



Data: 18/06/2009

Página: [www.portalimprensa.uol.com.br](http://www.portalimprensa.uol.com.br)

Seção: Colunistas

UOL ASSINE 0800 703 3000 BATE-PAPO E-MAIL SAC Voip E-Mail Grátis Shopping
ÍNDICE PRINCIPAL

PortalImprensa

**DIVULGUE SEU  
PRODUTO NO UOL**

PortalImprensa | Revista Imprensa | Caderno de Mídia | Oficinas Imprensa | Imprensa na TV | Assine Imprensa | Fale conosco | Anuncie

**Cadastre-se!**

Login:

Senha:

Esqueceu a senha?

Receber newsletter  
 Informe o e-mail

---

**Portal Imprensa**

- Últimas notícias
- Foca online
- Sindical
- Colunistas
- Livros
- Entrevista da semana
- Traço
- Ponto de vista
- Humor
- Enquetes
- Última Hora
- Ache um jornalista
- Ache um veículo

**Colunistas » Lucia Faria**

Publicado em: 18/06/2009 12:32

### Cannes, aqui estamos nós

Um mês após a turma do cinema desfilar por Cannes, chega a hora de os publicitários, profissionais de marketing e de comunicação marcarem presença no mais importante festival de publicidade do mundo. Quem não é do universo da propaganda até estranha tanta purpurina sobre um evento como esse. Mas é justificável. Cannes significa tradição, glamour e prestígio. Voltar para o Brasil com um Leão (o troféu, claro) na bagagem é passaporte garantido para novos saltos profissionais e empresariais.

O festival mudou muito nos últimos anos, culminando com a inclusão em 2009 da categoria PR. Ou, no bom português, RP. Os jurados deverão avaliar as melhores práticas de relações públicas e gestão da reputação, o uso criativo dessas ferramentas e os resultados alcançados. Sim, Cannes está de olho em resultados também, não apenas nas sacadas criativas.

No total foram inscritos 431 trabalhos na categoria PR, sendo 26 do Brasil. O Reino Unido inscreveu 55 cases, seguido da Alemanha (47), Estados Unidos (46) e Japão (29). Ao observar as inscrições brasileiras, curiosamente nos deparamos com cinco delas feitas pela Agência Click, uma agência digital, portanto não especializada em RP. Há mais um tanto de cases inscritos por agências de propaganda e clientes.

Não é difícil entender a baixa presença de empresas especializadas: não estão acostumadas a ir para Cannes, o custo de inscrição é alto e ninguém sabe bem que tipo de trabalho estará concorrendo etc. Enfim, um ano em que todo mundo ficará de olho para ver o que acontece.

Ocorreu situação idêntica ano passado com as empresas de design. Na inclusão da categoria, em 2008, tivemos a inscrições de poucas empresas brasileiras especializadas em design e branding. Depois, elas se organizaram por meio da entidade do setor, a Abedesign. O resultado foi uma parceria com a Apex que possibilitou a inscrição de trabalhos, o crescimento do número de delegados e até um lounge no Palais des Festivals. Um bom exemplo para as agências de comunicação. Mas o trabalho deve começar logo após o evento deste ano. Precisamos nos unir, discutir Cannes 2009 e montar uma estrutura para baixarmos lá em 2010 com bons trabalhos. E resultados.

\* Lucia Faria é jornalista, pós-graduada na Universidade de São Paulo (USP) em Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas. Com mais de 20 anos de experiência no mercado, comanda desde 2002 sua própria agência, a Lucia Faria Inteligência em Comunicação. veja mais

**Faça sua busca**

Escolha um canal

**Edição 247 - Jul/2009**

Redações e partidos antecipam a disputa eleitoral e ditam o ritmo da pauta política

**Enquetes**

O STF derrubou a necessidade do diploma para o exercício do Jornalismo. Você concorda com a decisão?

Sim.

Não.

votar ver resultados

**Anúncios UOL**

**Publique Seu Livro**

A Editora Baraúna publica o seu livro com qualidade e ótimo preço!  
[www.editorabarauna.com.br](http://www.editorabarauna.com.br)

**Experiência**



**Assine IMPRESA,**  
jornalismo para quem  
gosta e entende de  
comunicação

Planos a partir de  
**3x R\$ 34,10\***

\* válido para cartão de crédito

**Receba mensalmente**

Para mais informações, acesse:  
[www.assineimprensa.com.br](http://www.assineimprensa.com.br)