Reilly à frente do negócio que está em operação desde 1970.

O troféu será entregue durante a cerimônia de Press, Cyber e Design Lions na noite de quarta-feira, 18 de junho, no Palais des Festivals, em Cannes.

Anthony O'Reilly construiu um portfólio diversificado e único de marcas líderes em quatro continentes, dez mercados de grande expressão e 22 países individuais.

A empresa, que nasceu em Dublin, na Irlanda, é proprietária e publica mais de 200 títulos de jornais e revistas com uma tiragem média semanal de 32 milhões de exemplares e um público de mais de 100 milhões de consumidores.

A INM também é a maior operadora de rádio na Austrália com mais de 130 estações; tem mais de cem websites e é a maior operadora de mídia exterior na Austrália e África. O grupo gerencia receita bruta de € 4,7 bilhões e emprega cerca de 9.600 pessoas.

Fonte: Propaganda & Marketing, São Paulo, 19 maio 2008. p. 12.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.