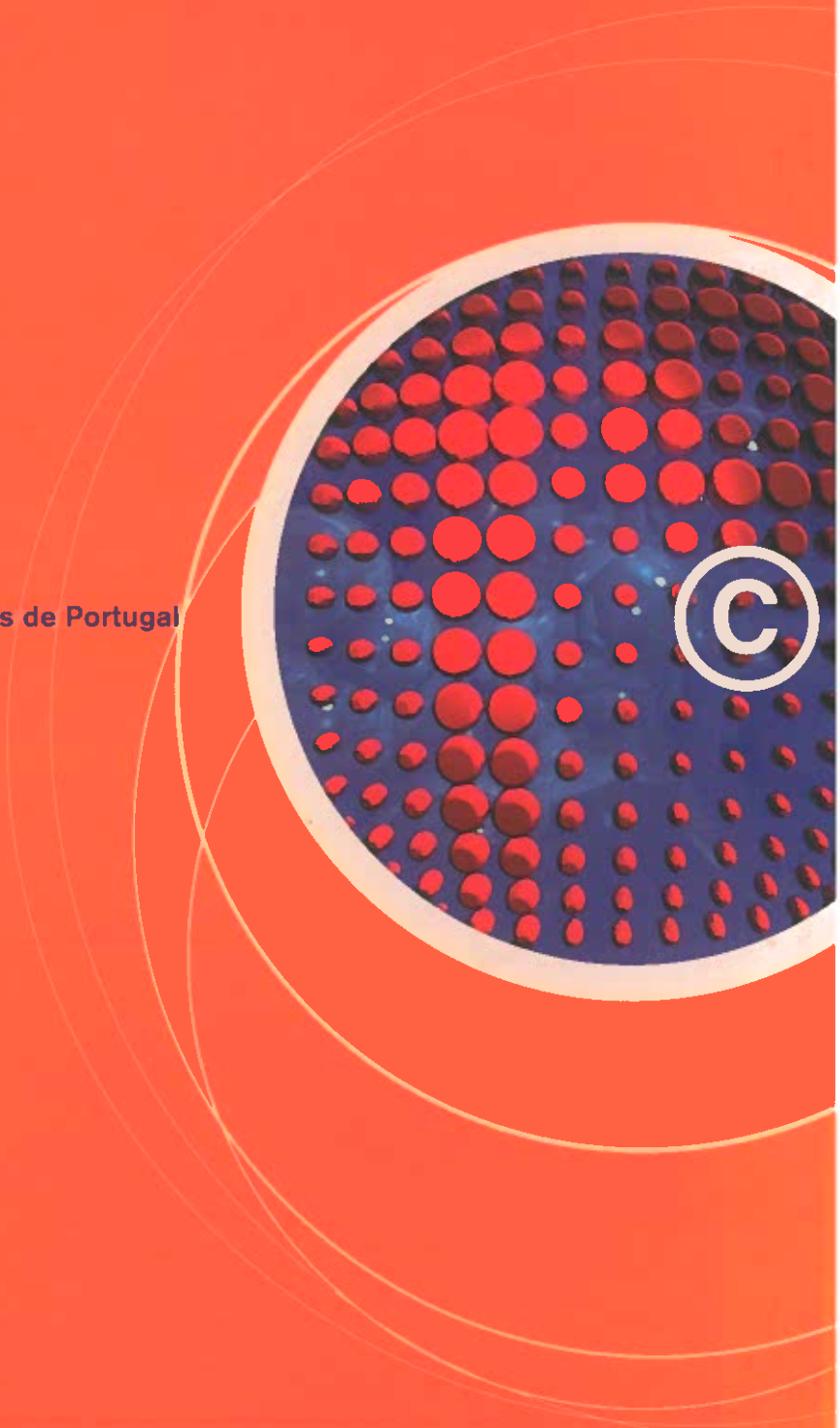


1º Anuário do Clube de Criativos de Portugal



1996/97
1º
Anuário
do Clube
de Criativos
de Portugal

1st
Annual of the
Portuguese
Creatives
Club

Este 1º anuário do CCP é dedicado a memória do realizador Sidónio Lobato Fernandes

Design Ricardo Mealha
Paginação Quiná
Pós-Produção Fotosete
Fotolitos
Impressão SocTip
Papel Printomat 3D, 170g,
Distribuído por Sarriópapel

As peças publicitárias apresentadas neste livro são da responsabilidade das entidades ou indivíduos que as inscreveram. O Clube de Criativos de Portugal não é responsável por eventuais omissões, incorrecções ou erros de inscrição. Todos os direitos reservados. Nenhuma parte deste livro pode ser copiada ou reproduzida sem o consentimento, por escrito, dos proprietários dos respectivos direitos.

Conteúdo Contents

Introdução	6	Introduction
Américo Guerreiro, presidente da APAP	8	Américo Guerreiro, president of APAP
Miguel Fernandes, presidente da EuroRSCG Publicidade	9	Miguel Fernandes, president of EuroRSCG Publicidade
Rui Camarinha, director do jornal Briefing	9	Rui Camarinha, director of Briefing journal
Grande Prémio	10	Grand Prix
Imprensa	14	Press
TV · Cinema	52	TV and Cinema
Outdoor	96	Outdoor
Rádio	126	Radio
Causas Sociais e Serviços Públicos	136	Social Services and Charities
Jovens Criativos	156	Young Creatives
Índex	196	Index

**Ricardo Mealha,
Designer**

Constituído há 3 anos, o Atelier Ricardo Mealha conta com uma equipa de 12 elementos, entre os quais sete designers.

Na área da imagem corporativa para grandes clientes institucionais, o Atelier Ricardo Mealha é responsável pela imagem do Ministério da Cultura, da Torre do Tombo, do Instituto Português de Arqueologia, da Biblioteca Nacional, da Companhia Nacional de Bailado e da Secretaria de Estado do Desporto. Nos últimos três anos, o Atelier tem também realizado trabalhos com regularidade para a Presidência da República, a Fundação Oriente e a Fundação Calouste Gulbenkian.

No campo empresarial concebeu trabalhos para a Renova, a Maconde e a Portugal Telecom. Ainda neste campo, elaborou relatórios e contas para os Bancos Bilbao & Viscaya e Itaú, além de catálogos para a Atlantis e a Red Globe, entre outros clientes.

É responsável também pela imagem e publicidade das Temporadas de Música e Dança 95/96 e 98/99 da Fundação Calouste Gulbenkian, das Temporadas 97/98, 98/99 e 99/2000 da Companhia Nacional de Bailado e do Festival Mergulho no Futuro da Expo'98.

Concebeu a imagem gráfica da discoteca Lux/Frágil e do restaurante Bica do Sapato. Elaborou catálogos para exposições tais como Low Budget — Objectos do Quotidiano (Centro Cultural de Belém), Fotografias de Moda de Inês Gonçalves e

Banhos Turcos & Fast Food de Catarina Baleiras. No campo da moda, é responsável por cinco Catálogos de Moda do ICEP, 6 catálogos para a ModaLisboa e catálogos para Ana Salazar e Abbondanza/ Matos Ribeiro. Ainda nesta área, o atelier tem vindo a realizar trabalhos com regularidade para a Central Models, Look Elite, Visual LX, Uns & Outros e Manuel Alves/ José Manuel Gonçalves.

No campo da videografia, elaborou os genéricos dos programas 86.60.86, do programa Super Bébés e No Sofá Vermelho. Tem ainda a seu cargo os vídeos publicitários da Fundação Oriente, Fundação Gulbenkian, Europarque e Companhia Nacional de Bailado. Realizou também vídeos para a Associação Nacional de Galerias, Associação Amizade Portugal/ Japão e foi ainda responsável por alguns trabalhos para a Sony Music e Emi Portugal.

O Atelier vai inaugurar em finais de Março a "Eu — Estacionário Personalizado", uma loja aberta ao público em Lisboa (Hotel D. Pedro Amoreiras), especializada na concepção de estacionário personalizado de luxo, de design contemporâneo.

Prémios (Seleção)

1996

Assinatura do Ministério da Cultura - Certificado Design Excellence 96 da Print America's Graphic Design Magazine (CDE/ PAGDM)
- Catálogo Criadores e Industriais de Moda Portuguesa Verão 96 do ICEP, CDE/PAGFM 96
Catálogo 19ºs Encontros Gulbenkian de Música Contemporânea (CDE/ PAGDM 96)

1997

- Catálogo 21º Encontros Gulbenkian de Música Contemporânea (CDE/PAGDM 97)
- Catálogo da exposição Low Budget, do Centro Cultural de Belém (CDE/PAGDM 97)

1998

Imagem sapatos Uns & Outros, Prémio Best of Show do CDE/ PAGDM 98
Imagem da Temporada 98/99 da Companhia Nacional de Bailado - 2º Prémio Publish/Briefing 98
Catálogo da exposição O Natal e a Criança para a Presidência da República (CDE/ PAGDM 98)
Catálogo/ Agenda Moda Lisboa Primavera/ Verão 97 (CDE/ PAGDM 98)
Convite VIP Moda Lisboa Primavera/ Verão 97 (CDE/ PAGDM 98)

Publicações

Creative Edge

Catálogos dos 19ºs e dos 21ºs Encontros Gulbenkian de Música Contemporânea
Catálogo Encontros ACARTE 97

Paper Graphics

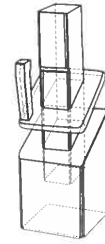
Catálogo X Edição Moda Lisboa
Catálogo Exposição Fotografias de Moda de Inês Gonçalves
Catálogo Coleção de Moda Primavera/ Verão 95 Abbondanza/ Matos Ribeiro



Ricardo Mealha



Introdução Introduction



Introdução

Este livro é o bebé de muitos pais e mães.

Há muitos casais de copys e art-directors que aqui mostram a sua prole com a mesma vaidade com que antigamente se mandava uma foto para o Bébé do Ano da Cérelac.

Há um número maior ainda de pais adoptivos: fotógrafos, produtores, realizadores, músicos, locutores, ilustradores, manipuladores de imagem, etc., que também criaram e ajudaram a crescer algumas destas ideias.

Depois, houve também as parteiras do Clube de Criativos que, desde a sua primeira reunião, decidiram meter este livro cá fora.

E os sponsors que o apadrinharam.

Pode não ser o melhor anuário do mundo (também, só muito raramente um recém-nascido é bonito): tem defeitos, tem injustiças, tem a falta de algumas agências, que lamentamos. Mas tem também muitas razões para estarmos orgulhosos:

É a primeira compilação de anúncios portugueses feita exclusivamente sob os critérios da criatividade e da excelência de produção.

Reúne mais de sessenta peças de publicidade, de dezasseis agências de Lisboa e do Porto, escolhidas entre mais de 600 inscrições, por um júri composto exclusivamente por profissionais das diversas áreas da criatividade publicitária.

E tem a grande qualidade de transformar a coisa efémera que é a Publicidade, num objecto que se pode guardar e consultar.

Num país que ganha Leões em Cannes e que tem uma nova geração de criativos a despontar, há condições para que este anuário vá crescendo, em importância e qualidade para, ao longo dos anos, ser a referência máxima de um mercado adulto.

Fique ainda a saber que cada exemplar deste livro foi segurado de pernas para o ar e levou uma palmadinha na contra-capta antes de ser vendido.

Américo Guerreiro,
presidente da APAP

IS CREATIVITY SOME OBSCURE, ESOTERIC ART
FORM?

Escrever sobre a criatividade, será possivelmente um aparente exercício fácil, mas ao mesmo tempo tentador. Tentador, até porque a criatividade em si, é algo tão desejado, tão milagroso, tão humano, tão vivo, que qualquer um se alegra quando tem uma ideia - uma ideia criativa e genial.

Há expressões ou exclamações que caracterizam esse estado de alma de ter tido uma ideia.

Por exemplo: Hural! Epa! Eureka! Acheil! Até que enfim! Pum, já está! Tive uma ideia.

Que ter ideias, é bom, é um achado não há dúvida, mas ter ideias que vendem, ou levam as pessoas a fazer qualquer coisa, sob um objectivo prévio, aí é mais difícil.

É exclusivamente nessa área, que como profissional, me vergo à excelência da boa ideia e dos seus criadores.

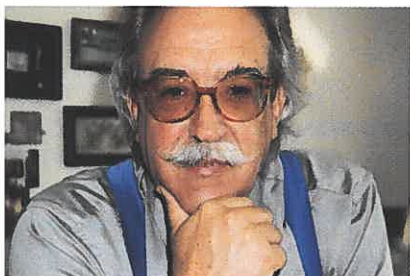
Admiro com toda a veneração aqueles que o fazem bem. Aqueles que já, o fizeram bem. Aqueles que o continuarão a fazer bem.

Admiro-os, porque não é fácil.
Admiro-os, porque são poucos.
Admiro-os, porque por tudo o que atrás se disse acabam por ser uns eleitos e uma elite.
Admiro-os, porque sabem ser irreverentes.
Admiro-os, porque sabem não ser académicos.

São pessoas inspiradoras e inspiradas. São poetas e sonhadores.
Fazem-nos acreditar na realidade das utopias.

A criatividade é um mundo onde o homem obscuro e mesquinho, não sobrevive. Como sentenciou Bill Bernbach:

Is creativity some obscure, esoteric art form?
Not on your life. It's the most practical thing a businessman can employ.



Américo Guerreiro

Miguel Fernandes,
presidente da EuroRSCG
Publicidade

O ANUÁRIO DO CLUBE DE
CRIATIVOS! VIVA!

É grande a responsabilidade do Clube de Criativos, e eu gostaria de acreditar que o Anuário é um retrato fiel do que melhor se faz neste cantinho à beira-mar-plantado, e não um reflexo das animosidades entre párocos de capelinhas.

O trabalho criativo em Portugal é tão bom, como o que de melhor se vai fazendo por esse mundo fora, e como tal merece a maior consideração de todos os publicitários. Sem excepção.



Miguel Fernandes

Rui Camarinha,
director do jornal
Briefing

O QUE É A CRIATIVIDADE

A criatividade é um ponto, ao qual se seguem sempre outros dois.

- A criatividade é uma arte que precisa de técnicas para ser entendida.
- A criatividade é nunca seguir a ideia do cliente.
- A criatividade é fazer com que o cliente diga que afinal a ideia era sua.
- A criatividade é fazer um trabalho por encomenda.
- A criatividade é um ponto de vista sobre um ponto de vista.
- A criatividade é a ideia que temos a seguir a uma branca.
- A criatividade é saber reinventar, porque de resto já está tudo inventado.
- A criatividade é saber relacionar tudo o que nos rodeia.
- A criatividade é ser observador sem querer observar.
- A criatividade é julgar o trabalho dos outros com o nosso trabalho.
- A criatividade é respeitar o trabalho dos outros quando o nosso é o melhor.
- A criatividade é um caminho, não é o objectivo a atingir.
- A criatividade é saber ser inteligente e recusar a estupidez da maioria.
- A criatividade é marcar a diferença perante a igualdade.
- A criatividade é pensar que o cidadão comum não é vulgar, banal, mediocre.
- A criatividade é o marketing, não é a publicidade.
- A criatividade é a chatiche que nos invade em todos os momentos do dia.
- A criatividade é falar em português e pensar em estrangeiro.
- A criatividade é pensar que o consumidor só ouve música pimba.
- A criatividade é olhar o consumidor pelos programas de televisão que vê.
- A criatividade é olhar e reparar no que os outros não vêem.
- A criatividade é ouvir e lembrar o que os outros esquecem.
- A criatividade é pintar um quadro ao baixo e pendurá-lo ao alto.
- A criatividade é transformar o nada num sucesso.
- A criatividade é a gaveta onde se guardam as folhas de papel branco.
- A criatividade é a bebedeira que se apanha sem beber uma gota de álcool.
- A criatividade é o conteúdo, não é a aparência.
- A criatividade é o casamento entre o bom senso e o senso comum.
- A criatividade é a ciência dos ciumentos.
- A criatividade é pensar sempre na infância.
- A criatividade é ter força e não destruir.

A criatividade é tentar não perder o controlo por algo que criámos.

A criatividade é procriar e não criar.

A criatividade é transformar o supérfluo em essencial.

A criatividade é criar a diferença onde ela não existe.

A criatividade é o vazio que se precisa de encher.

A criatividade é desejar a disciplina e nunca ser submisso.

A criatividade é ser indiscreto e amar a discrição.

A criatividade é o erro que deu certo.

A criatividade é a angústia da espera, quando nem sempre se alcança.

A criatividade é um parto e se é só auto-estima acaba em aborto.

A criatividade é não poder esperar e ter tudo a perder.

A criatividade é fazer coisas belas e dizer banalidades.

A criatividade é a filosofia dos pobres de espírito.

A criatividade é o estilo dos que tornam tudo simples.

A criatividade é a humildade que havemos de ter um dia.

A criatividade é emprestar ideias aos cretinos e cobrar a dobrar.

A criatividade é substituir a realidade por ilusões.

A criatividade é a originalidade do que vai morrer.

A criatividade é imaginação aplicada.

A criatividade é o génio sem talento.

A criatividade é um desperdício quando apreciada por quem não a entende.

A criatividade, quase sempre, é uma merda.



Rui Camarinha

PS: Aparentemente a criatividade tem muitas definições. Puro engano.

Cinquenta e quatro definições, noventa e nove fora, dá zero.

Grande Prémio Grand Prix



Leandro Alvarez



Jorge Teixeira



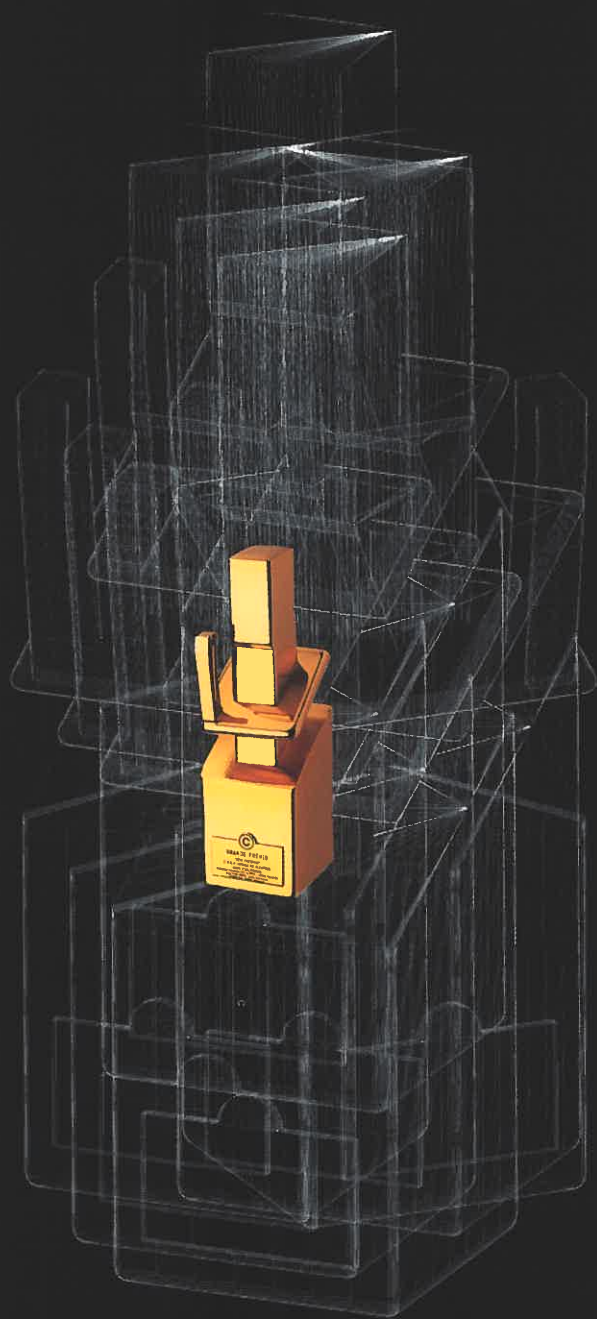
José Ricardo Cabaço



Mário Santiago



Pedro Monteiro



O Grande prêmio é patrocinada por: The Grand Prix is sponsored by:

briefing



O Alentejo é a região de Portugal mais conhecida pela calma dos seus habitantes. Um rapaz a andar de bicicleta saúda um velhote que demora exageradamente a responder.

Video
Imagem do ti Manel sentado junto a uma parede enquanto um rapaz de bicicleta passa e o cumprimenta.

(Alentejo is a portuguese region where the people are known to be very calm and patient, and where everything takes it's time to be done, without rush or stress.)

Video
A boy riding a bicycle says hello to an old man (named "Ti Manel") sited on the sill.

Audio
- Good afternoon Ti Manel!



Audio
- Boa tarde Ti Manel!

Video
O Ti Manel fica impávido e sereno como se nada tivesse acontecido. Passado um tempo considerável acena e responde ao cumprimento.

Video
Ti Manel stands undisturbed, taking a long time to answer back the compliment.

Audio
- Good afternoon Chiquinho!

VO
Like so many good things in Alentejo, our wines are done without any rushes.



Audio
- Boa tarde Chiquinho!

Audio/VC
Como tantas coisas boas nesta região, os vinhos do Alentejo fazem-se sem grandes pressas.

PackShot
Vinhos do Alentejo mais que conhecimento, sabedoria.



Grande Prémio Grand Prix

Agência Nova Publicidade

Título Sem Pressas

Anunciante C.V.R.A-Vinhos do Alentejo

Director Criativo Judite Mota
Pedro Ferreira

Director de Arte João Coutinho

Redactor Tiago Guedes

Produtor RTV Gabriela Nogueira

Produtora A Filmar

Produtor Carlos Reis

Realizador Joaquin Soler

Director de fotografia Joaquin Soler

Banda Sonora Índigo



Pedro Bidarra
presidente do júri

Categoria ImprensaPress



Nuno Levezinho



João Palmeiro



Anselmo Cândido



José Ricardo Cabaço



Marcello Dolabella



Miguel Fonseca da Costa



António Antunes



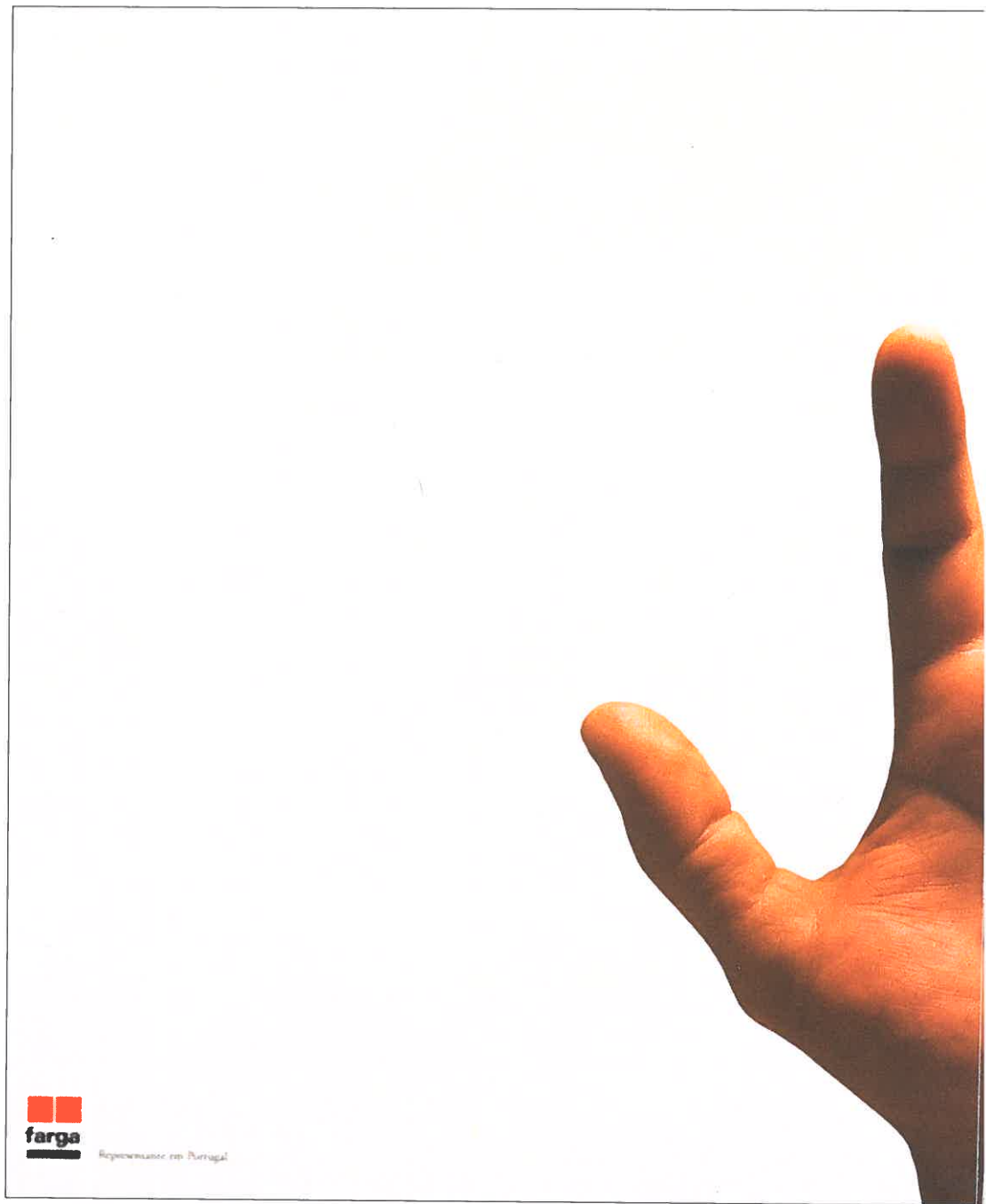
Nelson Sinem



**A categoria de
Imprensa
é patrocinada por:** Print
category is
sponsored by:



RENAULT
AO RITMO DA VIDA



Representante em Portugal

Headline: **Tenha um sempre a mão.** - Headline: Have one always handy.



Tenha um sempre à mão.



OuroGold

Agência Z Publicidade

Título Agrafó

Anunciante Derban

Director Criativo José Carlos Campos

Director de Arte Miguel Coimbra

Redactor Ricardo Adolfo

Fotografia Fábio Praça



OuroGold

Agência TBWA EPG

Título Fim-de-Semana

Anunciante Auto-Sueco

Responsável no Cliente Pedro Oliveira

Director Criativo Pedro Bidarra

Director de Arte Hélder Pereira

Redactor Diogo Anahory

Director de Contas Paula Rodrigues

Produtor Gráfico Luís Miguel

Pós-Produção Grafiseis

Fotografia João Palmeiro

Headline: Insert coin

Headline: Insert coin



PLAY.

Com os novos turbo-diesel Volvo você tem bônus. Primeiro mete combustível e goza de 140 cvs. capazes de 9,8" dos 0 aos 100 e de velocidades superiores a 200 km/h. Depois, como o diesel é mais barato, você anda mais.

Tanta performance de forma tão econômica e segura só encontra em dois sítios: num videogame ou num concessionário Volvo. **NOVOS V70 E S70 TDI. SUPER POTÊNCIA A DIESEL.**





Patrocina o Fantasporto. Festival de Cinema Fantástico do Porto.

Headline: Super Bock Patrocina o Fantasporto. Festival de Cinema Fantástico do Porto.

Headline: Super Bock - Proud sponsor of Fantasporto, Oporto's International Film Festival
Note: Fantasporto is a thematic film festival, concerned mainly with thrillers and horror movies.

PrataSilver



Agência Strat

Título Psycho

Anunciante Unicer (Super Bock)

Director Criativo Jaime Kopke

Director de Arte Joaquim Pena

Redactor Jaime Kopke

Produtor Joaquim Pena

Fotografia João Palmeiro

Z.

Classe A, Classe M

Classe A, Classe M

Classe A, Classe M

Classe A, Classe M

Classe A, Classe M

Se vai ao Estoril ver estes novos modelos, assista ao Open de Ténis patrocinado pela Mercedes-Benz.



Mercedes-Benz

Headline: Se vai ao Estoril ver estes novos modelos, assista ao Open de Ténis patrocinado pela Mercedes-Benz.

Headline: If you're going to Estoril to meet these new models watch the tennis open sponsored by Mercedes-Benz.

PrataSilver



Agência

Z Publicidade

Título

Estoril Open

Anunciante

Mercedes Benz

Director Criativo

Nelson Sinem

Director de Arte

Paulo Telles

Redactor

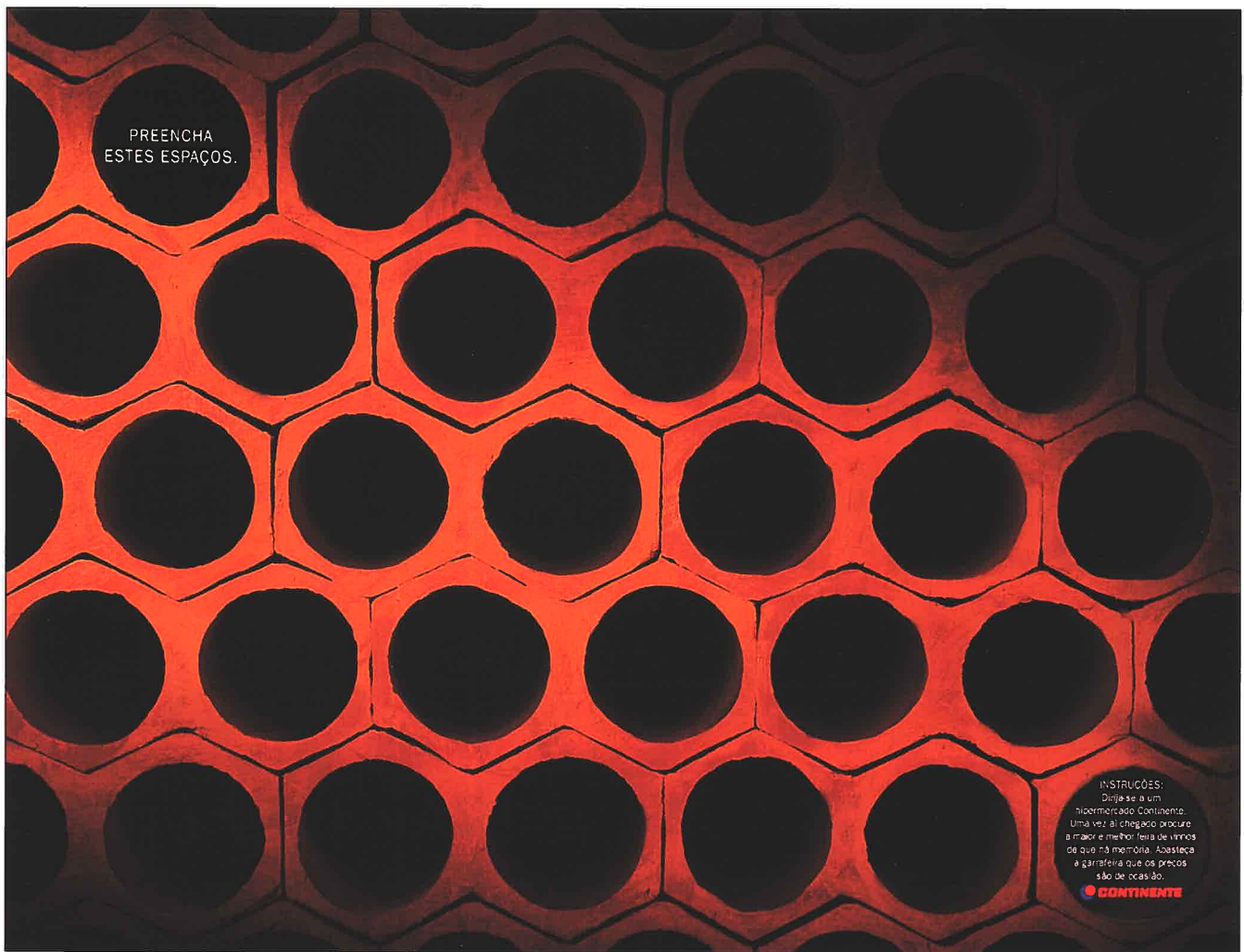
Tiago Cruz
Frederico Roquette

Produtor

Vasco Grácio

Fotografia

João Palmeiro



Headline: **Preencha estes espaços**

Headline: Fill the gaps

Prata Silver



Agência TBWA EPG

Título Garrafeira

Anunciante Continente

Responsável no Cliente Miguel Almeida

Director Criativo Pedro Bidarra

Director de Arte José Heitor

Redactor Pedro Bidarra

Director de Contas Paula Rodrigues

Produtor Gráfico Fernando Thily

Pós-Produção Grafiseis

Fotografia Sais de Prata

<http://www.cp.pt>

Antes de viajar com a CP viaje primeiro na Internet. Na Home Page da CP encontra todo o tipo de informação útil: horários, linhas, serviços, comboios e produtos internacionais, inter-rail, notícias, etc... E para pedir esclarecimentos adicionais ou apresentar sugestões pode ainda utilizar o e-mail. A CP deseja-lhe boa viagem. Antes e depois de embarcar.



Caminhos de Ferro Portugueses

PrataSilver



Agência Nova Publicidade

Título Internet

Anunciante CP - Caminhos de Ferro

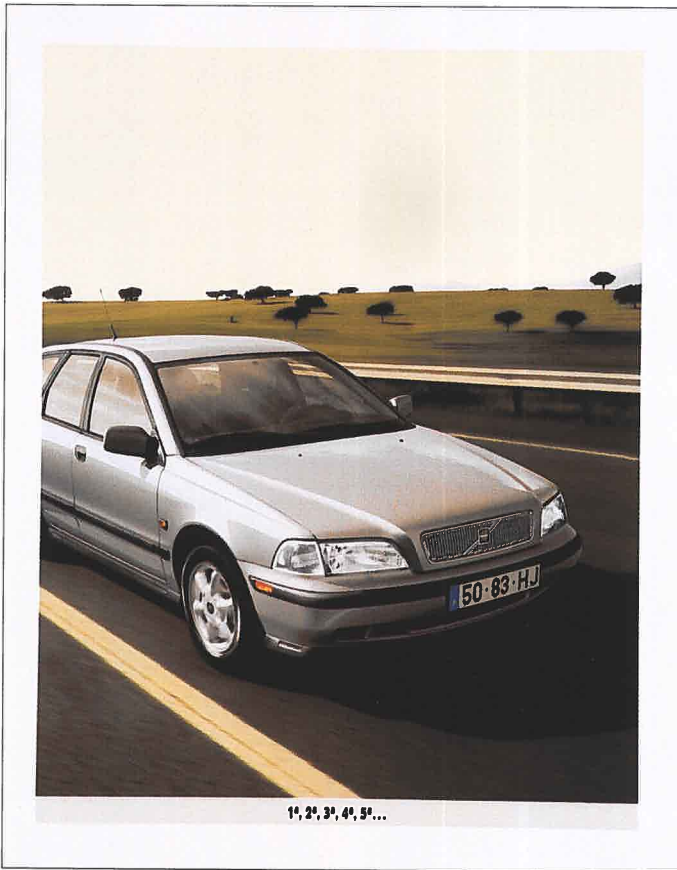
Director Criativo Judite Mota
Pedro Ferreira

Director de Arte Orlando Gonçalves

Redactor Pedro Monteiro

Produtor Fotografia Gabriela Nogueira

Fotografia Picto
Francisco Prata



Página 1

Headline: 1º, 2º, 3º, 4º, 5º, 6º, Sábado, Domingo

Headline: 1º, 2º, 3º, 4º, 5º, 6º, Saturday, Sunday

Prata Silver



Agência TBWA EPG

Título Fim-de-Semana

Anunciante Auto-Sueco

Responsável no Cliente Pedro Oliveira

Director Criativo Pedro Bidarra

Director de Arte José Heitor

Redactor Pedro Bidarra

Director de Contas Paulo Renato de Melo

Produtor Gráfico Luis Miguel

Pós-Produção Grafiseis

Fotografia João Palmeiro

EPG/IMA

... 6º, SÁBADO, DOMINGO.

* Volvo V40 T30. Carro em curvado, trabalho no laser? É uma questão filosófica que pouco importa. Importante é o espaço, o potente motor de 1.9 L, o 194 CV e o 180 km/h.

* Volvo V40 T30. Carro em curvado, trabalho no laser? É uma questão filosófica que pouco importa. Importante é o espaço, o potente motor de 1.9 L, o 194 CV e o 180 km/h.

* É no hábita, a V40 faz chegar a mais bonita curvada do mundo. Por isso pouco importa se a sua cor é verde-grama. **V40 1.9 TURBO DIESEL. V DE VERSATILIDADE.**

* Volvo V40 T30. Carro em curvado, trabalho no laser? É uma questão filosófica que pouco importa. Importante é o espaço, o potente motor de 1.9 L, o 194 CV e o 180 km/h.

Página 2



BronzeBronze

Agência Bates Portugal

Título Jingle Bull

Anunciante Bull

Director Criativo Judite Mota
Pedro Ferreira

Director de Arte Pedro Ferreira

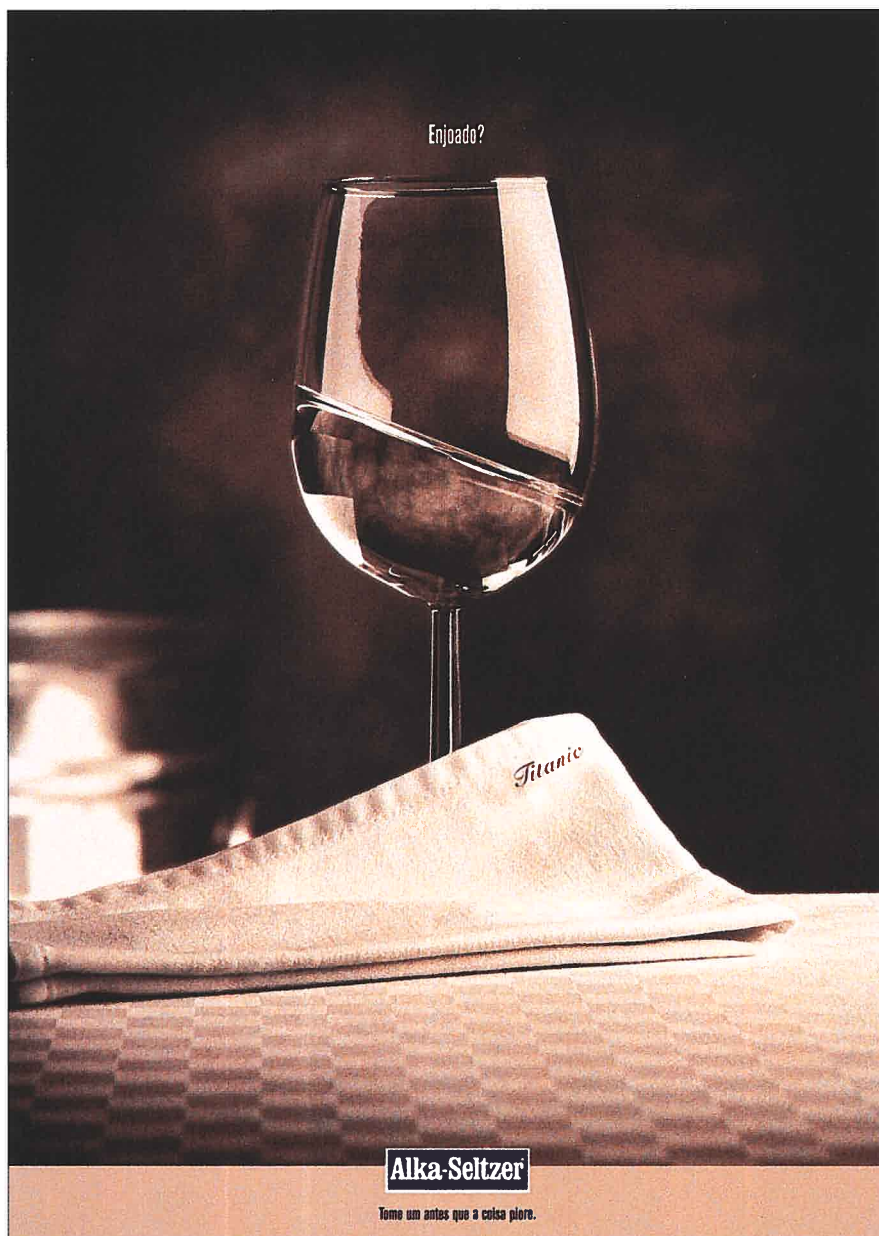
Redactor Judite Mota

**Jingle
Bull
Jingle
Bull**

FELIZ NATAL DA BULL PORTUGUESA

Worldwide
Information
Systems

Bull



Headline: Enjoado?
Alka-Seltzer. Tome um antes que a coisa piore.

Headline: Seasick?
Alka-Seltzer. Take one before things get worse.



BronzeBronze

Agência BBDO Portugal

Título Titanic

Anunciante Bayer (Alka-Seltzer)

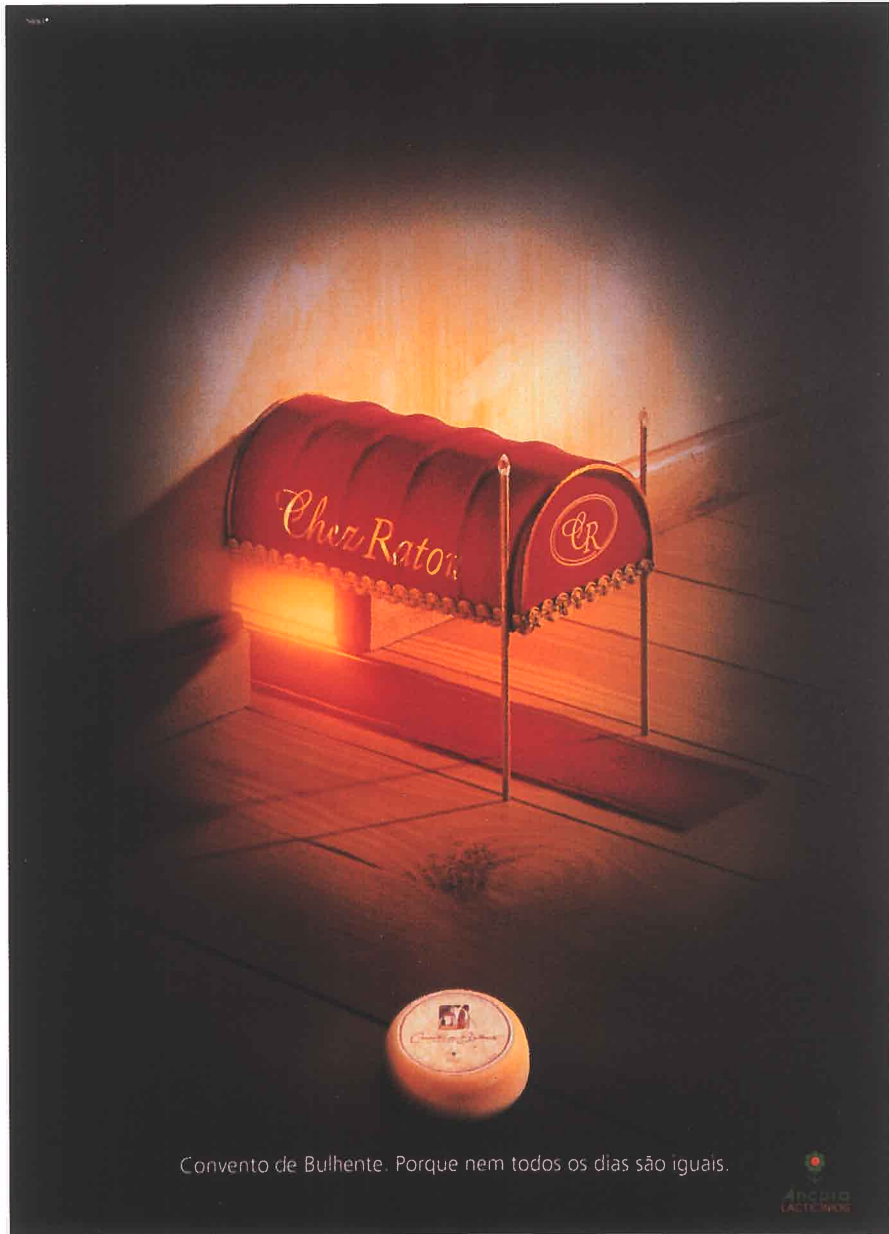
Director Criativo Jorge Teixeira

Director de Arte Karina Cid

Redactor Gaspar

Produtor Fotografia Ricardo Cansado

Fotografia Rodrigo Cabral



Convento de Bulhente. Porque nem todos os dias são iguais.



Headline: **Convento de Bulhente. Porque nem todos os dias são iguais.**

Headline: Convento de Bulhente. Not your everyday cheese.



Bronze

Agência

Sino

Título

Chez Raton

Anunciante

Lactínios Âncora

Director Criativo

João Carlos Soares
Pedro Pacheco

Director de Arte

João Carlos Soares

Redactor

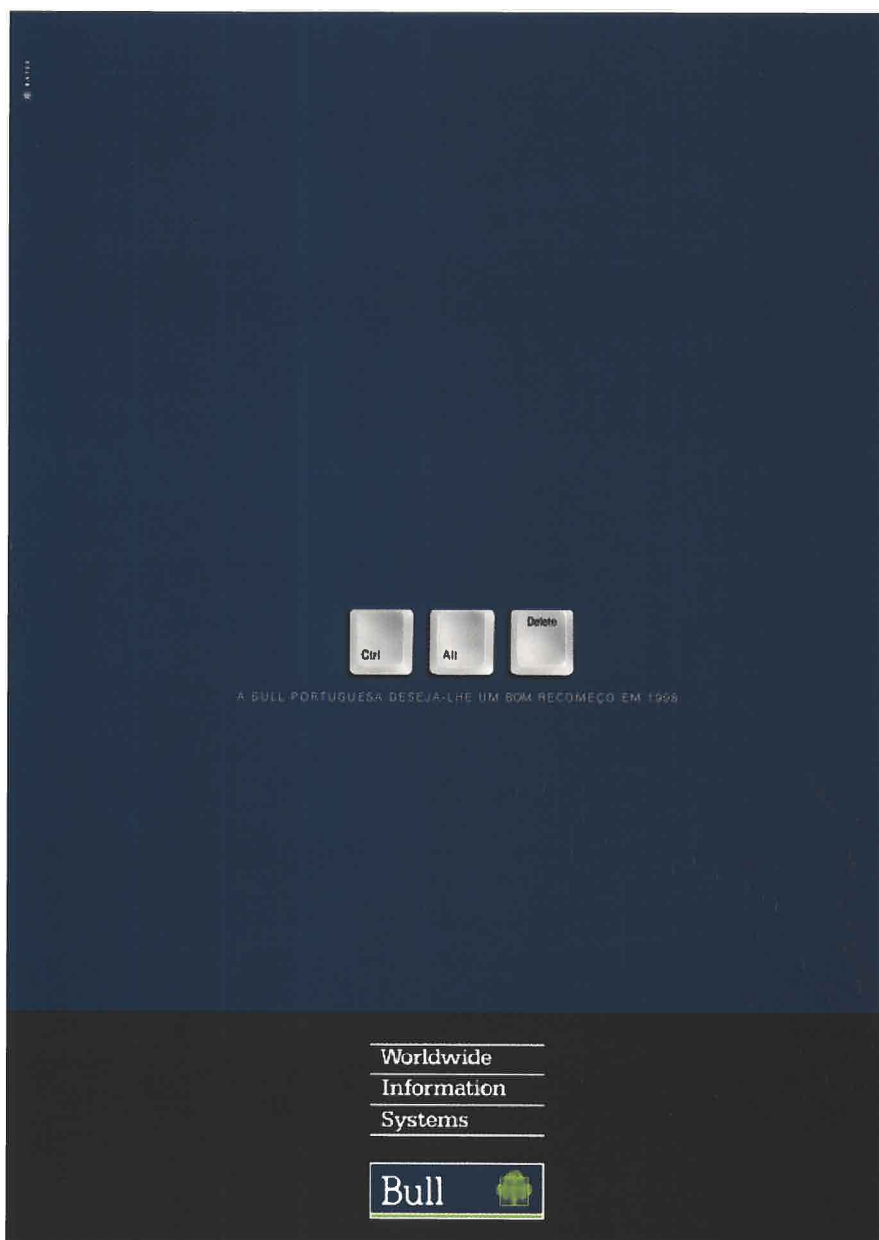
Pedro Pacheco

Mock-up

Cláudio Capone

Fotografia

Cláudio Capone



Headline: **A Bull Portuguesa deseja-lhe um Bom recomeço em 1998.**

Headline: Happy New Restart.



BronzeBronze

Agência

Bates Portugal

Título

Restart

Anunciante

Bull

Director Criativo

Judite Mota
Pedro Ferreira

Director de Arte

Pedro Ferreira

Redactor

Judite Mota

Ilustrador

Nuno Duarte

Pós-Produção

Fotosete



Headline: **Só os melhores combustíveis na terra merecem um lugar no céu**

Headline: Only the best fuel on earth deserves a place in heaven



BronzeBronze

Agência TBWA EPG

Título Avião

Anunciante Petrogal

Responsável no Cliente António Túlio
Manuel Aguiar

Director Criativo Pedro Bidarra

Director de Arte José Heitor

Redactor Diogo Anahory

Director de Contas Maria do Céu Correia

Produtor Gráfico Luís Barreiro



Headline: **Instinto de Liberdade**

Headline: Freedom Instinct



BronzeBronze

Agência BMZ - Park

Título Olhos

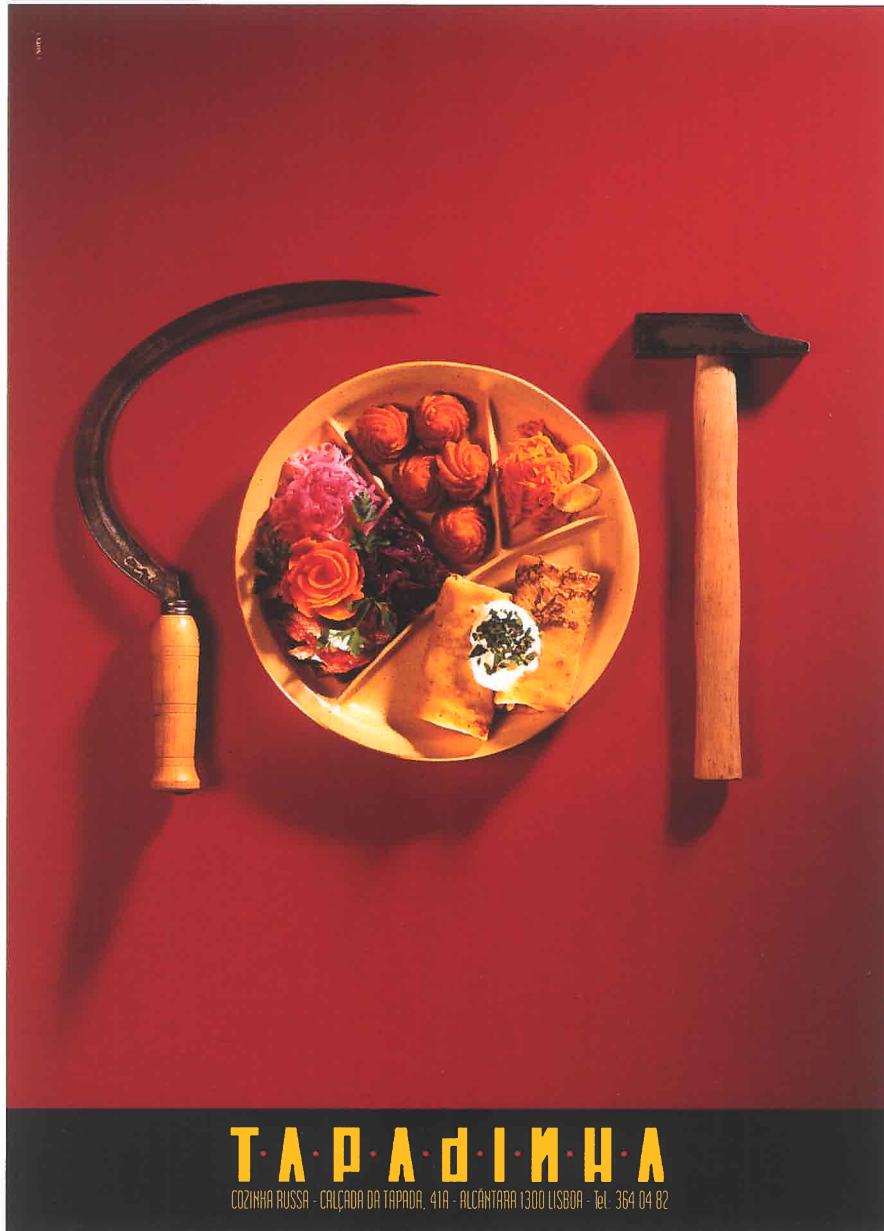
Anunciante Mitsubishi

Director Criativo Mário Santiago

Director de Arte Mário Santiago
Jorge Barrote

Redactor Tomás Mayer

Fotografia Arquivo Mitsubishi



Headline: Russian Restaurant



BronzeBronze

Agência Nova Publicidade

Título Rússia

Anunciante Restaurante Tapadinha


Director Criativo Pedro Monteiro

Director de Arte Ricardo Gaspar


Redactor Rui Soares

Produtor Fotografia Gabriela Nogueira

Fotografia Sais de Prata



Civic 5 portas Select. Agora ainda mais seguro.



Série especial limitada.

Escutem duas palavras mágicas quando se fala de segurança de automóveis: ABS e Airbag para condutor e passageiro. Pois o Civic 1.4i Select tem entre outros equipamentos de série. Mas isso não é tudo! Tem equipado com barras de protecção lateral nas portas, sistema traseiro de protecção, almofadas de absorção de impacto nas portas traseiras, encostos de cabeça dianteiros e traseiros. E é seguramente um automóvel muito luxuoso, com piza-choques, retrovisores e puxadores das portas na cor da carroçaria. É claro que você pode ter tudo isto num automóvel vulgar. Basta pagar, pagar e pagar por cada extra. Venha conhecer o Civic 5 portas 1.4i Select no seu concessionário Honda.

HONDA

Headline: Civic 5 portas Select. Agora ainda mais seguro.

Headline: Civic 5 doors. Now with more safety features.



BronzeBronze

Agência Ammirati Puris Lintas

Título Cofre

Anunciante Honda

Director Criativo Leandro Alvarez

Director de Arte Paulo Diehl

Redactor Leandro Alvarez

Produtor Fotografia Carlos António
Rui Paz

Fotografia Desmond Burdon

APANHADO PELOS AGENTES DA CONSTIPAÇÃO

Mais uma misteriosa constipação solucionada por Vicks.

Como muitos outros naquele Inverno, ele fora apanhado pelos agentes da constipação. Garganta irritada, congestão nasal... respirar era impossível. Várias chuvadas e outras tantas correntes de ar foi quanto bastou. Mas ele não era de se deixar ir abaixo. Foi aí que se lembrou que o seu farmacêutico lhe dissera que Vicks VapoSpray proporciona um alívio imediato, que se prolonga por 12 horas. A oportunidade estava ao alcance da sua mão e ele ia tentar agarrá-la... Conseguirá?

VICKS. Desde sempre, a solução eficaz contra a constipação.

Especialidades Farmacêuticas de Venda Livre. Consulte a literatura médica nos pontos de venda. Mantenha por do agente das crianças.



Prémio Técnico Technique Award
Melhor Ilustração Best Illustration

- Ilustração** Maria do Carmo Albuquerque
- Agência** Leo Burnett Publicidade
- Título**
 Vicks
 "Apanhados pelos agentes da constipação"
 "O homem que não conseguia respirar"
 "Amarrada à constipação"
 "A mulher que sufocava"
- Anunciante** Procter & Gamble
- Director de Arte** João Roque
- Redactor** Cláudia Cristovão
- Produtora Fotografia** Michele Demoustier
- Pós-Produção Fotografica** Fotosete

O Homem que não conseguiu respirar.

Mais uma misteriosa constipação solucionada por Vicks.

Disputa vez, tudo parecia perdido. Garganta inflamada, nariz entupido, tosse persistente... Era como se estivesse atirado dentro de uma lata e pressionado contra o tampo. E foi lá no meio do desespero que se lembrou do que tinha ouvido na família sobre a grande Vicks VapoRub. VapoRub, VapoRub, e o tempo passou. Sabores e eficazes no combate e travas com as constipações, os únicos que lhe garantiram um alívio rápido. Agora que tinha a solução em frente dos olhos, já podia combater todos aqueles terríveis sintomas. Vencer! **VICKS. Desde sempre, a solução eficaz contra a constipação.**

Propriedade intelectual de Vicks VapoRub e Vicks VapoRub. Se a utilização posterior causar problemas, não se responsabiliza a Vicks VapoRub. Marca da Vicks VapoRub.

A MULHER QUE SUFOCAVA.

Mais uma misteriosa constipação solucionada por Vicks.

Desde aquela noite em que enfiou um bocadinho de Iri, ela sentiu-se assim: sem conseguir respirar. Com o nariz completamente entupido, como se tivesse o sistema respiratório bloqueado. Constipada como estava, sentia-se fraquejar quando deitou, subitamente, reagiu: não poderia a violência daquela constipação! O Dr. Vapores da família Vicks VapoRub, que podia ajudá-la a obter um alívio rápido e curador. Amarrada à sua tosse a coragem, esticou um pouco mais a mão para a direita! **VICKS. Desde sempre, a solução eficaz para a constipação.**

Propriedade intelectual de Vicks VapoRub e Vicks VapoRub. Se a utilização posterior causar problemas, não se responsabiliza a Vicks VapoRub. Marca da Vicks VapoRub.

Amarrada à Constipação.

Mais uma misteriosa constipação solucionada por Vicks.

Era sempre assim: quando começava o tempo de chuva, o Iri, as primeiras ventanhas, ela era inevitavelmente apinhada nas malhas dos Agentes da Constipação. Eram domas de garganta, tosse, nariz a pingar... De mãos e pés atados, sentia-se o pior possível. Era sempre quando repetiu para a solução, aliás, estava lá no seu diazote. O nariz fêz, na verdade, de Vicks VapoRub, portão para descongestionar as vias aéreas superiores. Já pôde a acabar com tosse e seca. Não havia por que hesitar: esticou a mão e não o mala que pôde, a preparou-se para respirar livremente outra vez. **VICKS. Desde sempre, a solução eficaz contra a constipação.**

Propriedade intelectual de Vicks VapoRub e Vicks VapoRub. Se a utilização posterior causar problemas, não se responsabiliza a Vicks VapoRub. Marca da Vicks VapoRub.

É ao contrário do que a maioria das pessoas pensam e o Alentejo não produz só bons vinhos tintos. Produz brancos também. Os Vinhos do Alentejo, brancos e tintos, constituem uma das maiores riquezas vinícolas do nosso país. Os brancos, pela sua suavidade, elegância de corpo e frescura de aroma. Os tintos, pelo equilíbrio, suavidade, riqueza de cor e muito corpo. As regiões de Portalegre, Beja, Badajoz, Trancoso, Évora, Moura e Grão-Alentejo, com a sua típica arquitectura em branco, são as principais produtoras dos Vinhos do Alentejo, Brancos e tintos.

Ao contrário do que parece, o Alentejo não é todo branco. É também tinto.

Mais que contentimento, sauderia.

Vinhos do Alentejo

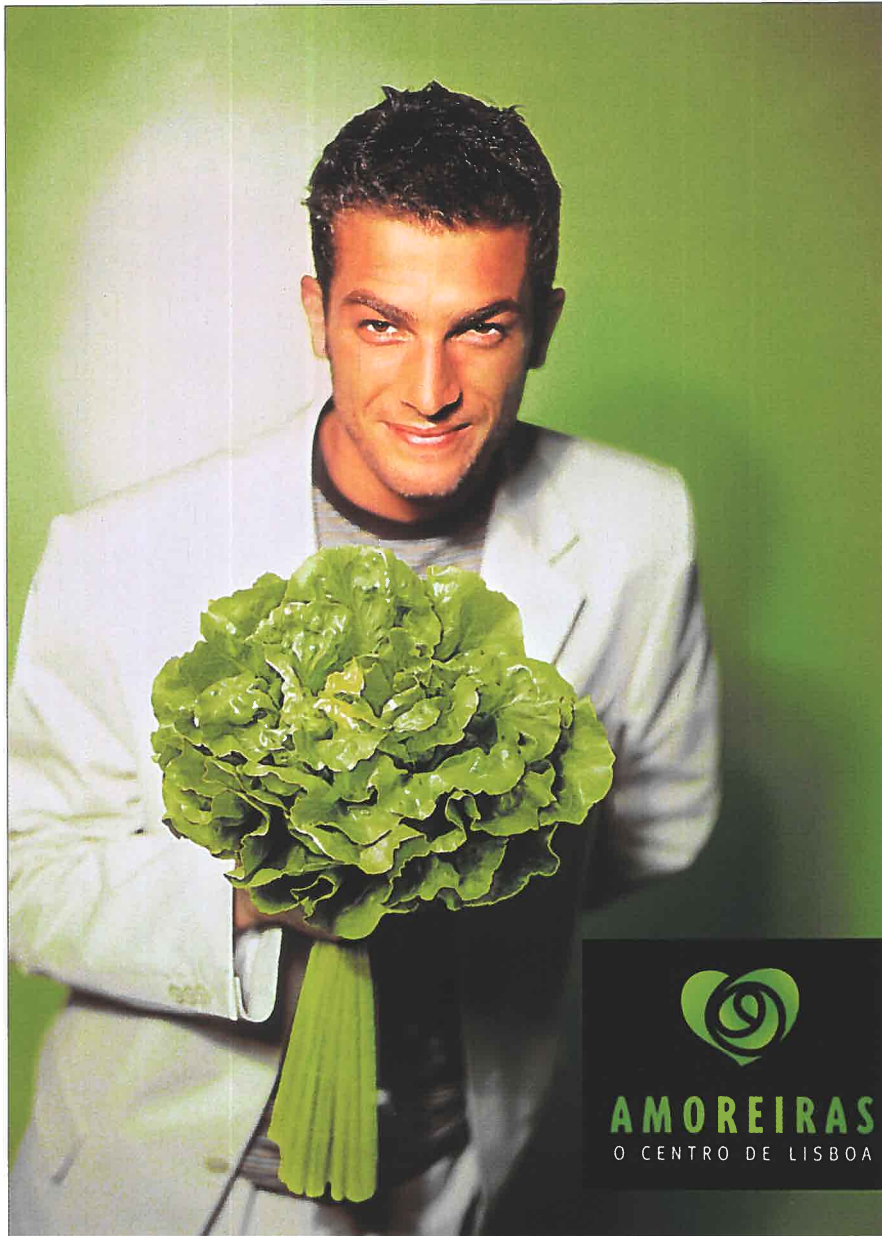
Headline: Ao contrário do que parece, o Alentejo não é todo branco. É também tinto.

Headline: Contradicting what is seen, Alentejo is not all white. It is also (burgundy) red.



Prémio Técnico Technique Award
Melhor Fotografia Best Photography

Fotografia	Doug Currie
Agência	Nova Publicidade
Título	Monsaraz
Anunciante	C.V.R.A-Vinhos do Alentejo
Director Criativo	Judite Mota Pedro Ferreira
Director de Arte	João Coutinho
Redactor	Tiago Guedes
Produtor Fotografia	Gabriela Nogueira



Prémio Técnico Technique Award
Melhor Ilustração Best Illustration

Manipulação Kenton Thatcher

Agência Abrinício

Título
"Bouquet"
"Tatoo"
"Dia dos Namorados"
"Cabeleira"
"Anel"
"12º Aniversário"
"Dia do Pai"

Anunciante Mundicenter

Director Criativo João Nuno Pinto

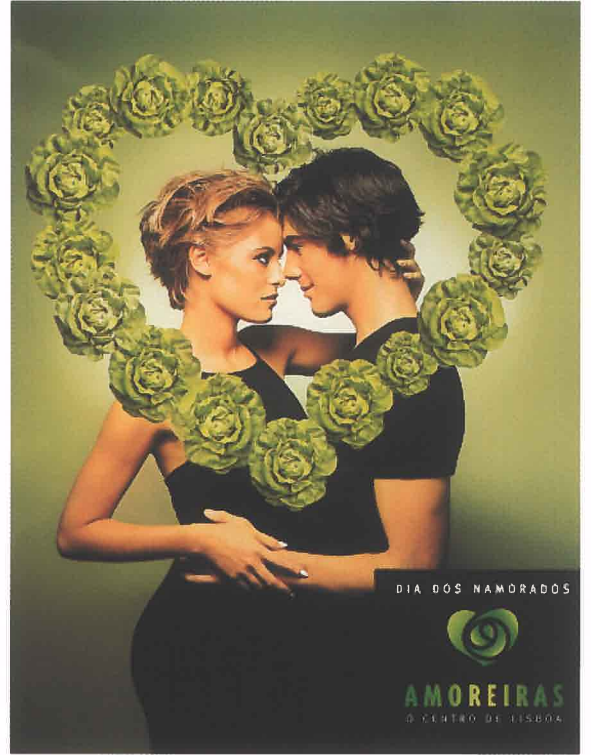
Director de Arte
Alberto Faria
João Nuno Pinto
João Graça

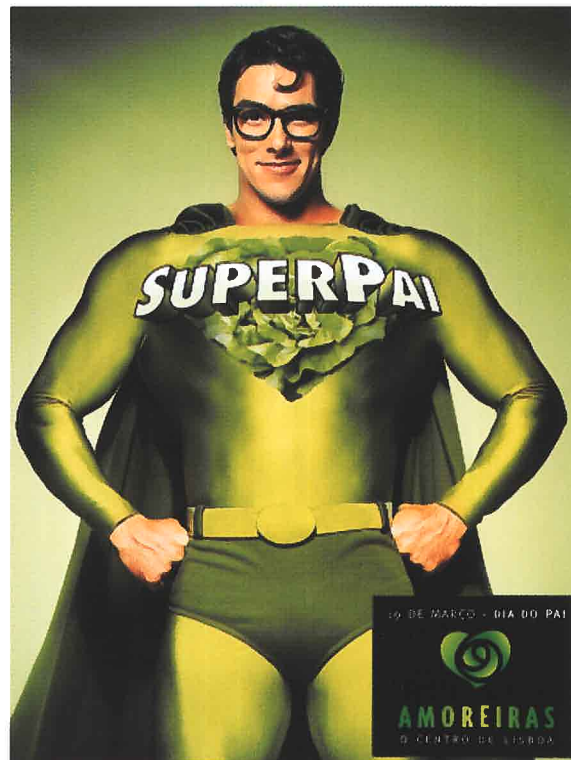
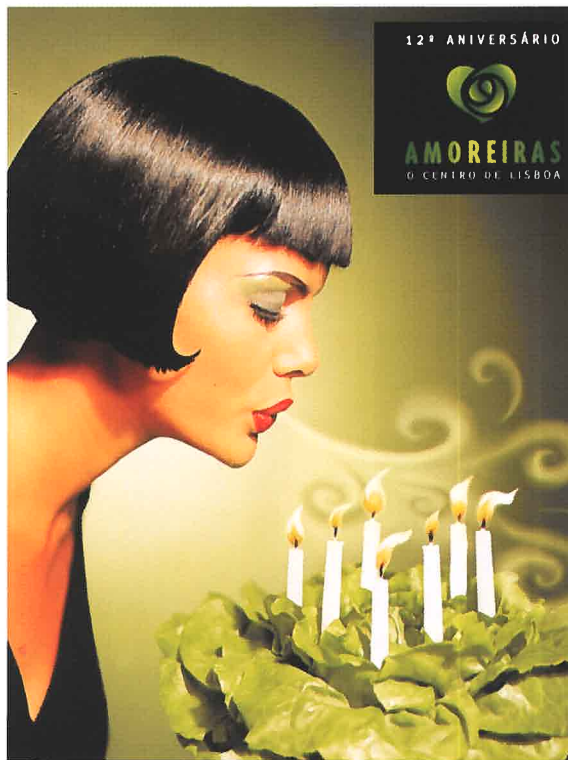
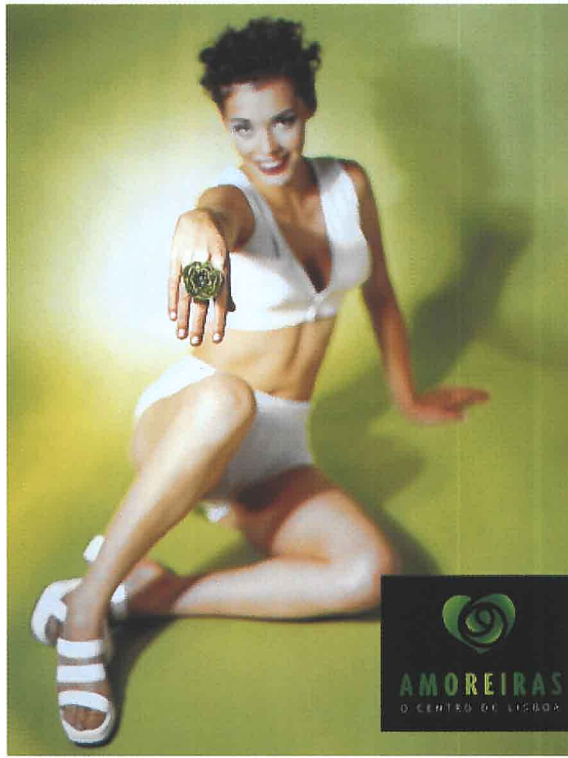
Redactor Margarida Nóbrega

Produtor Fotografia Kenton Thatcher

Baseline: Amoreiras
The Center Of Lisbon

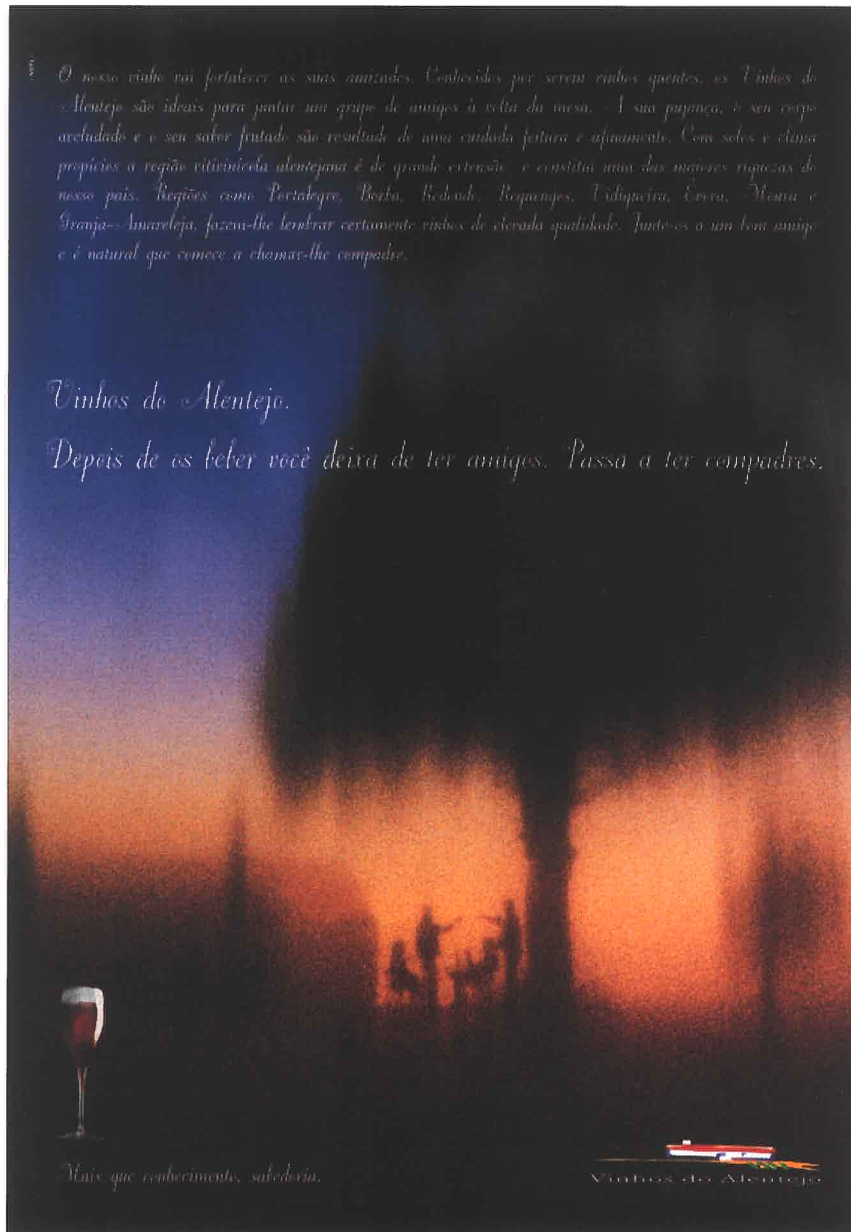
Notes:
Because of its privilege site
and age, Amoreiras Shopping
Center, is the Center that lies
in the heart of Lisbon and it's
inhabitants, nicknamed as
"little lettuces".





O nosso vinho vai fortalecer as suas amizades. Conhecidas por serem vinhos quentes, os Vinhos do Alentejo são ideais para jantar um grupo de amigos à volta da mesa. A sua personalidade, o seu corpo arredondado e o seu sabor frutado são resultado de uma vinhaada festiva e afinamento. Com sol e clima propícios a região vitivinícola alentejana é de grande extensão e constitui uma das maiores riquezas do nosso país. Regiões como Portalegre, Beira, Redondo, Beja, Évora, Moura e Fronteira-Amareleja, fazem-lhe lembrar certamente vinhos de elevada qualidade. Junto-os a um bom amigo e é natural que comece a chamar-lhe compadre.

Vinhos do Alentejo.
Depois de os beber você deixa de ter amigos. Passa a ter compadres.



Mais que reconhecimento, sabedoria.

Vinhos do Alentejo

Headline: Vinhos do Alentejo.
Depois de os beber você deixa de ter amigos. Passa a ter compadres.

Headline: Alentejo Wines.
 Once you drink you'll have no more friends, only buddies.



Prémio Técnico Technique Award
Melhor Fotografia Best Photography

Fotografia Doug Currie

Agência Nova Publicidade

Título Compadres


Anunciante C.V.R.A-Vinhos do Alentejo

Director Criativo Judite Mota
 Pedro Ferreira

Director de Arte João Coutinho


Redactor Tiago Guedes

Produtor Fotografia Gabriela Nogueira




www.honda.com.br

Civic 5 portas Select. Agora ainda mais luxuoso.



HONDA



PERFORMANCE

Headline: **Civic 5 portas. Agora ainda mais luxuoso.**

Headline: Civic 5 doors. Now with more luxury items.



Série especial limitada.

De fora já se vê que o Civic 1.4i Select é de uma categoria à parte. Todos os detalhes exteriores, incluindo pára-choques, retrovisores e puxadores das portas são pintados na cor da carroçaria. Por dentro, o bom gosto, espaço e conforto que só a incomparável qualidade de construção Honda pode oferecer. E a segurança também é um luxo. O Civic Select vem equipado com travões ABS, Airbag para condutor e passageiro e encostos de cabeça traseiros. É claro que você pode ter tudo isto num automóvel vulgar. Basta pagar, pagar e pagar por cada extra. Venha conhecer o Civic 5 portas 1.4i Select no seu concessionário Honda.



Prémio Técnico Technique Award
Melhor Fotografia Best Photography

Fotografia Desmond Burdon

Agência Ammirati Puris Lintas

Título Hotel

Anunciante Honda

Director Criativo Leandro Alvarez

Director de Arte Paulo Diehl

Redactor Leandro Alvarez

Produtor Fotografia Carlos António
Rui Paz



Honda Civic 5 portas. Agora com mais cavalos.



ABS e duplo airbag de série

O Civic 5 portas tem agora novos motores VTEC: 114cv e 169 cv. E como a segurança é um assunto que a Honda trata com rédeas curtas, todas as versões estão equipadas com duplo airbag e ABS de série. Mas as mudanças não param aí: o visual com nova grelha e um novo "H" mostra que o Civic 5 portas é realmente de uma raça superior. Dirija-se a um concessionário Honda para conhecer o Civic 5 portas. Vai ver que os outros automóveis terão que saltar muitos obstáculos para chegar perto dele.

<http://honda.pt>

Motora	Pooficia	P.V.P. recomendado*
1.4	90 cv	3.320.000\$
1.5	114 cv	3.670.000\$
1.6	116 cv	4.410.000\$
1.8	169 cv	5.460.000\$

* Inclui transporte e acessórios



HONDA

Primeiro o homem, depois a máquina.

Headline: **Honda Civic 5 portas. Agora com mais cavalos.**

Headline: Honda Civic 5 doors. Now with more horse power.



Prémio Técnico Technique Award
Melhor Fotografia Best Photography

Fotografia Desmond Burdon

Agência Ammirati Puris Lintas

Título Cavalos

Anunciante Honda

Director Criativo Leandro Alvarez

Director de Arte António Belchior
Gezo Marques

Redactor Leandro Alvarez
Luciana Cardoso

Produtor Fotografia Carlos António
Rui Paz

Pós-Produção Alchemy

NOW WITH TMN
IT'S CHEAPER
TO TALK WITH
THE OTHER SIDE
* OF THE WORLD



Mais perto do que é importante

(*) Agora com a TMN é mais barato falar para o outro lado do mundo Para a Ásia: o custo por minuto de uma chamada é agora de 22090-1/A e para a África do Sul de 330600-1/A nos Países Personalizados de Fretos

Headline: Now with TMN it's cheaper to talk with the other side of the world

Finalista Shortlist

Agência TBWA EPG

Título Australiano

Anunciante TMN

Responsável no Cliente Margarida Cunha

Director Criativo Pedro Bidarra

Director de Arte Joana Arez

Redactor Margarida Matildes

Director de Contas Sofia Belo

Produtor Gráfico Luís Miguel

Pós-Produtor Grafiseis

De 26 a 30 de Agosto, reserve bilhetes para a sessão das 22-45h na RTP 2 e veja bom cinema sem intervalos. Todas as semanas com um tema diferente. Sempre escolhido a dedo.

Vida Nova (Dodge City)

Duelo ao Sol

Rio Bravo

Chegou a Tua Hora (Rose of Cimarron)

Alamo

UMA SEMANA DE COWBOYS

5 NOITES
5 FILMES

O Bom Cinema Sempre à Mão

Headline: **Uma semana de cowboys**

Headline: A week with cowboys

Finalista Shortlist

Agência Young & Rubicam Portugal

Título Western

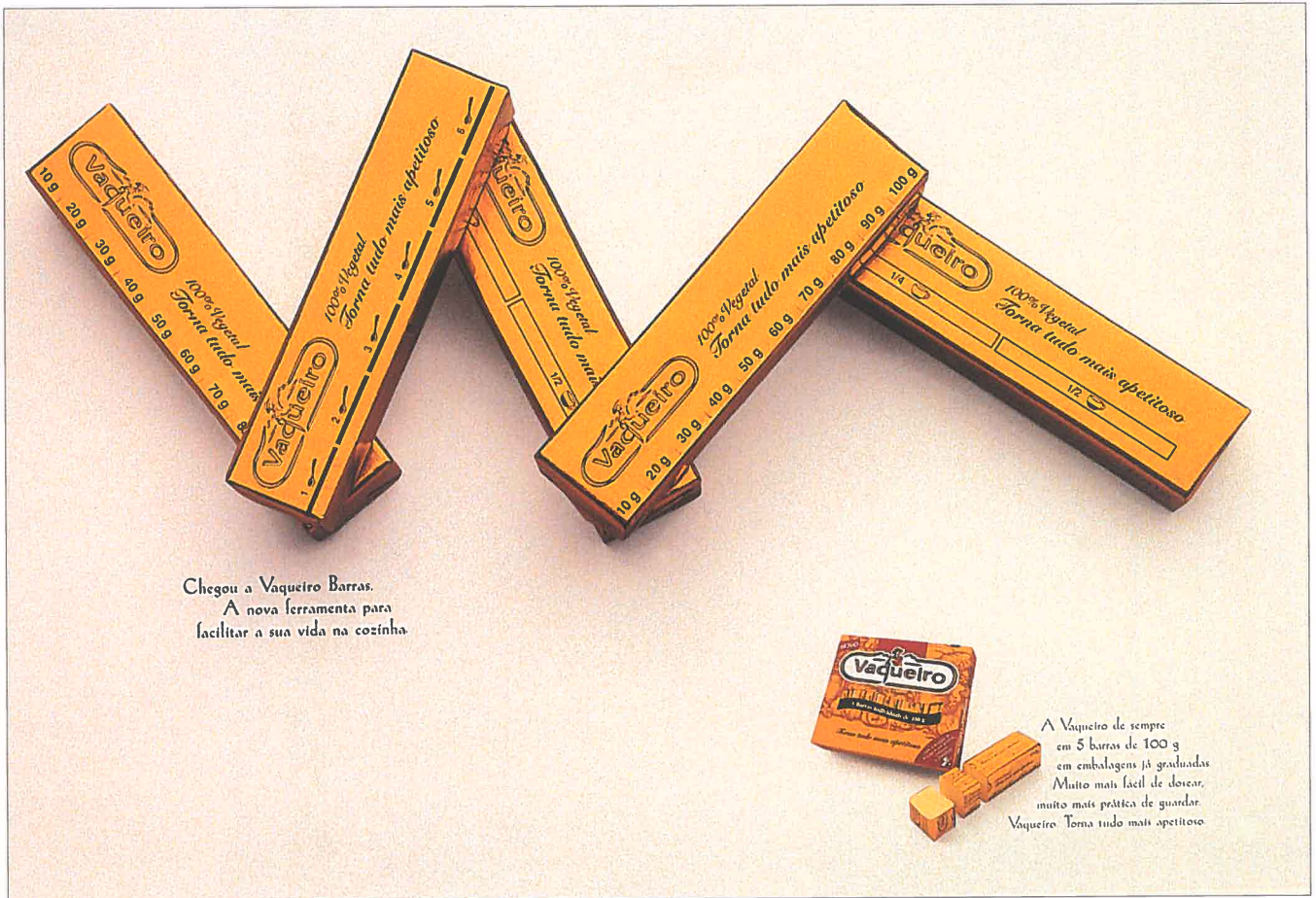
Anunciante RTP

Director Criativo Elisabete Vaz Mena
Cristiano Zancuoghi

Director de Arte Cristiano Zancuoghi

Redactor Elisabete Vaz Mena

Pós-Produtor Picto
Bomba H



Chegou a Vaqueiro Barras.
A nova ferramenta para
facilitar a sua vida na cozinha.

A Vaqueiro de sempre
em 5 barras de 100 g
em embalagens já graduadas.
Muito mais fácil de dosar,
muito mais prática de guardar.
Vaqueiro. Torna tudo mais apetitoso.

Headline: Chegou a Vaqueiro Barra. A nova ferramenta para facilitar a sua vida na cozinha.

Headline: It's never been easier to measure margarine.

Finalista Shortlist

Agência Ammirati Puris Lintas

Título Fita Métrica

Anunciante Fima

Director Criativo Leandro Alvarez


Director de Arte António Belchior

Redactor Luciana Cardoso
Leandro Alvarez

Produção Carlos António
Rui Paz


Pós-Produtor GPI

Fotografia Francisco Prata



Petrogal Lights.

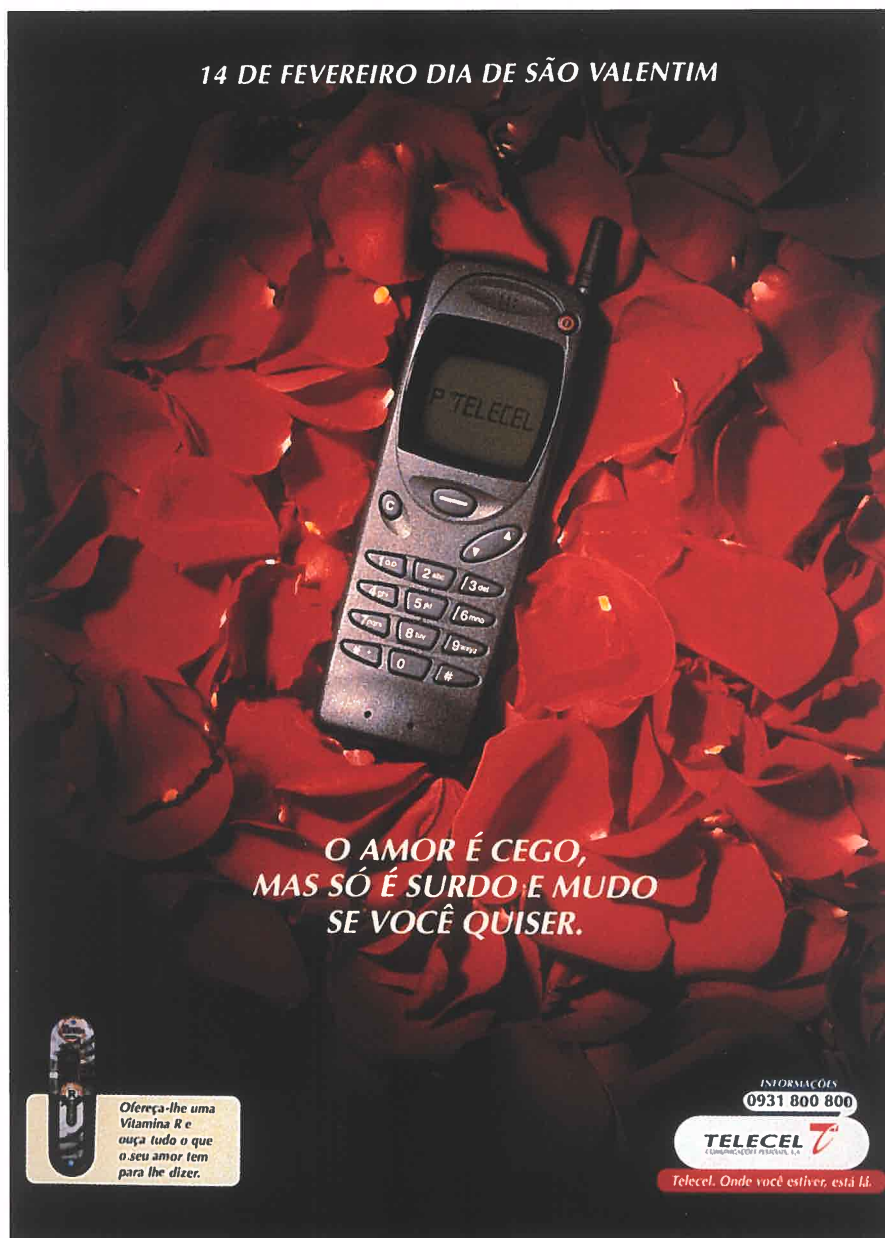
Com o objectivo de preservar o meio ambiente, a Petrogal sempre fez pesados investimentos. Exemplo disso são as obras de melhoramento nas Refinarias do Porto e de Sines no valor de 30 milhões de contos. E não nos preocupamos apenas com o meio ambiente. Preocupamo-nos com todo o ambiente. Por isso, para a Petrogal, investir no ambiente tornou-se num hábito. Ou melhor, num vício saudável.

 **Petróleos de Portugal**
Petrogal, sa.


Finalista Shortlist

Agência	J. Walter Thompson Publicidade, S.A.
Título	Petrogal Lights
Anunciante	Petrogal
Director Criativo	Anselmo Cândido
Director de Arte	Pedro Magalhães
Redactor	Carlos Silva
Pós-Produtor	Jaime Graça
Fotografia	Fábio Praça

14 DE FEVEREIRO DIA DE SÃO VALENTIM



O AMOR É CEGO,
MAS SÓ É SURDO E MUDO
SE VOCÊ QUISER.

 Ofereça-lhe uma Vitamina R e ouça tudo o que o seu amor tem para lhe dizer.

INFORMAÇÕES
0931 800 800

TELECEL
COMUNICAÇÕES PERSONAL, S.A.

Telecel. Onde você estiver, está lá.

Headline: 14 de Fevereiro dia de São Valentim. O amor é cego, mas só é surdo e mudo se você quiser.

Headline: 14th February Valentine's Day. Love is blind, but only deaf and dumb if you want to.

Finalista Shortlist

Agência Young & Rubicam Portugal
Título Dia dos Namorados
Anunciante Telecel
Director Criativo Elisabete Vaz Mena
Cristiano Zancuoghi
Director de Arte João Coutinho
Redactor Rui Soares
Pós-Produtor Sais de Prata

**COM LUBRIFICANTES INDUSTRIAIS GALP
O SEU DINHEIRO NÃO PÁRA DE TRABALHAR.**



Os lubrificantes industriais Galp actuam de duas maneiras. Mantêm a saúde das suas máquinas e a saúde do seu negócio. Claro que uma coisa está ligada com a outra. Para que você ganhe dinheiro as suas máquinas não podem parar. Para que não parem são

necessários lubrificantes de qualidade (com certificação internacional) e uma rápida assistência técnica. E aqui somos imbatíveis. A Galp tem o mais moderno laboratório de lubrificantes da Península Ibérica, e o único em Portugal. Resultado? Sempre que há um imprevisto

nos estamos em condições de mais rapidamente fazer o diagnóstico, e apresentar a solução. E graças à qualidade dos lubrificantes e à uma assistência técnica sempre a postos, que a Galp é a única a garantir que as suas máquinas não param de fazer dinheiro



Headline: **Com lubrificantes industriais Galp o seu dinheiro não pára de trabalhar.**

Headline: With Galp industrial lubricants your money never stops working.

Finalista Shortlist

Agência TBWA EPG

Título Moedas

Anunciante Petrolgal

Responsável no Cliente António Túlio

Director Criativo Pedro Bidarra

Director de Arte José Heitor

Redactor Pedro Bidarra

Director de Contas Maria do Céu Correia

Produtor Gráfico Luís Barreiro

Fotografia Alexander Koch

Pós-Produtor Grafiseis

© 2001 Honda

Motora	Potência	P.V.P. recomendada*
1.6	90cv	149.900,00
1.8	110cv	169.900,00
1.8i	130cv	189.900,00
1.8i	150cv	209.900,00
1.8i	170cv	229.900,00

Porque sabemos que as melhores sensações devem ser partilhadas, a Honda apresenta o Civic Aero deck. Um familiar de carácter desportivo, impressionante sob todos os aspectos. Motor 1.8 DOHC VTEC, 169 cv.



Só vai perceber que é um automóvel familiar por alguns pequenos detalhes do exterior.

8,9 segundos 0-100 km/h. Suspensão de duplos braços, submóveis, ABS e direção Airbag de série. E mais espaço interior! Quanto ao exterior está tudo à vista. Apesar de não parecer um automóvel familiar, tudo foi pensado para que possa desfrutar com a família cada momento com o máximo prazer.

Novo Honda Civic Aero deck

Tão excitante que nem parece um automóvel familiar.



Headline: **Só vai perceber que é um automóvel familiar por alguns pequenos detalhes do exterior.**

Headline: You know it's a family car if you see the details.

Finalista Shortlist

- Agência** Ammirati Puris Lintas
- Título** Aliança
- Anunciante** Honda
- Director Criativo** Leandro Alvarez
- Director de Arte** António Belchior
- Redactor** Leandro Alvarez
Luís Jorge
- Produção** Carlos António
Rui Paz
- Pós-Produtor** Fotosete
- Fotografia** Arquivo Honda
Humberto Vital

The advertisement features a central image of Albert Einstein's head and face superimposed onto a highly muscular, athletic body. He is wearing brown briefs and standing in a classic bodybuilding pose. In the top right corner, there is a logo for 'CEREBRUM FORTE' with a brain graphic and the text 'FORTIFICA DOS PÉS À CABEÇA.' Below the main image, at the bottom left, is the 'NATIRIS' logo. At the bottom center, there is a line of text: 'Reconstituinte físico e intelectual com cerosomas. 100% natural.'

Headline: **Fortifica dos pés à cabeça**

Headline: It makes you stronger from head to toe

Finalista Shortlist

Agência TBWA EPG

Título Einstein

Anunciante Natiris

Responsável no Cliente Luís Filipe João

Director Criativo Pedro Bidarra

Director de Arte José Heitor
Joana Arez

Redactor Gonçalo Morais Leitão
Pedro Bidarra

Director de Contas Paula Vidal

Produtor Gráfico Luís Miguel

Pós-Produção Grafiseis

Fotografia Imagem Arquivo



Headline: **Primeiro fulmina. Depois ouve-se o barulho. Bum!**

Headline: **First the strike. Then the sound. Bum!**

Finalists Shortlist

Agência	Ammirati Puris Lintas
Título	Raio
Anunciante	Triumph
Director Criativo	Leandro Alvarez
Director de Arte	Pedro Magalhães
Redactor	Leandro Alvarez Maria Pedro Figueiredo
Produção	Carlos António Rui Paz
Pós-Produtor	Alchemy Fotosete
Fotografia	Frank Herholdt Arquivo



Leandro Alvarez
presidente do júri

TV · CinemaTV and Cinema



Newton Pacheco



Judite Mota



Cristina Borges



João Espírito Santo



Elisabete Vaz Mena



Alexandra Quadros



Zeca Rodrigues



Pedro Caixado



Vasco Condessa

02:51:57

A categoria de
Televisão/Cinema é
patrocinada por:

Television/Cinema
category is
sponsored by:

IMAGE BANK
IMAGE BANK



O Alentejo é a região de Portugal mais conhecida pela calma dos seus habitantes. Um rapaz a andar de bicicleta saúda um velhote que demora exageradamente a responder.

(Alentejo is a portuguese region where the people are known to be very calm and patient, and where everything takes it's time to be done, without rush or stress.)

Video
Imagem do Ti Manel sentado junto a uma parede enquanto um rapaz de bicicleta passa e o cumprimenta.

Video
A boy riding a bicycle says hello to an old man (named "Ti Manel") sited on the sill.



Audio
- Boa tarde Ti Manel!

Audio
- Good afternoon Ti Manel!

Video
O Ti Manel fica impávido e sereno como se nada tivesse acontecido. Passado um tempo considerável acena e responde ao cumprimento.

Video
Ti Manel stands undisturbed, taking a long time to answer back the compliment.

Audio
- Good afternoon Chiquinho!

VO
Like so many good things in Alentejo, our wines are done without any rushes.



Audio
- Boa tarde Chiquinho!

Audio/VC
Como tantas coisas boas nesta região, os vinhos do Alentejo fazem-se sem grandes pressas.

PackShot
Vinhos do Alentejo mais que conhecimento, sabedoria.



OuroGold

Agência Nova Publicidade

Título Sem Pressas

Anunciante C.V.R.A-Vinhos do Alentejo

Director Criativo Judite Mota
Pedro Ferreira

Director de Arte João Coutinho

Redactor Tiago Guedes

Produtor RTV Gabriela Nogueira

Produtora A Filmar

Produtor Carlos Reis

Realizador Joaquin Soler

Director de fotografia Joaquin Soler

Banda Sonora Índigo



SFX
Sons de campo.

SFX
Countryside sounds.

Video
Numa paisagem rural, uma mulher escreve qualquer coisa numa vaca. Quando acaba, dá uma palmada na vaca e manda-a embora.

Video
In the countryside a woman writes something on a cow. Then she hits the cow on the back and sends her away.

Audio
"Vai vaca vai!"

Audio
"Go away now".

Video
Em passo acelerado a vaca corre monte fora.

Video
The cow runs uphill.

Super
Agora, na Madeira para falar com quem quiser basta usar o seu Telecel. Telecel. Onde você estiver, está lá.

Super
Telecel. Wherever you are, it's there.

Video
A vaca pára perto de um agricultor, que lê a mensagem - Vem jantar!. E responde, escrevendo - Vou já!. Bate na vaca e manda-a embora.

Video
The cow stops near a farmer who reads the message the woman had written that said: "Dinner is ready!". He answers back by writing on the cow "I'm coming". Then he hits the cow on the back and sends her away.



OuroGold

Agência Young & Rubicam

Título Vaca

Anunciante Telecel

Director Criativo Elisabete Vaz Mena
Cristiano Zancuoghi

Director de Arte Joana Areal

Redactor Teresa Azevedo

Produtor RTV Sandra Ribeiro

Produtora Kripton

Produtor João Vilela

Realizador Paulo Carboila

Director de fotografia Luís Branquinho

Banda Sonora Digital Mix



Video
Vemos um Alentejano a descansar, enquanto prepara um Royco Cup-a-Soup. Ele fala para a câmara, com o ar lento e sossegado.

Video
 An Alentejano (native of the Alentejo region in the south of Portugal, known for their "very slow" way of doing things) speaks on camera with his typical pronunciation.

Alentejano:
A minha vida é muito agitada.
Há momentos em que fico cansado e com fome.
Aí páro tudo e tomo um Royco Cup-a-Soup.
É só juntar a água quente e mexer...
que é o que me dá uma grande trabalheira...
Mas, vale bem o sacrifício.
É que fica-se logo pronto para a loucura do dia-a-dia!

M.V.
 My daily life is very busy
 Once in a while I get tired and hungry.
 So I stop doing everything and I drink a Royco Cup-a-Soup
 This is the really exhausting part
 But you'll see it's worth it!



Video
 The Alentejano take in the mug with Royco Cup-a-Soup and tastes it.

Locutor:
Se até ele precisa de uma pausa de vez em quando, imagine você. Royco Cup-a-Soup.

M.V.
 And you're ready for daily madness!

Packshot with a cup being stirred and product shot.



Alentejano:
É do caneco.

V.O.
 If even he needs a break once in a while, imagine you.
 Royco Cup-a-Soup
 It's great!

¹ Translator Note: The original text is "É do Caneco". Caneco means "great" in Portuguese, but it is also the masculine form of the word for "mug" (Caneca). This double meaning is easily understood, but loses its impact in an English translation.



PrataSilver



- Agência** Ammirati Puris Lintas
- Título** Alentejano
- Anunciante** Fima (Royco Cup-a-Soup)
- Director Criativo** Leandro Alvarez
- Director de Arte** António Belchior
- Redactor** Leandro Alvarez
Luís Jorge
- Produtor RTV** Ana Rondão
- Produtora** Diamantino Filmes
- Produtor** Alberto Rodrigues
- Realizador** Diamantino Ferreira
- Director de Fotografia** Luís Branquinho
- Banda Sonora** Digital Mix



Video

O filme começa com uma porta que se fecha. Na porta está escrito - Consumer Research -

Video

Open on a door being shut. In the door is written - Consumer Research -

Corta para uma sala escura. Ao fundo um homem sentado numa cadeira. Outro homem de bata branca está a hipnotizá-lo

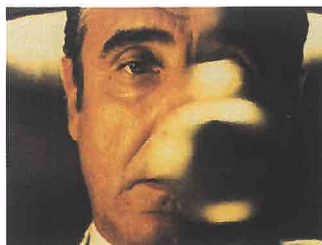
Cut to big dark room. A man seats on a chair. Another one dressed in white is hypnotising him.

MVO:

Lá no fundo, no fundo; lá bem no fundo o que é que você quer num automóvel?

MVO:

Deep, deep inside what do you want in a car? Cut to man under hypnosis. His eyes are wide opened and he starts shouting.



Corta para o homem hipnotizado, com o olhar fixo, começa a gritar.

Man:

Power mach, big power, VROOM, Speed. I want to be pushed against the seat when the turbo gets in. Take of and fly. Put those pedals on the floor and ripped up.

Homem:

Cavalos, cavalos. Muitos cavalos. VROOM Velocidade. Quero ficar colado ao assento quando o turbo dispara e descolar. Quero chegar, ver, ultrapassar; e depois prego a fundo até bater nos duzentos...

Cut to fingers snapping and the man gets out of hypnosis. The man reassumes composure.

Man:

Essentially I want safety, comfort...

Corta para um estalar de dedos. O homem volta a si e reassume a compostura.

MVO:

Isn't this what we all want.



Homem:

Essencialmente quero segurança, conforto...

Cut to big plan of a Volvo S70 t-5 front side.

MVO:

Afinal não é isto que todos queremos?

MVO:

240 horses, 245 Km per hour, 7 seconds from 0 to 100. New Volvo S70 t-5. Deep, deep inside it's a Volvo.

Corta para plano frontal do Volvo S 70 t-5.

MVO:

240 Cavalos, 245 Km/h, 7 segundos dos 0 aos 100. Novo S70 t-5.

Super:

Logo Volvo

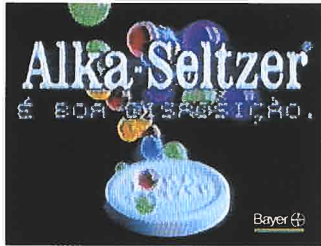
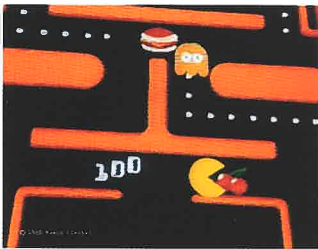
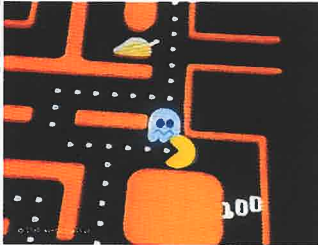
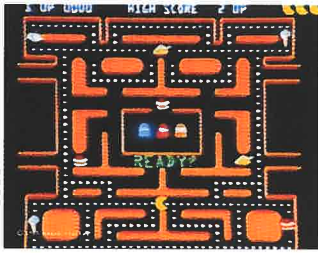
Lá no fundo no fundo é um Volvo

Pack shot:

Logo Volvo



Agência	TBWA EPG
Título	Hipnose
Anunciante	Auto-Sueco
Responsável no Cliente	Pedro Oliveira
Director Criativo	Pedro Bidarra
Director de Arte	José Heitor
Redactor	Pedro Bidarra
Director de Contas	Paulo Renato de Melo
Produtor RTV	Frederico Cerejeiro
Produtora	A Filmar
Produtor	Carlos Reis
Realizador	Joaquin Soler



Video

O personagem de video-jogos Pac-Man começa o seu percurso pelo labirinto. O objectivo é comer todos os alimentos que vão aparecendo. À medida que a refeição prossegue, o Pac-Man vai ficando cheio e perde velocidade, essencial para evitar os perseguidores. Nisto surge uma pastilha efervescente de Alka Seltzer. O personagem ganha novo fôlego, conseguindo acabar rapidamente o circuito.

Video

The video-game character Pac-Man starts his journey through the labyrinth. The aim is to eat all the food. As the meal proceeds he gets to full and starts to get slower and slower and speed is essential to avoid his persecutors. In a moment an Alka Seltzer pill shows up. Pac-Man get all right again and quickly finishes the game.

SFX

Video games sounds

SFX

Sons de video-jogos.

Audio

Alka Seltzer - And you're ready to restart.

Audio/Super

Alka Seltzer - É Boa Disposição.

PrataSilver



- Agência** BBDO Portugal
- Título** Pac-Man
- Anunciante** Bayer (Alka-Seltzer)
- Director Criativo** Jorge Teixeira
- Director de Arte** Quito
- Redactor** José Ricardo Monteiro
- Produtor RTV** Nuno Calado
- Produtora** Casa dos Filmes
- Produtor** Alvaro Barqueiro
- Realizador** Luís Palha
- Banda Sonora** Índigo



Video
Planos vários de situações reais vividas por diversas personagens no dia a dia. Todos os planos prendem-se com possíveis precalços e suas consequências, a poucos quilómetros

Video
 Various takes where different persons face possible accidents as they walk on the road.

Audio

Voz Off:
A cinco quilómetros por hora qualquer movimento inesperado pode ter consequências desastrosas. A maior velocidade, é bom que esteja bem protegido.

Audio
 At 5km/h any unexpected movement might have serious consequences. At greater speed make sure you are well protected.



Super
 Mercedes-Benz

Super
 Mercedes-Benz



PrataSilver



Agência Z Publicidade

Título Pessoas

Anunciante Mercedes Benz

Director Criativo José Carlos Campos

Director de Arte Miguel Coimbra

Redactor Ricardo Adolfo

Produtora Diamantino Filmes

Produtor Alberto Rodrigues
 Celina Moraes

Realizador Diamantino Ferreira

Director de fotografia Luís Branquinho

Banda Sonora Som de Lisboa



Video
Vemos um cão a olhar para a câmara.
Ouvimos uma voz de comando dizendo-lhe para se sentar mas o cão não reage.
Depois a voz diz-lhe para saltar. O animal não reage mas há uma pulga que salta logo para o chão.

Video
We see a dog staring at a camera.

Audio
We hear commands like "sit" and "catch" but the dog doesn't move.
Then the VO commands "jump" and a flea jumps from the dog's bag and smashes against the floor. The VO says that MASCOTE is the right command to kill fleas.



Audio
Senta!
Deita!
Ataca!
Salta!

Se quer livrar-se das pulgas do seu cão dê a ordem certa.
Mascote uma vida de cão para as pulgas.



PrataSilver



Agência Nova Publicidade
Título Cão
Anunciante Brandesco
Director Criativo Judite Mota
Pedro Ferreira
Director de Arte Paulo Diehl
Redactor Leandro Alvarez
Produtor RTV Frederico Cerejeiro
Produtora Krypton
Produtor João Vilela
Realizador João Matos
Director de Fotografia Ricardo Prates
Banda Sonora Play it Again



Video

Homem do serviço de entrega ao domicílio da Galp Gás sobe uma escada inclinada com uma bilha de gás às costas.

Corta para homem a tocar à campainha.

Corta para uma loira bonita que abre a porta em trajes menores.

Corta para uma casa de banho onde se vê os dois completamente nus a tomarem um duche quente. Enquanto ele lhe esfrega as costas aparece em grande plano do Diácono Remédios (Herman) e diz:

Herman:

Oh meus amigos valha-me Deus...

Num anúncio da Galp?

A marca é uma boa marca, as pessoas apreciam... e não...

Metam uma velhinha a cozinhar, agora isto?

Para mostrar que os homens estão sempre a postos a dar assistência ... técnica. Não havia necessidade!



Corta para um grande plano de uma bilha de Galp Gás.

MVO:

Galp Gás. Sempre a postos, a todo o Gás.

Corta de novo para o filme

Herman:

Qualquer dia estão a fazer trocadilhos com a palavra bilha.



Video

Film starts with a man from the Galp delivery service climbing a huge stair with a gas bottle on his back.

Cut to man ringing the bell

Man:
It's the Gas!

A beautiful blonde, wearing nothing but underwear opens the door and invites him in.

Cut to a bathroom where both of them are seen completely naked taking a hot shower. While the man rubs her back, a censor interrupts the film saying.

Homem:

Friends, Friends!

For goodness' sake...

In an advert for Galp?

It's a good brand, people respect it and don't...

Show a little old lady cooking?

But this?

To show that man are always ready to give a

little technical assistance?

There's really no need!

Cut to a big plan of a bottle of home Galp gas.

MVO:

Galp Gas: always ready!

Cut back to the film.

Homem:

Any day now they'll be making smully jokes about men delivering to other man.



Bronze

Agência

TBWA EPG

Título

Duche

Anunciante

Petrogal

Responsável no Cliente

António Túlio
Manuel Aguiar

Director Criativo

Pedro Bidarra

Director de Arte

Pedro Caixado

Redactor

Gonçalo Morais Leitão

Director de Contas

Maria do Céu Correia

Produtor RTV

Isabel Rosa

Produtora

Companhia de Filmes

Produtor

Manuel Rosa

Realizador

Zeca Rodrigues

Video

Video

Audio

Se tem falta de memória...

Audio

Is your memory failing you?

Audio

Tome 36 destas!

Audio

Take 36 of these!

Audio

Para mais tarde recordar.

Audio

So you'll remember later on.



BronzeBronze

Agência J. Walter Thompson Publicidade, S.A.

Título Memórias

Anunciante Kodak

Produto Kodak Gold

Director Criativo João Espírito Santo

Director de Arte Duarte Pinheiro de Melo

Redactor Tiago Baltazar

Produtor RTV João Alexandre

Produtora Lisboa Capital

Produtor Alberto Rodrigues

Realizador Paulo Morelli

Director de Fotografia Luís Branquinho

Banda Sonora Play it Again



"Aí paro logo tudo e tomo um Royco Cup-a-Soup."

" - Esta vida de Sultão é muito agitada."



"É que fica-se logo pronto...
...para a loucura do dia a dia!"

" Há momentos em que fico cansado e com fome."



"É do caneco!"

Video

O anúncio é uma sátira aos filmes mudos dos anos 20. Vemos um sultão bon-vivant que não faz nada o dia todo além de ser adulado pelas suas dançarinas do ventre. Ele fala para a câmara sem emitir nenhum som, enquanto surgem os tradicionais letterings com o seu texto:

Letterings:

A minha vida é muito agitada. Há momentos em que fico cansado e com fome. Aí paro tudo e tomo um Royco Cup-a-Soup. É só juntar a água quente e mexer... que é o que me dá uma grande trabalhadeira... Mas, vale bem o sacrifício. É que fica-se logo pronto para a loucura do dia-a-dia!

Locutor

Se até ele precisa de uma pausa de vez em quando, imagine você. Royco Cup-a-Soup. É do caneco.

Video

The ad is a satire to the silent movies from the twenties. We see a sultan, "bon vivant", that doesn't do anything all day long besides being flattering by his bellydancers. He speaks to the camera without any sound, while it appears the traditional letterings with the text:

Letterings:

This Sultan life is very busy. Once in a while I get tired and hungry. So, I stop doing everything and I drink a Royco Cup-a-Soup. All I have to do is add hot water and stir... this is the really exhausting part. But you'll see it's worth it. And you're ready for daily madness!

Announcer:

If even he needs a break once in a while, imagine you. Royco Cup-a-Soup. It's great!



Bronze Bronze

Agência

Ammirati Puris Lintas

Título

Sultão

Anunciante

Fima (Royco Cup-a-Soup)

Director Criativo

Leandro Alvarez

Director de Arte

António Belchior

Redactor

Leandro Alvarez
Luís Jorge

Produtor RTV

Ana Rondão

Produtora

Diamantino Filmes

Produtor

Alberto Rodrigues
Celina Morais

Realizador

Diamantino Ferreira

Director de Fotografia

Luís Prates

Banda Sonora

Som de Lisboa



Video
Grande plano de uma deliciosa mesa de pequeno-almoço. Plano do queijo Limiano.

Video
Close up of a delicious breakfast table. Camera shows red cheese.

MVO:
Este é de todos os flamengos o mais... Feio

MVO:
Of all the red cheeses this is the... ugliest.

Corta para grande plano de uma mão a apalpar o queijo.

Cut to a close up of a hand squeezing the cheese.

MVO:
Repare na sua forma tosca.

MVO:
Look how lumpy it is



Corta para grande plano do queijo mostrando a sua textura e cor.

Cut to close up on the cheese showing texture and colour

MVO:
De todos os flamengos vermelhos e luzidios este distingue-se pela sua cor... pálida, cor-de-rosa.

MVO:
For a red and shining cheese these one is... pale and pinkie.

Corta para grande plano da faca a cortar uma fatia de queijo.

Cut to a knife slicing a bit of cheese.

MVO:
A sua textura é ... mole daí ser muito, muito difícil de cortar.

MVO:
It's soft to touch and that makes it very difficult to slice.



Corta para homem com um nariz grande a cheirar o queijo.

Cut to a man with a big nose smelling the cheese

MVO:
O seu cheiro é ... forte

MVO:
It smells of... cheese.

Corta para homem a morder uma sande de queijo.

Cut to a man biting a cheese sandwich.

MVO:
Por tudo isto, Limiano é dos poucos flamengos que sabe mesmo a queijo.

MVO:
Because of all these, Limiano is one of the few Red cheeses that really tastes like cheese.

Corta para logotipo Limiano

Cut to Limiano's logo.

MVO:
Limiano. O Flamengo que é queijo.

MVO: Limiano the cheese that is... cheese!



BronzeBronze

Agência TBWA EPG

Título Feio

Anunciante Lacto Ibérica

Responsável no Cliente Frank Schnieders

Director Criativo Albano Homem de Melo
Sérgio Carvalho

Director de Arte Sérgio Carvalho

Redactor Albano Homem de Melo
Susana Sequeira

Director de Contas Cláudia Domingues

Produtor RTV Isabel Rosa

Produtora Diamantino Filmes

Realizador Ricardo Albiñana



Video
Em cima de um cenário neutro começamos a ouvir alguns versos de fado falado.

Audio
"Estava tudo à espera dela,
desde o mercado à viela,
desde o novo ao mais velhinho
E vai que surge tão bela,
Que os olhares são só para ela
Mal se cruzam no caminho.



Mas ela airosa e segura
Cremosa e cheia de brio
E Fula sai logo à procura
De quem a tire do frio
E a derreta no quente.
Então, a prova de amor
é finalmente chegada
Quando alguém levanta a
mão.....
E lhe espeta uma facada."

Super
Nova Margarina Fula. O bom sabor dos
alimentos.
Mais cremosa 100% Vegetal.



Facada 10"
Audio
"Mas o amor é cego e louco
Só um sabe-lhe a pouco
E lá vem mais embrulhada
Então veste-se de novo
Porque é Fula e é do Povo
E espera por outra facada."



Video
We see the product during the whole film. A package of margarine on top of a kitchen table.

Audio
"Estava tudo à espera dela,
desde o mercado à viela,
desde o novo ao mais velhinho
E vai que surge tão bela,
Que os olhares são só para ela
Mal se cruzam no caminho.

Mas ela airosa e segura
Cremosa e cheia de brio
E Fula sai logo à procura
De quem a tire do frio
E a derreta no quente.
Então, a prova de amor
é finalmente chegada
Quando alguém levanta a
mão.....
E lhe espeta uma facada."

Video
A kitchen knife appears on screen stabbing the margarine.



BronzeBronze

Agência Young & Rubicam Portugal

Título Facada

Anunciante Sovena

Director Criativo Elisabete Vaz Mena
Cristiano Zancuoghi

Director de Arte Cristiano Zancuoghi

Redactor Elisabete Vaz Mena

Produtor RTV Sandra Ribeiro

Produtora Nova Imagem

Produtor Bruno Pinhal

Realizador Alexandre Montenegro

Director de Fotografia Vitor Estevão

Banda Sonora Som de Lisboa



Video
Dois pescadores esperam pacientemente que algum peixe morda o isco. Enquanto isso vão falando:

Video
 Two fishermen wait patiently for some fish to take the bait. While waiting they talk to each other:



Audio
 - No outro dia apanhei um robalo que tinha no mínimo 2 metros.
 - Ah! É natural. Eu a semana passada apanhei um que não tinha menos de 7 metros.
 - Eu ontem apanhei um que tinha pr'á uns 7 metros e ainda consegui pagar a conta da água, da luz, do telefone e consultar o saldo.
 - Ó pá essa não acredito.
 - É verdade!
 - Não... o peixe ainda vá que não vá... agora o resto?!

Audio
 FISHERMAN 1: The other day I caught a huge fish that should be at least 2 metres long. It was this big (he opens his arms to exemplify).
 FISHERMAN 2: Doesn't surprise me! Last week I caught one that should be at least 4 metres long. (He opens his arms to exemplify while he's washing his car).
 FISHERMAN 1: You know what!? Yesterday I caught a fish so huge that I couldn't even carry it. It should be about 7 metres long. And while I was catching it I managed to pay the water, the electricity, the telephone and to check my account balance.
 FISHERMAN 2: Oh, come on, I don't believe that one!
 FISHERMAN 1: It's true!
 FISHERMAN 2: Well, I believe you catching the fish but as for the rest...
 FISHERMAN 1: Yes. Believe me!
 FISHERMAN 2: Then, swear it.
 FISHERMAN 1: But it's true!



Super
Agora, com o serviço Telemultibanco já pode efectuar o pagamento de serviços e consultar o seu saldo através do seu telemóvel. Telecel. Onde você estiver, está lá.

V.Off:
 With the new Telecel-ATM Service you can pay your bills and check your account balance using the mobile phone. If you're a Telecel Client.

Super
 Telecel. Wherever you are, it's there.



BronzeBronze

Agência Young & Rubicam Portugal

Título Pescadores

Anunciante Telecel

Director Criativo Elisabete Vaz Mena
 Cristiano Zancuoghi

Director de Arte Cristiano Zancuoghi

Redactor Elisabete Vaz Mena

Produtor RTV Sandra Ribeiro

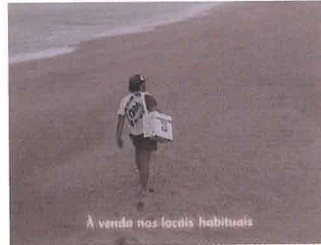
Produtora Diamantino Filmes

Produtor Alberto Rodrigues

Realizador Diamantino Ferreira

Director de Fotografia Ricardo Prates

Banda Sonora Digital Mix



Video

O filme começa com um bem-disposto vendedor de gelados, que vai gritando os seus pregões tradicionais.

Audio

Olh'ó Olá fresquinho!
É frut'ó chocolate!
Olh'ó gelado Olá.

Fresquinho, fresquinho, é o melhor que há!

Video

Quando o plano começa a abrir, percebemos que o homem está numa praia deserta em pleno Inverno.

Legenda

À venda nos locais habituais.

Video

Com o plano totalmente aberto, entra o logo e a assinatura.

Audio

(ao fundo, o vendedor continua a apregoar)

V.O.:

À venda nos locais habituais.
Olá. Quem gosta, gosta sempre.

Video

This film was made to encourage the ice-cream consumption during the Winter. So, it opens with a close-up of an ice-cream vendor shouting his familiar cries.

Audio

Fresh Olá!

I've got fruit or chocolate!

Refreshing, ree-freshing, it's simply the best!

Video

When the shot opens wide, we realise that the man is in a deserted beach, on a cold Winter day.

Lettering

This Winter, on sale in all the usual places.

Video

Over the wide opened shot, enters the logo and the claim.

Audio

(in the distance, the vendor keeps shouting)
V.O.:

This Winter, on sale in all the usual places.

Olá. Who loves it, loves it forever.



Bronze

Agência

Ogilvy & Mather, Portugal

Título

Olá

Anunciante

Iglo/ Olá

Director Criativo

José Manuel Abrantes
Nuno Viegas

Director de Arte

Mafalda Dinis

Redactor

Nuno Jerónimo

Produtor RTV

Paulo Batista

Produtora

Nova Imagem

Produtor

Bruno Pinhal

Realizador

Paulo Carboila

Director de Fotografia

António Magalhães

Banda Sonora

Digital Mix

Video

Este filme conta a história e as tradições do povo português. De norte a sul, é uma homenagem aos campos e ao mar, às pessoas que neles trabalham e às festas e rituais que perduram de geração em geração. A câmara mostra sentimentos únicos que revelam muitos anos de riqueza interior. E desta herança faz parte o azeite Gallo.

Video
This is a film which tells the story of the Portuguese people. Covering the country from north to south, this is a homage to the country and the ocean, its workers, festivities and rituals which endure, from generation to generation. The camera shows unique feelings and so many years of interior richness are revealed. From this heritage, "Gallo" olive oil pertains.

Audio

Original, inspirado no tema tradicional "Ó rama, ó que linda rama!"

Audio
Original, inspired in the Portuguese traditional song "Ó rama, ó que linda rama!".

Legenda:

A Alma de um povo é tudo o que lhe dá vida.

Supers
The soul of a people is everything that brings it alive.

Audio

Voz Comp.: Azeite Gallo. A cantar desde 1919.

VOM
"Gallo" olive oil. Singing since 1919.



Bronze Bronze

Agência Abrínicio

Título Alma

Anunciante Fima

Director Criativo João Nuno Pinto

Director de Arte João Nuno Pinto

Redactor Filomena Bonecas

Produtor RTV Rui Botelho
Elóisa Alves

Produtora Diamantino Filmes

Produtor Alberto Rodrigues
Celina Morais

Realizador Diamantino Ferreira

Director de Fotografia Luís Branquinho

Banda Sonora Índigo



Video

Um toureiro veste-se a rigor antes de entrar para a praça. Enquanto isso, olha-se no espelho e fala com o ajudante sobre a mulher que ama.

Audio

AJUDANTE: Pepe, que é feito de tu Lolita
LEGENDA: Lolita é cliente Telecel.
TOUREIRO: Ah! Está feliz pero continua trabarrando muchu. Esta semana perdeu dois dias só para pagar la água, la luz e el teléfono.

LEGENDA: Lolita já pode pagar as contas através do seu Telecel.

TOUREIRO: Pero, ontem perdeu toda la mañana para mirar los saldos de las cuentas.

LEGENDA: Lolita também pode consultar o saldo.

TOUREIRO: Bueno, ahora está com su primo Paquito, que está doente.

LEGENDA: Paquito não está doente e Lolita não tem primos.

TOUREIRO: Olé!

LEGENDA: Olé.

Video

Vestido e arranjado, o toureiro desloca-se e consegue ficar num ângulo do espelho onde fica com a cornadura de um touro embalsamado mesmo por cima da sua cabeça.

Super

Agora, com o serviço Telemultibanco já pode efectuar o pagamento de serviços e consultar o seu saldo através do seu telemóvel.
 Telecel. Onde você estiver, está lá.

Audio

ASSISTANT: Pepe, what happened to Lolita? I haven't seen her for a while.

LETTERING: Lolita is a Telecel Client.

BULLFIGHTER: Oh, she's great but still works a lot. This week she spent two days just for paying the water, the electricity and the telephone bills.

LETTERING: Now, Lolita can pay her bills by using the mobile phone.

BULLFIGHTER: But yesterday it took her all morning to check her account balance.

LETTERING: Lolita can also check her account balance because she's a Telecel Client.

BULLFIGHTER: She's with her cousin Paquito now, he's ill.

LETTERING: Paquito isn't ill and Lolita doesn't have any cousins.

BULLFIGHTER: Olé.

LETTERING: Olé.

V.Off:

Now with the new Telecel-ATM Service you can pay your bills and you can check your account balance using the mobile phone. If you're a Telecel Client.

Telecel. Wherever you are, it's there.



BronzeBronze

Agência Young & Rubicam Portugal

Título Toureiro

Anunciante Telecel

Director Criativo Elisabete Vaz Mena
 Cristiano Zancuoghi

Director de Arte Cristiano Zancuoghi

Redactor Elisabete Vaz Mena

Produtor RTV Sandra Ribeiro

Produtora Diamantino Filmes

Produtor Alberto Rodrigues

Realizador Diamantino Ferreira

Director de Fotografia Ricardo Prates

Banda Sonora Digital Mix



Video

Uma mulher gorda a falar ao telefone, como se trabalhasse para os telefonemas eróticos. Descreve-se exactamente ao contrário do que realmente é.

Video

A fat woman is talking on the phone as if she was working for those hot lines. She describes herself as being exactly the opposite of how she looks.

Audio

Olá. Eu sou a Mel, estava à tua espera neste número. Sim sou alta, loira e tenho um corpo escultural. Sim... estou com um decote enorme e de calções curtos colados ao corpo. E uma lingerie preta com rendas muito sexy. Sim... quero conhecer-te... sim.

Audio

V.Off: Yes... I'm tall, red haired, I have green eyes and a great body. Oh yes,... I have a plunging neckline and I'm wearing a very sexy black lingerie. Yes, I want to get to know you... yes. Compal Light!? No, I don't drink it.

Compal Light? Não, eu não bebo Compal Light.

V.Off:

Compal Light. You won't even notice that you're drinking a Light Juice. But the others will.

Video

Desligam-lhe o telefone.

Video

Super Compal Light. Sabor por inteiro. Calorias pela metade. Compal. É mesmo natural.

Lettering

Compal Light. Full flavour. Half the calories.

Claim

Compal is really natural.



Bronze Bronze

Agência

Young & Rubicam Portugal

Título

Mel

Anunciante

Compal

Director Criativo

Elisabete Vaz Mena
Cristiano Zancuoghi

Director de Arte

Pedro Magalhães

Redactor

Maria Pedro Figueiredo

Produtor RTV

Miguel Nunes

Produtora

Nova Imagem

Produtor

Brúno Pinhal

Realizador

Paulo Carboila

Director de Fotografia

Ricardo Prates

Banda Sonora

Digital Mix



Video

Este filme conta a história e as tradições do povo português. De norte a sul, é uma homenagem aos campos e ao mar, às pessoas que neles trabalham e às festas e rituais que perduram de geração em geração.

A câmara mostra sentimentos únicos que revelam muitos anos de riqueza interior. E desta herança faz parte o azeite Gallo.

Audio

Original, inspirado no tema tradicional "Ó rama, ó que linda rama!"

Legenda:

A Alma de um povo é tudo o que lhe dá vida.

Audio

Voz Comp.: Azeite Gallo. A cantar desde 1919.

Video

This is a film which tells the story of the portuguese people. Covering the country from north to south, this is a homage to the country and the ocean, its workers, festivities and rituals which endure, from generation to generation.

The camera shows unique feelings and so many years of interior richness are revealed. From this heritage, "Gallo" olive oil pertains.

Audio

Original, inspired in the portuguese traditional song "Ó rama, ó que linda rama!"

Supers

The soul of a people is everything that brings it alive.

VOM

"Gallo" olive oil. Singing since 1919.



Prémio Técnico Technique Award
Melhor Banda Sonora Best Sound Track

Banda Sonora Índigo

Título Alma

Anunciante FIMA

Compositor Manuel Faria

Pós-produção Audio Vitor Migates

Produtora Diamantino Filmes

Realizador Diamantino Ferreira

Produtor Alberto Rodrigues
Celina Morais

Director de Fotografia Luís Branquinho

Agência Abrinício

Director Criativo João Nuno Pinto

Director de Arte João Nuno Pinto

Redactor Filomena Bonecas

Produtor RTV Rui Botelho
Eloisa Alves



Video

Este filme conta a história e as tradições do povo português. De norte a sul, é uma homenagem aos campos e ao mar, às pessoas que neles trabalham e às festas e rituais que perduram de geração em geração.

A câmara mostra sentimentos únicos que revelam muitos anos de riqueza interior. E desta herança faz parte o azeite Gallo.

Video

This is a film which tells the story of the Portuguese people. Covering the country from north to south, this is a homage to the country and the ocean, its workers, festivities and rituals which endure, from generation to generation.

The camera shows unique feelings and so many years of interior richness are revealed. From this heritage, "Gallo" olive oil pertains.

Audio

Original, inspirado no tema tradicional "Ó rama, ó que linda rama!"

Audio

Original, inspired in the Portuguese traditional song "Ó rama, ó que linda rama!"

Legenda:

A Alma de um povo é tudo o que lhe dá vida.

Supers

The soul of a people is everything that brings it alive.

Audio

Voz Comp.: Azeite Gallo. A cantar desde 1919.

VOM

"Gallo" olive oil. Singing since 1919.



Prémio Técnico Technique Award
Melhor Realização Best Direction

- Realizador** Diamantino Ferreira
- Título** Alma
- Anunciante** FIMA
- Produtora** Diamantino Filmes
- Director de Fotografia** Luís Branquinho
- Produtor** Alberto Rodrigues
Celina Morais
- Telecinema** Diamantino Filmes
- Pós-produção Video** Diamantino Filmes
- Banda Sonora** Índigo
- Agência** Abríncio
- Director Criativo** João Nuno Pinto
- Director de Arte** João Nuno Pinto
- Redactor** Filomena Bonecas
- Produtor RTV** Rui Botelho
Eloisa Alves



Video
Criado para exibição exclusiva em salas de cinema, este filme pretende aproveitar as potencialidades do meio, simulando no ecrã uma série de incidentes habituais numa sala de cinema.

Assim, enquanto o espectador julga estar a assistir a uma série de problemas causados pelo projeccionista - sobre a imagem de um copo cheio de água Frize e a respectiva garrafa, lado a lado em fundo branco - ouve em off uma análise crítica ao filme em exibição. O locutor reage prontamente a cada anomalia da imagem, dirigindo palavras irónicas ao projeccionista.

VO:
Senhores espectadores, vamos hoje assistir a uma película que foca o sentido da extravasão...

Imagem desfocada.

VO:
Com licença... ó marreco olha a fita que não se vê nada, pá!

A imagem volta ao normal.

Voltando ao tema, há que reconhecer traços hedonistas no antropomorfismo...

Passam as sombras de um casal sobre a imagem, como se estivessem à frente do projector, que se detém um pouco para fazer gestos e brincar com as suas próprias sombras.

VO (dirigindo-se às sombras):
Olha, olha... o casalinho a brincar às sombrinhas chinesas... eh pá! Se querem brincar vão para o jardim, pá!

As sombras desaparecem e tudo regressa ao normal.

VO:
Dizia eu...

O copo explode.

Imediatamente a seguir à explosão a imagem corre ao contrário, fazendo com que o copo regressa ao normal.

VO:
Frize. Simples ou com limão.



Video
Produced to be shown exclusively in cinemas, the aim of this film is to use the potentialities of this medium and simulate on screen a number of incidents that usually occur in a cinema.

So, as the spectator thinks he is witnessing a series of problems caused by the projectionist - over an image of a glass full of Frize water and its bottle, placed side by side against a white background - a speaker (voice over) express his critical opinion of the film being shown. The speaker reacts promptly to each problem with the image, and makes sarcastic remarks to the projectionist.

VOM
Ladies and gentlemen, we will be showing a film which focuses on the feeling of extravasation...

The picture blurs.

VO
Excuse me... come on man, there's nothing on the screen!

The picture returns to normal.

VO
Getting back to our subject, you will recognise certain hedonistic traces in the anthropomorphism...

The shadows of a couple pass across the image as if they were standing in front of the projector, they stop and make gestures, playing with their own shadows.

VO (speaking to the shadows)
Well, well... look at the little couple playing chinese shadows... hey man if you want to play, go into the park!

The shadows disappear and everything returns to normal.

VO
As I was saying...

The glass explodes.

Immediately after the explosion the image runs backwards so that the glass becomes whole again.

VO
Frize. Plain or with lemon.

Finalista Shortlist

Agência	Euro RSCG Publicidade
Título	Cinema Sombras
Anunciante	Frize
Director Criativo	José Alfredo
Director de Arte	Rita Guedes
Redactor	António Jorge
Produtor RTV	Miguel Jardim
Produtora	Quimagem
Produtor	Quimagem
Realizador	Paulo Morais Nuno Morais
Director de Fotografia	Henrique Serra
Banda Sonora	Cantinho da Música



Video
Vemos uma paisagem rural, identificada por uma placa onde se lê "Bem-vindo ao Entroncamento". Surge um homem, que nos conta uma curiosa história.

Audio
Ele apareceu ali atrás do sol. Depois schuu! parou entre aqueles arbustos. Pensei que era um pombo, mas aí disparou um raio de luz luminoso que puxou a minha Cornélia. (mostra foto da vaca) Nunca mais a vi...

V.O.
Acha que isto é imaginação?

Video
Corta para planos de produto e packshot.

V.O.
Espere até experimentar Calvé.
Vai transformar qualquer prato numa refeição do outro mundo.
Use a imaginação. Use Calvé.

Video
We see a rural area. It's identified by a sign that reads "Welcome to Entroncamento". A man appears and tells a curious tale.

Audio
It came from over there, behind the sun. And then schuuu!... went through those bushes. I thought it was a pigeon but then there was this light beam which pulled my dear Cornelia (shows picture of a cow). I haven't seen her since...

V.O.
Do you think is imagination?

Video
Cut for shots of the product and packshot.

V.O.
Wait until you try Calvé.
It will turn your plates into meals from another world.
Use your imagination. Use Calvé.



Finalista Shortlist

- Agência** Ammirati Puris Lintas
- Título** Ovni
- Anunciante** Fima (Calvé)
- Director Criativo** Leandro Alvarez
- Director de Arte** Pedro Bexiga
- Redactor** Leandro Alvarez
António Pereira
- Produtor RTV** Ana Rondão
- Produtora** Diamantino Filmes
- Produtor** Alberto Rodrigues
- Realizador** Diamantino Ferreira
- Director de Fotografia** Luís Branquinho
- Banda Sonora** Som de Lisboa



Video

Luís Represas fala do cartão Visa Universo, que dá descontos em qualquer ponto do mundo. Em vez de mencionar os países vai dando exemplos na guitarra tocando trechos de músicas típicas de vários deles.

Video

A famous Portuguese singer talks about the Universo Visa Card, which offers discounts all over the world.

He says where the card can be used not referring the countries but playing several pieces of ethnic music instead.

Audio

Acordes de guitarra tocando trechos de músicas típicas de vários países.

Audio

Guitar ethnical tunes of the countries referred to are played.

Super

Cartão Visa Universo. O visa que dá desconto em todo o mundo.

Super

Universo Visa Card
Offering discounts all over the world.



Finalista Shortlist

Agência BBDO Portugal

Título Luís Represas

Anunciante Banco Universo (Visa)

Director Criativo Jorge Teixeira

Director de Arte Marco Dias

Redactor Vasco Condessa

Produtor RTV Ricardo Cansado
Nuno Calado

Produtora Shots

Produtor João Egreja

Realizador Jorge Castro-Freire

Director de Fotografia António Magalhães

Banda Sonora Índigo



Video

A ideia do filme consiste em adaptar o jingle da cerveja "Imperial" segundo vários estilos musicais. Assim, temos várias abordagens - reggae, hip-hop, samba, rockabilly, flamenco e heavy-metal - que são parodiadas sempre pelo mesmo grupo de actores. Deste modo, as várias cenas são caricaturizadas de acordo com os ritmos e exageros próprios dos vários géneros musicais.

**Audio/
Reggae**

Viva os triciclos
Viva as lambretas
Viva a boavista
E a rua das pretas.

Rap

Viva a fita-cola
Viva a paparoca
Viva prá carola
lô! E morde a foca.

Samba

Viva o sambista
Viva o cristo-rei
Viva a feijoada
Porra, não rimei
Viva a soneca
Viva o areal
Viva a cueca
E sai uma Imperial.

Rockabilly

Viva o chourição
Viva a peixeirada
Viva o meu blusão
Que é melhor que não ter nada.

Flamenco

Viva a espanholada
Viva a tourada
Viva o melocoton
Viva a paella
Viva o camaleon
E viva el toro.

Heavy-Metal

Viva as anilhas
Viva as nossas napas
Viva as cavilhas
E o martelo do bate-chapas.

Finalista Shortlist

Agência	Euro RSCG Publicidade
Título	Imperial
Anunciante	Imperial
Director Criativo	Paulo Monteiro
Director de Arte	Paulo Monteiro
Redactor	Carlos Luz
Produtor RTV	Miguel Jardim
Produtora	Tangerina Azul
Produtor	Tangerina Azul
Realizador	Sérgio Henriques
Director de Fotografia	Luís Branquinho
Banda Sonora	Índigo Manuel Faria

Video

Ao som de um rufar de tambores, vemos uma mãe a distribuir um pedacinho de papel higiénico para cada membro da sua família que está perfilada como soldados. Quando a acção termina entra locução off.

Locutor:

Se quer poupar, mas poupar mesmo, venha ao Modelo, onde poupa ao comprar os melhores produtos frescos e as melhores marcas.

Video

Vemos cenas do supermercado e assinatura musical.

Assinatura Musical

Modelo. Onde você poupa, poupa, poupa.

Video

With the sound of drums, we see the mother handing out a small piece of toilet paper to each member of the family, who are aligned as soldiers. When the action finishes enters the Voice Off.

Voice Off:

If you want to save, really save, come to Modelo, where you save buying the best and most fresh products of the best brands.

Video

Shots of Supermarket with jingle.

Jingle

Modelo. Where you save, save, save.



Finalista Shortlist

Agência Ammirati Puris Lintas

Título Papel Higiénico

Anunciante Sonae (Modelo)

Director Criativo Leandro Alvarez

Director de Arte António Belchior
Pall Myhre

Redactor Leandro Alvarez
Luis Jorge

Produtor RTV Ana Rondão

Realizador Julian Griffiths

Director de Fotografia Sinon Cool

Banda Sonora Red Back

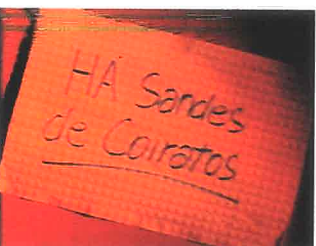


Video
 Numa tasca tipicamente portuguesa, alguns "leteiros" anunciam as especialidades da casa: tudo comida muito pesada e indigesta. No fim o mesmo tipo de letreiro anuncia que "Há Alka Seltzer".

Video
 In a very typical Portuguese tavern, some hand written posters announce the "Special of the Day". All of them are fat, heavy food. At the end, one of the posters announce Alka Seltzer.

SFX
 Ruído de tasca.

SFX
 Tavern sounds.



Finalista Shortlist

Agência BBDO Portugal

Título Tasca

Anunciante Alka-Seltzer

Director Criativo Jorge Teixeira
 Mário Santiago

Director de Arte Mário Santiago

Redactor Tomás Mayer

Produtor RTV Ricardo Cansado

Produtora Companhia de Filmes

Produtor Carlos Reis

Realizador Zeca Rodrigues

Director de Fotografia Luís Branquinho

Banda Sonora Play it Again



Video

Rapaz vira-se e fala para a câmara.

Audio

Banda sonora tipo jungle

(VM):

Quando eu entrei para a faculdade...

Audio (VM)

...o meu pai deu-me uma ajuda para comprar um carro.

Video

Finge que está a guiar um carro.

Audio

(rapaz imita barulho de carro)

Video

Rapaz deitado no chão...

Audio (VM):

Mas num carro, num carro...

Video

... parece confuso...

Audio (VM):

... não cabem as pranchas, as namoradas, as pranchas dos amigos das namoradas,...

Video

Já de pé, rapaz atira beijos à câmara.

Audio (VM):

... e depois...

Video

Plano apertado de rapaz já sem t-shirt.

Audio (VM):

... BEEEM!...

Video

Vira-se de costas, mostra a sua tatuagem Kangoo e corre pelo ciclorama acima.

Audio (VM):

... chegar ao pé da malta ao volante de um Kangoo, é outra coisa entendem? (ele imita o ruído de um carro)

Video

Um Kangoo salta, roda sobre si próprio e cai sobre a palavra Kangoo, fechando a porta deslizante.

Audio (VC)

Não é um carro. É um Kangoo.

Video

Young man turns to camera and starts speaking...

Audio

Jungle type band throughout.

(MVO):

When I went to university...

Audio

... my father helped me to buy a car.

Video

... he acts as if he was driving a car...

Audio

(male voice imitating a car)

Video

... he lies on the floor...

Audio

But the surfboards, girlfriends, friends...

Video

... looking dazzled...

Audio

... and their surfboards don't fit in a car.

Video

... he's standing up again and throws a kiss to the camera.

Audio (MVO)

But when you drive up to the gang at the wheel of a Kangoo...

Video

Young man yells...

Audio (MVO)

... geeeee!...

Video

... shows a Kangoo Tattoo on his back and climbs up the background.

Audio (MVO)

... that's something different! (he imitates the sound of a car, again)

Video

A Kangoo jumps, spins and falls on the word Kangoo, closing its sliding door.

Audio (MVO)

It is not a car. It's a Kangoo.

Finalists Shortlist

Agência	Publicis
Título	Ivo
Anunciante	Renault Portuguesa
Director Criativo	Alexandra Quadros
Director de Arte	António Bezerra Leopoldo Gonçalves
Redactor	Filipe Lourenço
Produtor RTV	Cristina Prayce
Produtora	Diamantino Filmes
Produtor	Alberto Rodrigues Celina Morais
Realizador	Diamantino Ferreira
Director de Fotografia	Luis Branquinho
Banda Sonora	Som de Lisboa



Video

Uma mulher grávida entra nas urgências já em trabalho de parto. É levada para a sala de parto.

Médico e enfermeira encorajam-na a fazer força.

Corta para a mulher a dar um grito ensurdecedor. Ao mesmo tempo vemos que segura com força um telemóvel.

Corta para marido de telemóvel colado ao ouvido. Depois do grito ouve o choro de um bebé. Grita eufórico e sai do carro.

Vemos que ele está preso num monumental engarrafamento.

Super:
TMN - Mais perto do que é importante

Video

Pregnant woman enters the ER already in labour and she is hurried to the delivery room.

Doctor and nurse encourage her to push.

The woman is now pushing hard and crying out loudly. At the same time we see her holding to a cellular phone.

Cut to husband in the car holding the cellular. After a big shout he hears a baby crying. He starts laughing hysterically and moves out of the car.

Pulling back we see he was blocked in a huge traffic jam.

Super:
TMN - Close to what really matters.



Finalista Shortlist

Agência TBWA EPG

Título Parto

Anunciante TMN

Responsável no Cliente Margarida Gonçalves da Cunha

Director Criativo Pedro Bidarra

Director de Arte José Heitor

Redactor Pedro Bidarra

Director de Contas Sofia Belo

Produtor RTV António Serrano

Produtora Diamantino Filmes

Produtor António Serrano

Realizador Ricardo Albiñana Júnior



Video
Um Mitsubishi Colt preto aparece dentro de uma jaula enorme.

Video
A black Mitsubishi Colt appears inside a huge cage.

SFX
Som de um rugido.

SFX
A big roar.

Video
O carro movimenta-se de um lado para o outro como se fosse um grande felino, uma pantera negra.

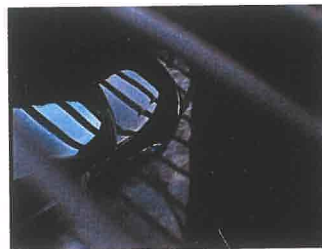
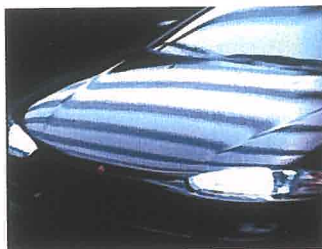
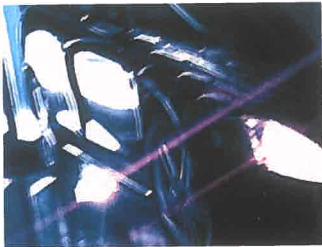
Video
The car moves around, from one side of the cage to the other, like a big cat, a black panther.

SFX
Mais rosnares e rugidos.

SFX
More snarling and roaring sounds.

Audio (VMO)
Mitsubishi Colt. Instinto de Liberdade.

Audio (MVO)
Mitsubishi Colt. Freedom Instinct.



Finalists Shortlist

Agência BMZ-Park

Título Jaula

Anunciante Mitsubishi

Director Criativo Franco Gisuti

Director de Arte Franco Gisuti

Redactor Franco Gisuti

Produtor RTV Vitor Baeta

Produtora Companhia de Filmes

Realizador Alexander Davidis

Director de Fotografia Tony Mitchell

Banda Sonora Luminária Música



SFX
Ruídos de jardim

SFX
Park sounds.

Video
Num banco de jardim, estão duas mães com os respectivos bebés, nos carrinhos. Com pequenas brincadeiras, elas exibem-se, uma para a outra, mostrando o que o filho consegue fazer de um simples papel.

Video
On a park bench there are two women very proud of their little babies who are in a push-chair. They try to impress one another by showing the astonishing things their babies can do with just one sheet of paper.



SFX
Telemóvel a tocar.

SFX
Sound of a mobile phone ringing.

Video
Uma mulher que passeia no jardim, empurrando o carrinho, atende o telemóvel e passa-o ao filho.

Video
A woman who is just walking by, pushing her baby's push-chair, answers the phone and immediately gives it to the baby.

Super
A Telecel chega a 100% da População portuguesa. Cada vez mais cedo. Telecel. Onde você estiver, está lá.

Super
Telecel. Wherever you are, it's there.



Finalista Shortlist

- Agência** Young & Rubicam Portugal
- Título** Bébés
- Anunciante** Telecel
- Director Criativo** Elisabete Vaz Mena
Cristiano Zancuoghi
- Director de Arte** Cristiano Zancuoghi
- Redactor** Elisabete Vaz Mena
- Produtor RTV** Sandra Ribeiro
- Produtora** A Filmar - Pirâmide
- Produtor** Carlos Reis
- Realizador** Joaquim Lorente
- Banda Sonora** Red Back



Video
Grande plano de uma mão no comando das mudanças a por a 1ª.

(In Portuguese the days of the week are: 2nd, 3rd, 4th, 5th, 6th, Sábado, Domingo)

Corta para plano da estrada visto do pára-bris do carro.

Video
Open on a close up of a hand engaging the first gear.

SFX
Motor de carro a acelerar misturado com o som de um jacto.

Cut to a plan of a road seen through the windshield of the car.

À medida que vemos a estrada a passar mais rápido, os números mudam: 2ª, 3ª, 4ª, 5ª

SFX
Motor car accelerating mixed with sound of jet.

SFX
Som das mudanças a serem engrenadas. Barreira de som a ser ultrapassada.

While we see the road passing faster and faster the numbers change: 2nd, 3rd, 4th, 5th.



SFX
Sound of gears being engaged. Sound barrier being braked.

Corta para dentro do carro onde vemos um casal sorridente. A bagageira está cheia de sacos de viagem. Os números continuam: 6ª, Sábado, Domingo.

Cut to inside of the car where we see a couple smiling. Pulling back we see the luggage-van full of weekend gear. The numbers go on: 6th, Sábado, Domingo.

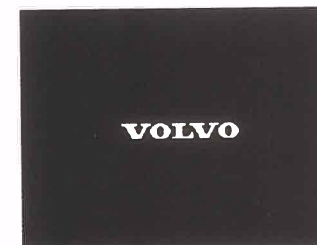
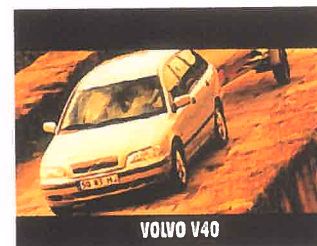


Corta para imagens do carro com um barco atrelado.

Cut to shots of the car with a trailer carrying a boat.

Super
Volvo V40. V de Versatilidade.

Super
Volvo V40. V from Versatility.



Finalista Shortlist

Agência	TBWA EPG
Título	Fim-de-Semana
Anunciante	Auto-Sueco
Responsável no Cliente	Pedro Oliveira
Director Criativo	Pedro Bidarra
Director de Arte	José Heitor
Redactor	Pedro Bidarra
Director de Contas	Paulo Renato de Melo
Produtor RTV	Frederico Cerejeiro
Produtora	A Filmar
Produtor	Carlos Reis
Realizador	Joaquin Soler



Video
Vemos três amigos a preparar o jantar. Eles conversam sobre os bons velhos tempos.

Video
 We see three male friends preparing the dinner. They're talking about the good old days.



Audio
 - Há que tempos que não nos víamos...
 - Pois... e por falar em saudades, este salmão está a lembrar-me sabes quem? A Sara.
 - Ai, a Sara... que belo salmão ela fazia... Humm...
 - E lembras-te da Inês?
 - Ai, Inês, Inês... Fazia umas queijadinhas...
 - E a Rita do caril de peixe? Lembras-te? Hummm...
 - (engasga-se e muda de tom) Lembrol Casei com elal... E como é que sabes que a minha Rita faz caril de peixe?

Audio
 - We don't see each other for ages... hummm?
 - Hummm, hummm... and talking about past... do you know who this salmon reminds me? Sara.
 - Oh Sara!... what a wonderful salmon she cooked...
 - And do you remember Inês?
 - She made such a "queijadinhas"!...
 - And Rita? Humm... the one of the "fish curry"? Do you remember?
 - If I remember her?... I married her!...
 And how do you know that my Rita makes "fish curry"?



Video
Os amigos ficam a olhar-se em silêncio. Pack shot. Ouve-se o locutor.

Video
 The three friends look at each other in silence. Packshot. We listen the announcer.

V.O.
Quando se usa Vaqueiro, não é só a comida que fica inesquecível. Você também. Porque só Vaqueiro torna tudo mais apetitoso.

V.O.
 When you use Vaqueiro, it's not only the dish that is unforgettable... You are, too. Because only Vaqueiro makes everything tastier.



Finalista Shortlist

- Agência** Ammirati Puris Lintas
- Título** Amigos
- Anunciante** Fima (Vaqueiro)
- Director Criativo** Leandro Alvarez
- Director de Arte** Pedro Magalhães
- Redactor** Leandro Alvarez
 Maria Pedro Figueiredo
- Produtor RTV** Ana Rondão
- Produtora** Diamantino Filmes
- Produtor** Alberto Rodrigues
- Realizador** Ricardo Albiñana Júnior
- Banda Sonora** Digital Mix



Video

No camarim, esté um tenor a acabar de se preparar para entrar em palco. Vêm avisá-lo de que faltam poucos minutos para a sua actuação. Já pronto tenta abrir a porta para sair mas não consegue. No palco a tenor prossegue, repetindo várias vezes a deixa de entrada do seu companheiro.

Video

In the dressing-room there's an Opera singer who's getting ready to perform. Someone tells him that there are only a few minutes left for him to go on stage. When he's ready he tries to open the door but he can't. On stage, his female partner repeatedly sings her lines while she waits for him to start singing.



Audio

"Amore mio... amore mio... amore mio... amore mio!"

Audio

"Amore mio... amore mio..."

Video

Trancado no camarim, o tenor faz prosseguir o espectáculo, cantando pelo telemóvel e mandando outro para o palco no seu lugar.

Video

Locked up in his dressing-room he decides to go on with the show by singing on the mobile phone and sends someone else to replace him on stage.



Super

Telecel. Onde você estiver, está lá.

Super

Telecel. Wherever you are, it's there.



Finalista Shortlist

Agência	Young & Rubicam Portugal
Título	Ópera
Anunciante	Telecel
Director Criativo	Elisabete Vaz Mena Cristiano Zancuoghi
Director de Arte	Cristiano Zancuoghi
Redactor	Elisabete Vaz Mena
Produtor RTV	Sandra Ribeiro
Produtora	A Filmar - Pirâmide
Produtor	Carlos Reis
Realizador	Joaquim Lorente
Banda Sonora	Red Back



Video
Imagens de diversas ruas estradas e caminhos sem trânsito. A ponte sem trânsito, a rotunda sem trânsito a avenida Fontes Pereira de Melo e a praça de Espanha sem trânsito. As autoestradas sem movimento. Tudo vazio de carros

Video
 First images show well known streets in Lisbon (capital of Portugal), totally devoid of traffic.

Next image shows a highway, also with no cars whatsoever. In the end, in a country road, we see a family of geese crossing the road, also undisturbed by automobile traffic. The speaker concludes that the wine "Aba da Serra" is an excellent reason to abstain from driving.



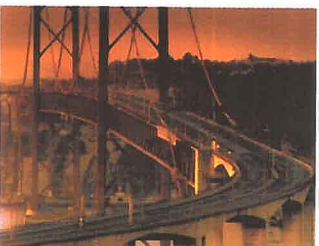
SFX
Sons ambientes. Vento, passarinhos etc.

Video
As estradas de provincia sem trânsito, apenas uma família de gansos passa numa estrada sem carros. Entramos numa quinta.

Audio:
Aba da Serra. Uma boa razão para não conduzir.



Super
Aba da Serra. Quinta da Abrigada.



Finalista Shortlist

Agência Nova Publicidade

Título Sem Pressas

Anunciante Aba da Serra / Quinta da Abrigada

Director Criativo Judite Mota
 Pedro Ferreira

Director de Arte Orlando Gonçalves

Redactor Pedro Monteiro

Produtor RTV Gabriela Nogueira

Produtora Kripton

Produtor João Vilela

Realizador João Matos

Director de Fotografia Luís Branquinho

Banda Sonora Índigo



Video
O treinador de futebol Carlos Manuel entra num balneário com ar preocupado e começa a dar indicações tácticas aos jogadores. Enquanto fala, vai desenhando num quadro os movimentos ofensivos da equipa.

Video
In a locker room a football coach gives instructions to his team drawing on a black board the game tactics. When he faces the team they turn out to be 2/3 year olds in diapers. One of the youngsters utters some incomprehensible babytalk and the coach answers assuring them that the Club President will soon come to talk about the game prizes.



Audio
- Os médios sobem mas têm que ser compensados pelos centrais. O libero deve ajudar o ponta de lança e jogarem sempre para a frente.

Audio
MVO-Every weekend a new star is born. Channel 1. More football, more emotion.

Video
O treinador volta-se para a equipa incentivando-a. Vemos então que esta é composta por bebés de fralda. Um deles põe o dedo no ar para fazer uma pergunta ao treinador.



Audio
- Guuu Ahhh?
- Tens razão, tinha-me esquecido. O presidente vem já aí para falar dos prémios de jogo.

Video
Corte para packshot com animação do logo LFP.

Audio
- Veja nascer novas estrelas todos os fins de semana. Liga 97/98. Mais emoção, mais futebol.



Supers
Liga 97/98
Mais futebol mais emoção.



Finalista Shortlist

Agência	Bates Portugal
Título	Treinador de Infantário
Anunciante	FutePro
Director Criativo	Judite Mota Pedro Ferreira
Director de Arte	Pedro Ferreira
Redactor	João Paulo Santos
Produtor RTV	Luís Pinto
Produtora	Diamantino Filmes
Produtor	Celina Morais
Realizador	Marco Martins
Director de Fotografia	Luís Branquinho
Banda Sonora	Índigo



SFX
Som de gaivotas, mar...

Video
Vê-se um homem de costas na praia a falar ao telemóvel. De repente, distrai-se a olhar para uma gaivota que passa, afasta o telemóvel da orelha e reparamos que de tanto falar ao telemóvel durante o Verão, ficou com uma marca do telemóvel no rosto, provocada pelo sol.

Video
On the beach there's a very tanned man talking on a mobile phone. Suddenly, he's distracted by a seagull that is flying over him and he moves his mobile phone from his ear giving us the perception that he spends so much time talking on the phone that it left a mark with the shape of mobile phone on his face.



Super
Telecel chega a quase 100% da população portuguesa. Telecel. Onde você estiver, está lá.

Super
Telecel gets to almost 100% of the portuguese population. Telecel. Wherever you are, it's there.



Finalista Shortlist

Agência Young & Rubicam Portugal

Título Marquinha

Anunciante Telecel

Director Criativo Elisabete Vaz Mena
Cristiano Zancuoghi

Director de Arte Pedro Magalhães

Redactor Maria Pedro Figueiredo

Produtor RTV Manuel D'Avillez

Produtora Krypton

Produtor João Vilela

Realizador João Matos

Director de Fotografia Luís Branquinho

Banda Sonora Analógico

Video

Vemos uma pulga amestrada a responder a ordens que normalmente são dadas a cães ("senta, fica, apanha, rebola").

Mas quando lhe ordenam para fingir de morta, a pulga recusa-se, acabando por ser esmagada por uma embalagem de Mascote.

Audio

Quietal

Rebola!

Salta!

Mortal, Mortal, Mortal,

Mortal, Mortal!

Para acabar com as pulgas mesmo as mais rebeldes use Mascote, uma vida de cão para as pulgas.

Video

We see a trained flea that responds to commands that usually are given to a dog like "sit", "stay", "roll over" and so on.

But the flea refuses to "play dead" until it is smashed by a package of MASCOTE that "kills even the most rebellious fleas".



Finalista Shortlist

Agência Nova Publicidade

Título Pulga

Anunciante Brandesco

Director Criativo Judite Mota
Pedro Ferreira

Director de Arte Paulo Diehl

Redactor Leandro Alvarez

Produtor RTV Frederico Cerejeiro

Produtora Krypton

Produtor João Vilela

Realizador João Matos

Director de Fotografia Ricardo Prates

Banda Sonora Play it Again



Audio
Música de Peep-Show.

Audio
Sensual, soft music.

Video
Num Peep-Show, uma rapariga faz o seu espectáculo vestindo-se em vez de se despir.

Video
At a Peep-Show, a girl's performance consists of putting clothes on, instead of taking them off.

Packshot
Moda Lisboa

Packshot
Lisbon Fashion Show



Finalista Shortlist

Agência Leo Burnett Publicidade, Lda
Título Peep Show
Anunciante Moda Lisboa
Director Criativo José Ricardo Cabaço
Director de Arte José Ricardo Cabaço
Redactor Felipe Vargas
Produtor RTV Mário Bandeira
Produtora Noite Americana
Realizador Nuno Franco



Video
Num banco de jardim estão sentados dois homens gémeos. Fazem tudo igual e ao mesmo tempo.

Audio
Estes dois homens parecem iguais. Mas não são. É a mesma coisa que dizer que as vitaminas Telecel são iguais aos telemóveis sem assinatura da concorrência. É que, factura com detalhe de chamadas, controlo de custos no visor e roaming com Espanha, a concorrência não tem. Percebeu agora a diferença?

Video
Aqui um deles passa a mão pela cabeça e descobre-se que um deles tem cabeleira postiça.

Super
Telecel. Onde você estiver, está lá.



SFX
Contryside sounds.

Video
Two men (twins) are sit on a park bench. They do the same things and simultaneously. In one of those movements they pass their hands over their heads and see that one of them has a toupee.

Audio
These two men are very alike. Yet they're different. The message is that one should not compare the product that is announced here with the products presented by other phone operators. The Telecel Vitamins have detailed invoices, cost control on display, roaming with Spain and the competition doesn't. Do you see the difference now?

Super
Telecel. Wherever you are, it's there.

Finalista Shortlist

Agência Young & Rubicam Portugal

Título Gémeos

Anunciante Telecel

Director Criativo Elisabete Vaz Mena
Cristiano Zancuoghi

Director de Arte Pedro Magalhães
Joana Areal

Redactor Teresa Azevedo

Produtor RTV Manuel D'Avillez

Produtora Krypton

Produtor João Vilela

Realizador Paulo Carboila

Director de Fotografia Luís Branquinho

Banda Sonora Digital Mix



Video

Criado para exibição exclusiva em salas de cinema, este filme pretende aproveitar as potencialidades do meio, simulando no ecrã uma série de incidentes habituais numa sala de cinema.

Assim, enquanto o espectador julga estar a assistir a uma série de problemas causados pelo projeccionista - sobre a imagem de um copo cheio de água Frize e a respectiva garrafa, lado a lado em fundo branco - ouve em off uma análise crítica ao filme em exibição. O locutor reage prontamente a cada anomalia da imagem, dirigindo palavras irónicas ao projeccionista.

VO:

Caros espectadores, a obra que hoje exibimos fala-nos da simbiose...

Imagem desenquadrada e ficamos a ver apenas a parte de baixo do copo e da garrafa.

VO:

Ó marrecos! Então o filme é só para o balcão, é? Endireita lá isso pá!

A imagem é reenquadrada.

VO:

Ok. O pós-ante-modernismo clássico é aqui levado à negação...

A imagem fica esbatida como se tivessem acendido as luzes da sala.

VO:

Por amor de Deus ó amigo! Apague lá as luzes, estamos em casa ou quê?

O ecrã fica negro.

VO:

Chiçal Assim também não, pá! Dê lá à luz pá!

A imagem volta ao normal. Pouco depois o copo explode.

VO (imperceptível):

Bem... então...

Imediatamente a seguir à explosão a imagem corre ao contrário, fazendo com que o copo regresse ao normal.

VO:

Frize. Simples ou com limão.

Video

Produced to be shown exclusively in cinemas, the aim of this film is to use the potentialities of this medium and simulate on screen a number of incidents that usually occur in a cinema.

So, as the spectator thinks he is witnessing a series of problems caused by the projectionist - over an image of a glass full of Frize water and its bottle, placed side by side against a white background - a speaker (voice over) expresses his critical opinion of the film being shown. The speaker reacts promptly to each problem with the image, and makes sarcastic remarks to the projectionist.

VO

Ladies and gentlemen, the film we will be showing you today tells us about the symbiosis...

The picture jerks and all we see now is the bottom of the glass and the bottle.

VO

Come on man! Why does the circle get all the luck, eh? Straighten that thing out man!

The picture is readjusted.

VO

Ok. Here, classic post-ante-modernism denies...

The picture fades as if the lights had come on in the room.

VO

For the love of mike, man! Turn those lights off, where do you think we are, at home?

The scene goes dark.

VO

Hell, man! Not that! Give us some light, man!

The image returns to normal. A moment later the glass explodes.

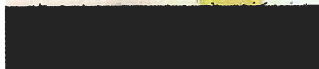
VO (a mere whisper)

Um... well...

Immediately after the explosion the image runs backwards so that the glass becomes whole again.

VO

Frize. Plain or with lemon.



Simples ou com limão.

Finalista Shortlist

Agência Euro RSCG Publicidade

Título Cinema Desenquadrado

Anunciante Frize

Director Criativo José Alfredo

Director de Arte Rita Guedes

Redactor António Jorge

Produtor RTV Miguel Jardim

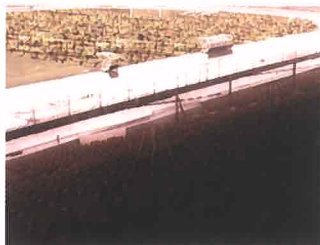
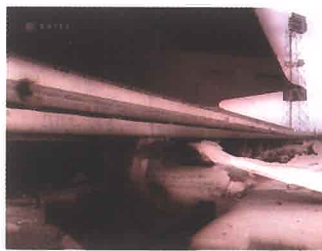
Produtora Quimagem

Produtor Quimagem

Realizador Paulo Morais
Nuno Morais

Director de Fotografia Henrique Serra

Banda Sonora Cantinho da Música



Video

Sequência de imagens de estádios de futebol abandonados. Folhas secas levadas pelo vento esvoaçam pelas bancadas vazias. Uma mulher estende roupa entre os postes de uma baliza já sem rede, um homem cuida de uma horta plantada em plena grande área. Corte para balneário vazio já com teias de aranha nos cacifos e goteiras no chuveiro.

Audio

Música triste, tipo fado, acompanha todo o filme.

Video

Encadeado para negro.

SFX

Sons característicos de uma multidão de adeptos de futebol.

Video

Vê-se uma multidão em delírio com buzinas, bandeiras e outros "gadgets" de futebol à volta de um quiosque de revistas.

Audio

- Já chegou a nova Mundial. A revista que vai devolver a emoção aos estádios de futebol. Nova Mundial, muito mais futebol por apenas 350\$00.

Video

Images of abandoned football stadiums. Old leaves fly through the rows of seats, a woman hangs the laundry on the goal posts, a man is cultivating the field in the goal area. Cut to interior of empty locker room with spider webs everywhere.

Audio

Very sad kind of fado music.

Video

Dissolve to black.

SFX

Typical sounds made by football fans.

Video

Lots of football fans surround a magazine's kiosk anxious to get the new Mundial.

Audio

- New Mundial is here. The magazine that will give you back the emotion of football.

Finalista Shortlist

- Agência** Bates Portugal
- Título** Estádios Abandonados
- Anunciante** Revista Mundial
- Director Criativo** Judite Mota
Pedro Ferreira
- Director de Arte** Pedro Ferreira
- Redactor** Judite Mota
- Produtor RTV** Luís Pinto
- Produtora** A Filmar
- Produtor** Carlos Reis
- Realizador** Joaquin Soler
- Director de Fotografia** Joaquin Soler
- Banda Sonora** Índigo



Video
Vemos um casal de teenagers deitados no chão a olhar o céu. Eles estão a tentar descobrir formas nas nuvens.

Video
 We see a teenage couple laying down on the grass looking up at the sky... they're trying to figure out the cloud's shapes.



Audio
 - Olha, aquela nuvem parece um coelho.
 - Nããã... parece é um iate com um casal a dançar. Olha as taças de champagne, a orquestra... E ali ao lado parece um porta retratos com a foto do meu avô mesmo em cima daquele bocadinho que parece um hamburger mordido...

Audio Boy:
 Look, that cloud looks like a rabbit.

Audio Girl:
 No... it looks like a yacht and a couple dacing. Look the champagne glasses... the orchestra... And there right beside, you can see a frame with a picture of my grandfather... right above that little one that looks like an hamburger... Don't you think so?



Video
Enquanto ouvimos a miúda, corta para o céu onde vemos uma solitária e singela nuvenzinha que não se parece com nada do que ela está a descrever.

Video
 While we listen to the girl, there is a cut to the sky where we see a small little cloud that doesn't look like anything she's discribing.

V.O.
Acha que isto é imaginação?

V.O.
 Do you think this is imagination?

Video
Corta para planos de produto e packshot.

Video
 Cut for shots of the product and packshot.

V.O.
Espera até experimentar Calvé.
Vai ver a sua comida com outros olhos.
Use a imaginação. Use Calvé.

V.O.
 Wait until you try Calvé. You'll see your food through different eyes. Use your imagination. Use Calvé.



Finalista Shortlist

Agência	Ammirati Puris Lintas
Título	Nuvem
Anunciante	Fima (Calvé)
Director Criativo	Leandro Alvarez
Director de Arte	Pedro Bexiga
Redactor	Leandro Alvarez António Pereira
Produtor RTV	Ana Rondão
Produtora	Diamantino Filmes
Produtor	Alberto Rodrigues
Realizador	Diamantino Ferreira
Director de Fotografia	Luís Branquinho
Banda Sonora	Som de Lisboa



Jorge Teixeira
Presidente do júri

OutdoorOutdoor



Filipe Lourenço



Joaquim Coelho



Filipe Novaes



Pedro Ferreira



Hélder Ventura



José Carlos Campos



Orlando Gonçalves



José Manuel Abrantes

**A categoria
de Outdoor é
patrocinada por:** Outdoor
category is
sponsored by:



JCDecaux 



Nº1 Mundial em Mobiliário Urbano.

70% DO SEU CORPO É ÁGUA.
NÃO LHE PARECE SUFICIENTE ?



ABA DA SERRA  *Quinta de Abridada*

Headline: 70% do seu corpo é água. Não lhe parece suficiente?

Headline: 70% of your body is water. Isn't that enough?



OuroGold

Agência Nova Publicidade
Título 70%
Anunciante Aba da Serra
Director Criativo Judite Mota
Pedro Ferreira
Director de Arte Orlando Gonçalves
Redactor Pedro Monteiro
Produtor Gabriela Nogueira
Orlando Gonçalves
Fotografia Leo Hol

Num minuto você e o seu Banco.



**PAGUE A ÁGUA
NO MULTIBANCO
DO SEU TELEMÓVEL.**



**Tele
MULTIBANCO**

Já disponível na rede Telecel.

Headline: **Pague a água no multibanco do seu telemóvel.**

Headline: To pay your water bill use the cashpoint in your mobile.

PratiSilver



Agência Nova Publicidade

Título Chuveiro

Anunciante SIBS

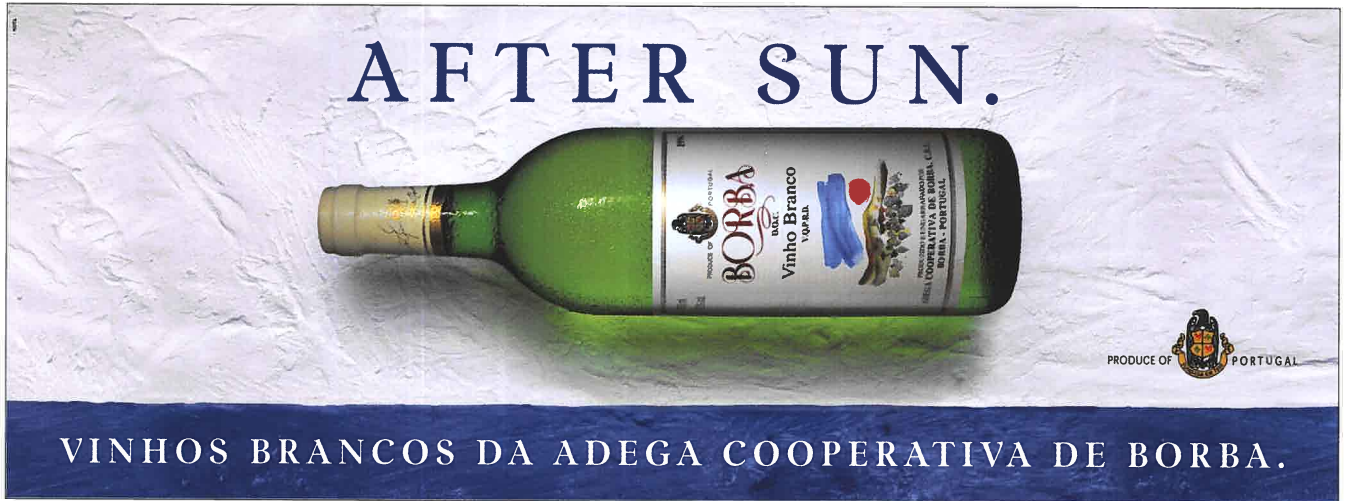
Director Criativo Judite Mota
Pedro Ferreira

Director de Arte João Madeira

Redactor Susana Sequeira

Produtor Federico Cerejeiro

Fotografia Andrew Hall



Baselino: Vinhos Brancos da Adega Cooperativa de Borba.

Baselino: White Wines from the cooperative cellar of Borba.

PrataSilver



Agência Nova Publicidade
Título After Sun
Anunciante Adega Cooperativa de Borba
Director Criativo Pedro Monteiro
Director de Arte Orlando Gonçalves
Redactor Pedro Monteiro
Produtor Gabriela Nogueira
Fotografia João Palmeiro



Baseline: Amoreiras
The Center Of Lisbon

Notes:
Because of its privileged site and age, Amoreiras Shopping Center, is the Center that lies in the heart of Lisbon and its inhabitants, nicknamed as "little lettuces". The "Wig" was the first ad of the "lettuces campaign".

PrataSilver



Agência Abrinício
Título Cabeleira
Anunciante Mundicenter
Director Criativo João Nuno Pinto
Director de Arte Alberto Faria
João Nuno Pinto
Redactor Margarida Nóbrega
Produtor Kenton Thatcher
Fotografia Kenton Thatcher



BronzeBronze

Agência BBDO Portugal

Título Tamagotchi

Anunciante Pepsi-Cola

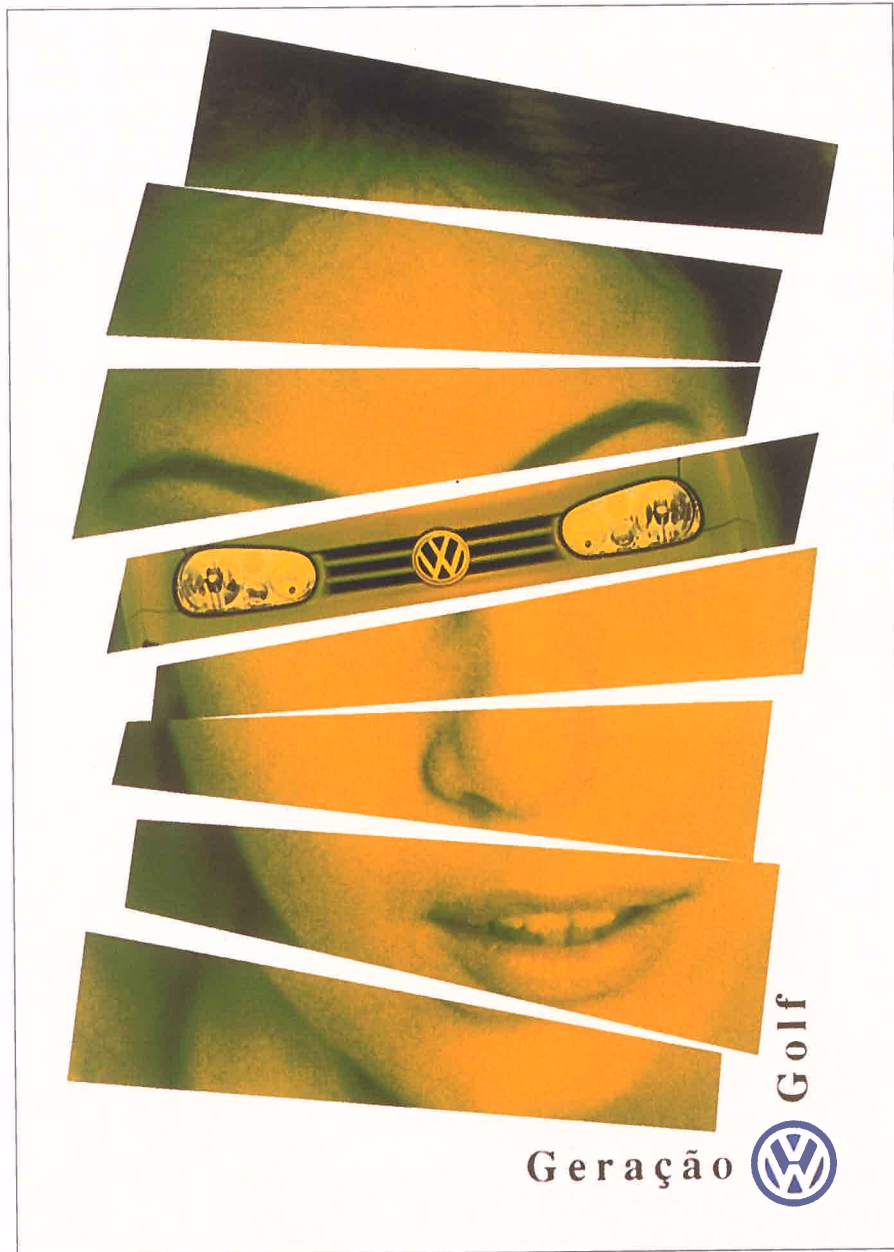
Director Criativo Jorge Teixeira

Director de Arte Gito

Redactor Jorge Meneses

Ilustração Rodrigo Cabral

Retoque Gito



Headline: **Geração Golf** Headline: Generation Golf



BronzeBronze

Agência Guerreiro DDB

Título Geração Golf

Anunciante SIVA

Director Criativo José Luís Santos

Director de Arte Rui Viana

Redactor José Vitorino



Lipton Ice Tea. Apaga a sede.

Headline: **Lipton Ice Tea. Apaga a Sede**

Headline: Lipton Ice Tea. Puts Out Thirst.



BronzeBronze

Agência J. Walter Thompson Publicidade, S.A.

Título Cidade

Anunciante Fima

Produto Lipton Ice Tea

Director Criativo João Espírito Santo

Director de Arte Duarte Pinheiro de Melo

Redactor Tiago Baltazar

Produtora Maria João Monteiro

Fotografia Peter Müller

Os gelados
fazem mal
à garganta.

Se também
comeres
o pau.

Olá

Quem Gosta
Gosta Sempre!

Headline: Os gelados fazem mal à garganta.
Se também comeres o pau.

Headline: Ice cream is bad for you throat.
If you eat the stick, too.



BronzeBronze

Agência Ogilvy & Mather, Portugal

Título Pau de Gelado

Anunciante Iglo/ Olá

Director Criativo José Manuel Abrantes
Nuno Viegas

Director de Arte Mafalda Dinis

Redactor Nuno Jerónimo

Fotografia Kirsten - Atelier da Ilusão



Poder Refrescante.

Airwell
AR CONDICIONADO

Headline: Poder Refrescante

Headline: Refreshing Action



BronzeBronze

Agência W/Portugal

Título Poder Refrescante

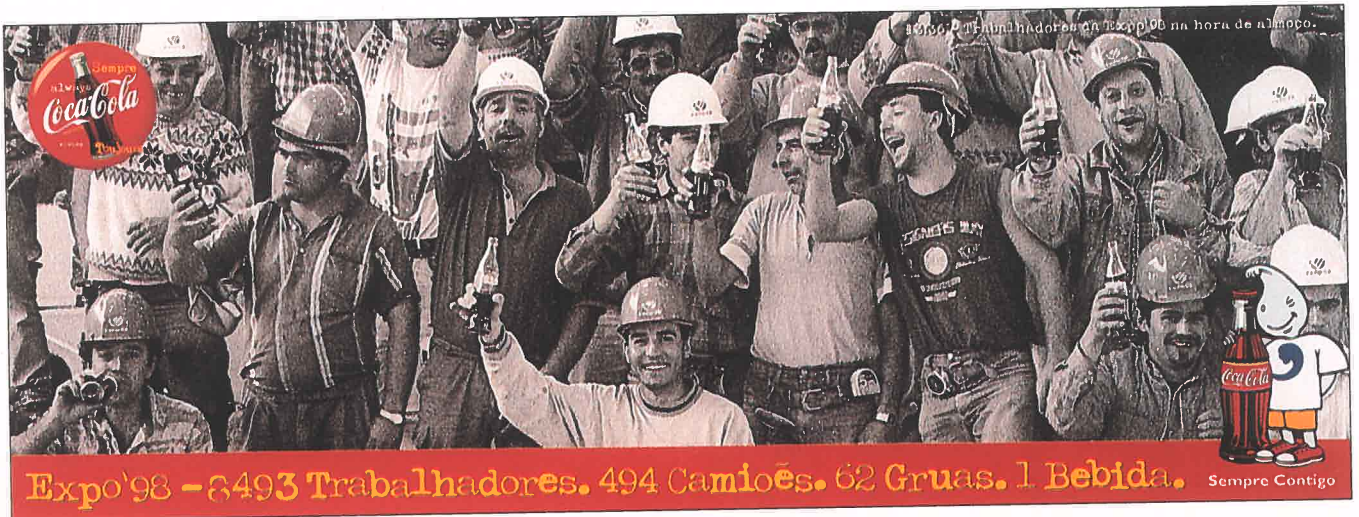
Anunciante Airwell

Director Criativo Jaime Mourão-Ferreira

Director de Arte Marcelo Medeiros
João Bacelar

Redactor João Castanho

Fotografia Francisco Prata



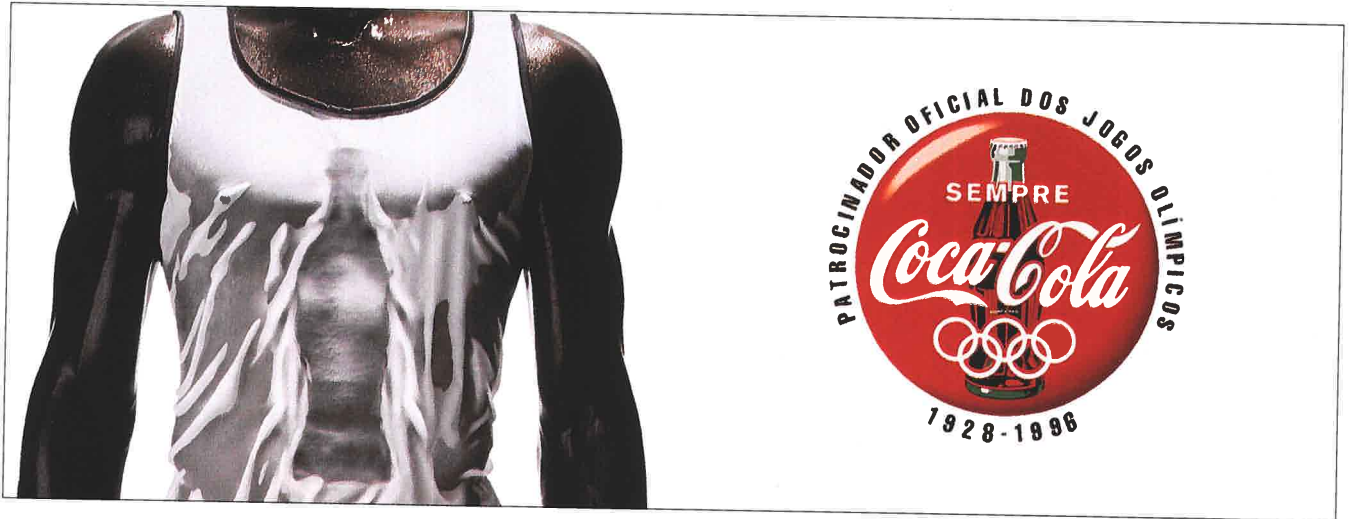
Headline: Expo'98 - 8493 Trabalhadores. 494 Camiões. 62 Gruas. 1 Bebida.

Headline: Expo'98 - 8493 Workers. 494 Trucks. 62 Cranes. 1 Drink.



BronzeBronze

Agência BMZ-Park
Título Trabalhadores Expo'98
Anunciante Coca-Cola
Director Criativo Mário Santiago
Director de Arte Mário Santiago
Redactor Tomás Mayer
Produtora Estela Rocha
Fotografia Xico Aragão



Headline: Patrocinador Oficial dos Jogos Olímpicos.

Headline: Olympic Games Official Sponsor.



BronzeBronze

Agência BMZ-Park

Título Suor

Anunciante Coca-Cola Company

Director de Arte Paal Myhre

Redactor Joaquim Coelho

Fotografia Francisco Prata

Pós-Produção Fotográfica Fotosete

Num minuto você e o seu Banco.



**CONSULTE O SALDO
NO MULTIBANCO
DO SEU TELEMÓVEL.**



 **Tele
MULTIBANCO**

Já disponível na rede Telecel.

Headline: **Consulte o saldo no multibanco do seu telemóvel.**

Headline: To check your balance use the cashpoint in your mobile phone.



BronzeBronze

Agência Nova Publicidade

Título Saldo

Anunciante SIBS

Director Criativo Judite Mota
Pedro Ferreira

Director de Arte João Madeira

Redactor Susana Sequeira

Produtor Frederico Cerejeiro

Fotografia Andrew Hall

Num minuto você e o seu Banco.



**PAGUE A LUZ
NO MULTIBANCO
DO SEU TELEMÓVEL.**



Já disponível na rede Telecel.

Headline: **Pague a luz no multibanco do seu telemóvel.**

Headline: To pay the electricity bill use the cashpoint in your mobile phone.



BronzeBronze

Agência Nova Publicidade

Título Luz

Anunciante SIBS

Director Criativo Judite Mota
Pedro Ferreira

Director de Arte João Madeira

Redactor Susana Sequeira

Produtor Frederico Cerejeiro

Fotografia Andrew Hall

Regresso às aulas



Headline: Regresso às aulas

Headline: Back to school



BronzeBronze

Agência TBWA EPG

Título Lápis

Anunciante Continente

Responsável no Cliente Miguel Almeida

Director Criativo Pedro Bidarra

Director de Arte José Heitor

Redactor Pedro Bidarra

Director de Contas Pedro Homem de Mello

Produtor Gráfico Luís Miguel

Fotografia Sais de Prata

Pós-Produção GPI



Headline: **Preservativos Harmony. Amor com segurança**

Headline: Harmony condoms



BronzeBronze

Agência TBWA EPG

Título BDF Medical / Harmony

Responsável no Cliente Cesar Calderon

Anunciante Harmony

Director Criativo Pedro Bidarra

Director de Arte José Heitor
Joana Arez

Redactor Gonçalo Morais Leitão

Director de Contas Paula Vidal

Fotografia João Palmeiro

Pós-Produção Grafiseis

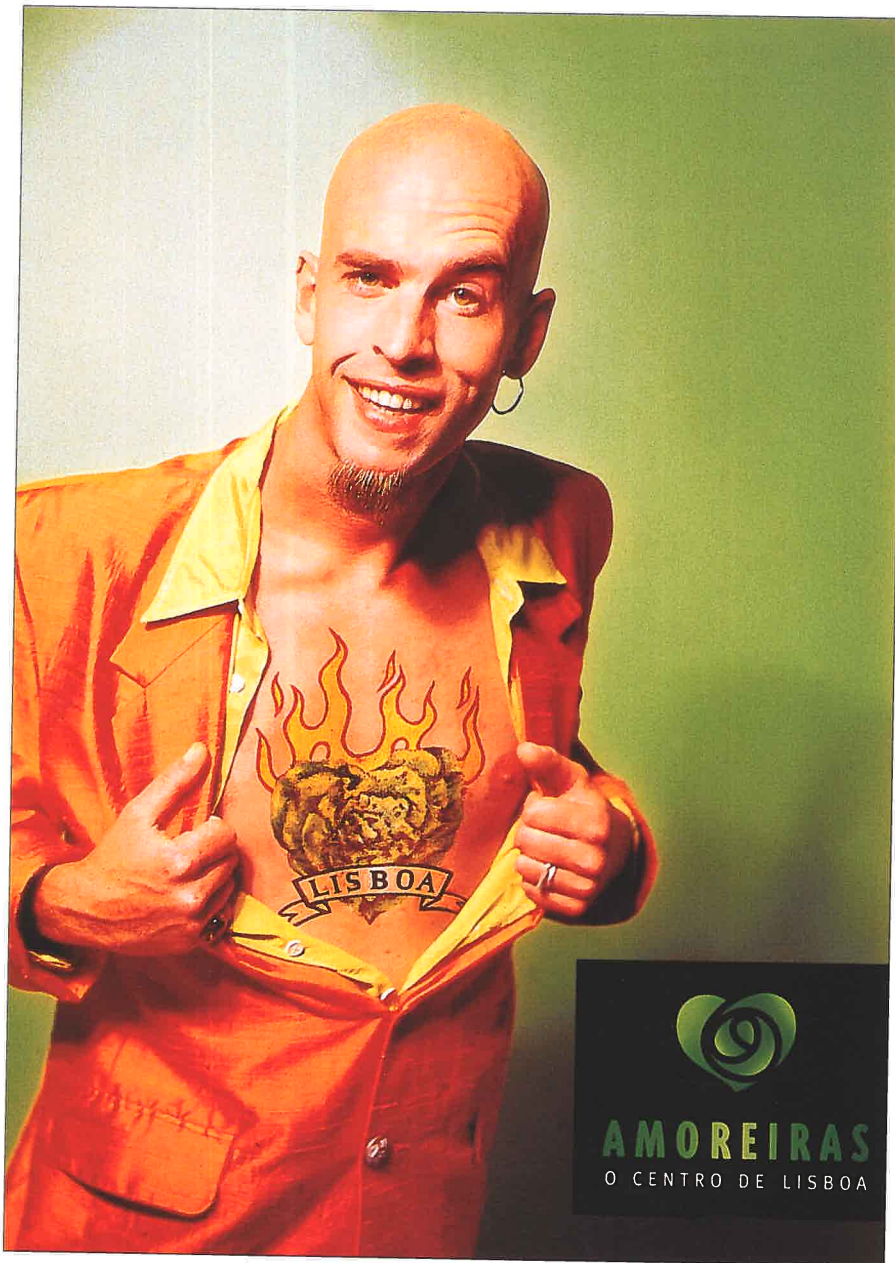


Baseline: Amoreiras
The Center Of Lisbon



BronzeBronze

- Agência** Abrinício
- Título** Anel
- Anunciante** Mundicenter
- Director Criativo** João Nuno Pinto
- Director de Arte** Alberto Faria
João Nuno Pinto
- Redactor** Margarida Nóbrega
- Produtor** Kenton Thatcher
- Fotografia** Kenton Thatcher



Baseline: Amoreiras
The Center Of Lisbon



BronzeBronze

Agência Abrinício

Título Tatoo

Anunciante Mundicenter

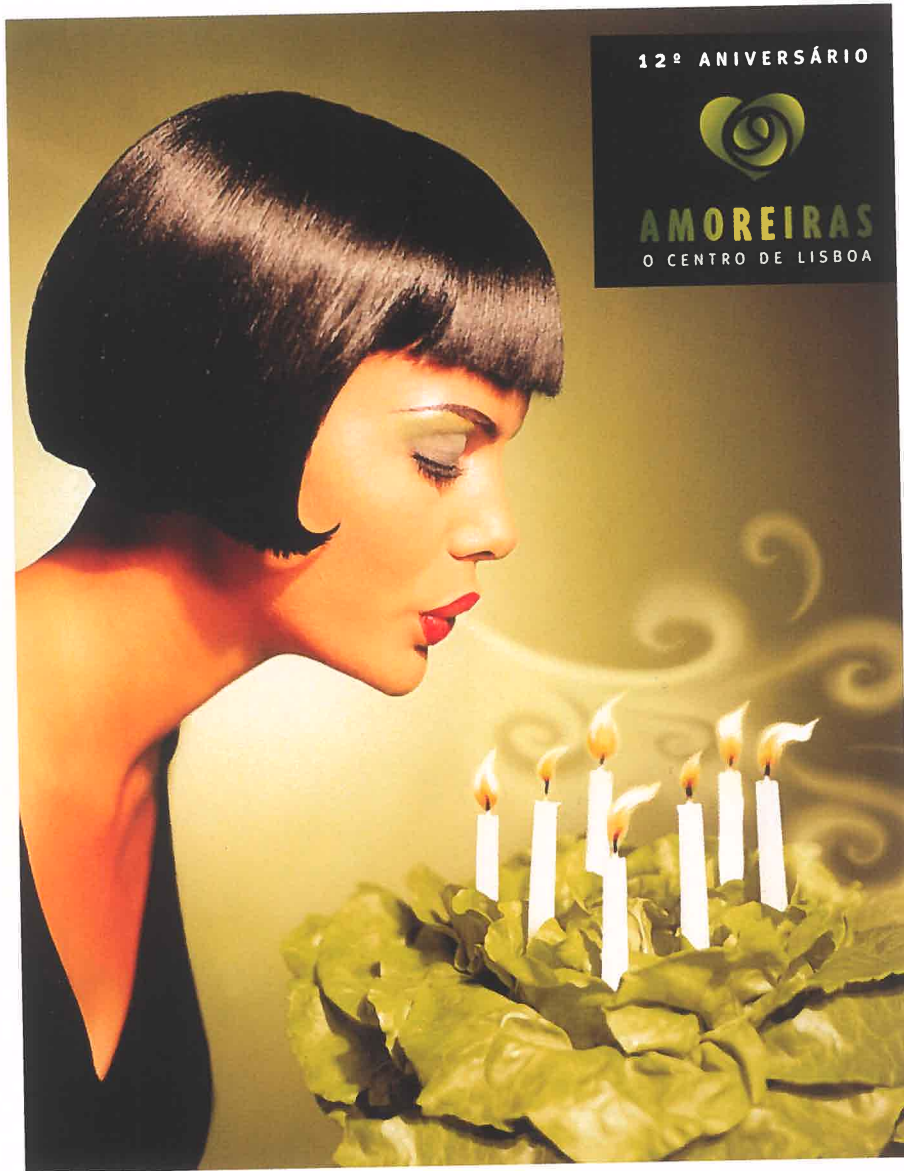
Director Criativo João Nuno Pinto

Director de Arte Alberto Faria
João Nuno Pinto

Redactor Margarida Nóbrega

Produtor Kenton Thatcher

Fotografia Kenton Thatcher



Baseline: Amoreiras
The Center Of Lisbon

Notes:
Because of its privilege site
and age, Amoreiras Shopping
Center, is the Center that lies
in the heart of Lisbon and it's
inhabitants, nicknamed as
"little lettuces".



Prémio Técnico Technique Award
Melhor Fotografia Best Photography

Manipulação Kenton Thatcher

Agência Abrinício

Título "12º Aniversário"
"Dia dos Namorados"
"Bouquet"
"Dia do Pai"

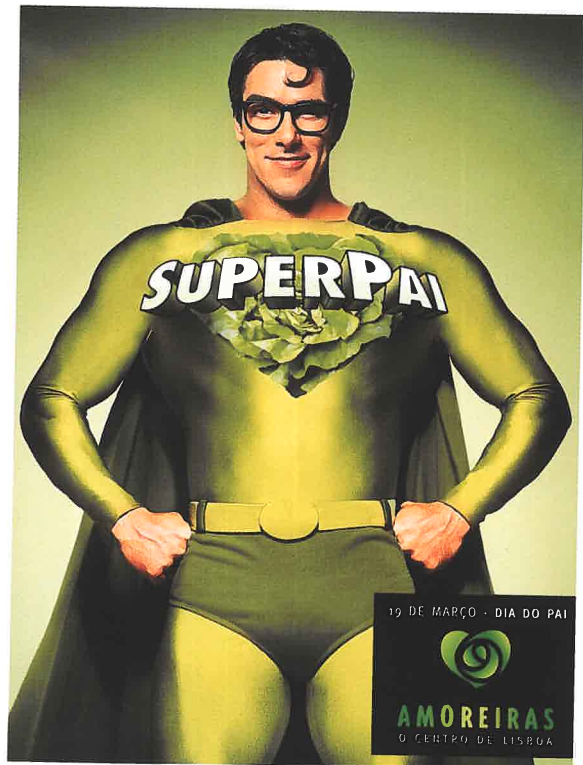
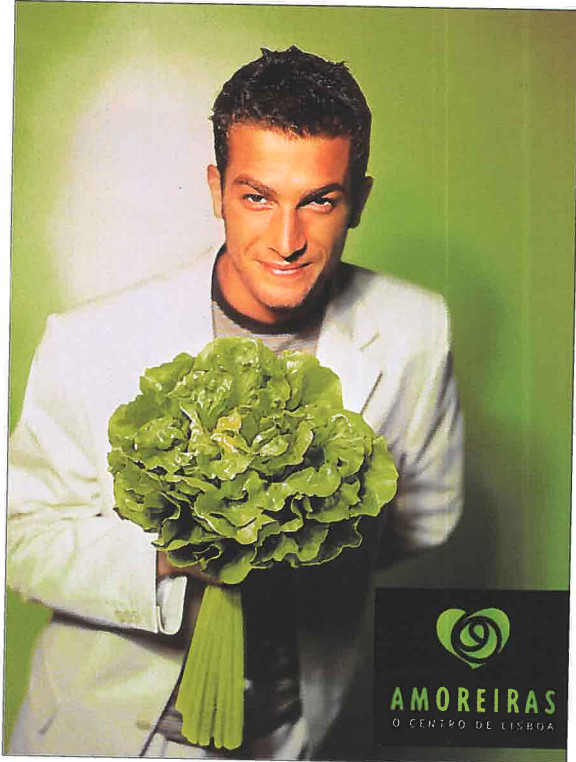
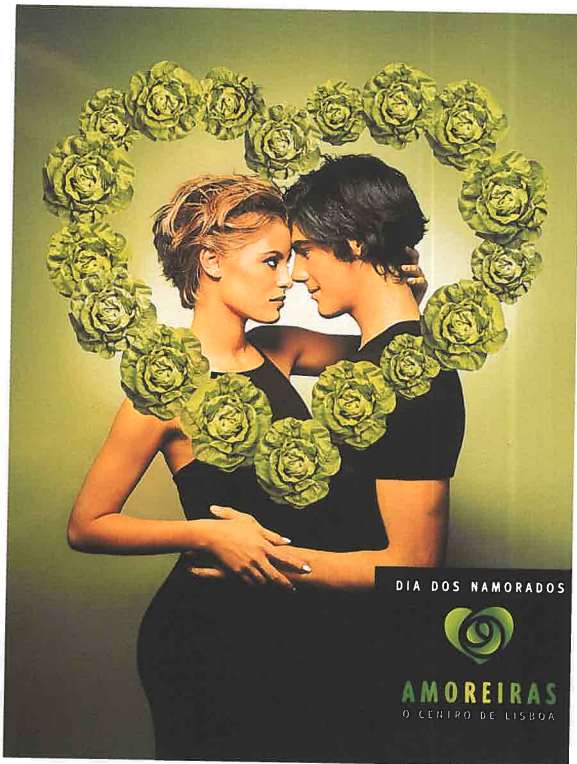
Anunciante Mundicenter

Director Criativo João Nuno Pinto

Director de Arte Alberto Faria
João Nuno Pinto
João Graça

Redactor Margarida Nobrega

Produtor Fotografia Kenton Thatcher





Finalista Shortlist

Agência BBDO Portugal

Título Casa

Anunciante Banco Universo - Habitação

Director Criativo Jorge Teixeira

Director de Arte Gito

Redactor Jorge Meneses



Headline: **É muito feio não usar peças genuínas**

Headline: It's very ugly not to use genuine parts

Finalista Shortlist

Agência TBWA EPG
Título Frankenstein
Anunciante Auto-Sueco
Director Criativo Pedro Bidarra
Director de Arte Pedro Caixado
Redactor Gonçalo Morais Leitão
Director de Contas Paulo Renato de Melo
Produtor Gráfico Luís Miguel
Fotografia Imagem de arquivo
Pós-Produção Grafiseis



**Verde,
código,
verde.**

Seja qual for o tamanho da sua lista de presentes, com o Multibanco você não se perde a fazer as compras de Natal. Utilize o meio de pagamento que simplifica tudo e está sempre a mão. Um bom Natal e compras felizes são os desejos do Multibanco.



Pague as compras com o seu cartão.

M U L T I B A N C O . N U M M I N U T O U O C E E O S E U B A N C O .

Headline: Verde, código, verde.

Headline: Green, code, green.

Note: In Portugal, when a client pays the shopping in a store with the bancard, the clerk usually says "Green, code, green". This phrase summarizes the procedure of pressing the personal code on the keypad of the payment terminal in the store.

Finalista Shortlist

Agência Nova Publicidade

Título Pai Natal

Anunciante SIBS

Director Criativo Pedro Monteiro

Director de Arte Orlando Gonçalves

Redactor Pedro Monteiro

Produtor Gabriela Nogueira
Orlando Gonçalves

Fotografia Leo Hol

SIVA

Audi

Audi A4.

Mesmo parado,
é impossível
de ultrapassar.

Headline: **Audi A4. Mesmo parado, é impossível de ultrapassar.**

Headline: Even parked is impossible to surpass.

Note: In Portuguese the word "ultrapassar" means both surpass and overtake.

Finalista Shortlist

Agência HPP Comunicação
Título Parado
Anunciante Siva - Audi
Director Criativo Zezo Carvalho
Director de Arte Pedro Oliveira
Redactor Zezo Carvalho
Fotografia João Palmeiro



QUEBRAR EM CASO
DE EMERGÊNCIA

Apaga A Sede.

Headline: **Quebrar em Caso de Emergência.
Apaga a Sede.**

Headline: **Break in Case of Emergency.
Puts Out Thirst.**

Finalista Shortlist

Agência J. Walter Thompson Publicidade, S.A.

Título Quebrar em Caso de Emergência

Anunciante Fima

Produto Lipton Ice Tea

Director Criativo João Espírito Santo

Director de Arte Duarte Pinheiro de Melo

Redactor Tiago Baltazar

Produtora Maria João Monteiro

Fotografia Peter Müller

**Verde,
código,
verde.**

Como em todas as alturas do ano, mas especialmente nesta, o Multibanco é o meio de pagamento mais prático ao seu alcance. Escolha os presentes, mande embrulhar e pague sem complicações. Um bom Natal e compras felizes são os desejos do Multibanco.



Pague as compras com o seu cartão.

M U L T I B A N C O . N U M M I N U T O U O C E E O S E U B A N C O .

Headline: Verde, código, verde.

Headline: Green, code, green.

Note: In Portugal, when a client pays the shopping in a store with the bancard, the clerk usually says "Green, code, green". This phrase summarizes the procedure of pressing the personal code on the keypad of the payment terminal in the store.

Finalista Shortlist

- Agência** Nova Publicidade
- Título** Reis Magos
- Anunciante** SIBS
- Director Criativo** Judite Mota
Pedro Ferreira
- Director de Arte** Orlando Gonçalves
- Redactor** Pedro Monteiro
- Produtor** Gabriela Nogueira
Orlando Gonçalves
- Fotografia** Leo Hol

**Think hard
in someone you love.
See, telepathy doesn't work.**

Call Home



Nota: Anúncio dirigido aos estrangeiros que se encontravam de férias em Portugal.

FinalistaShortlist

Agência Euro RSCG Publicidade

Título Call Home "Telepathy"

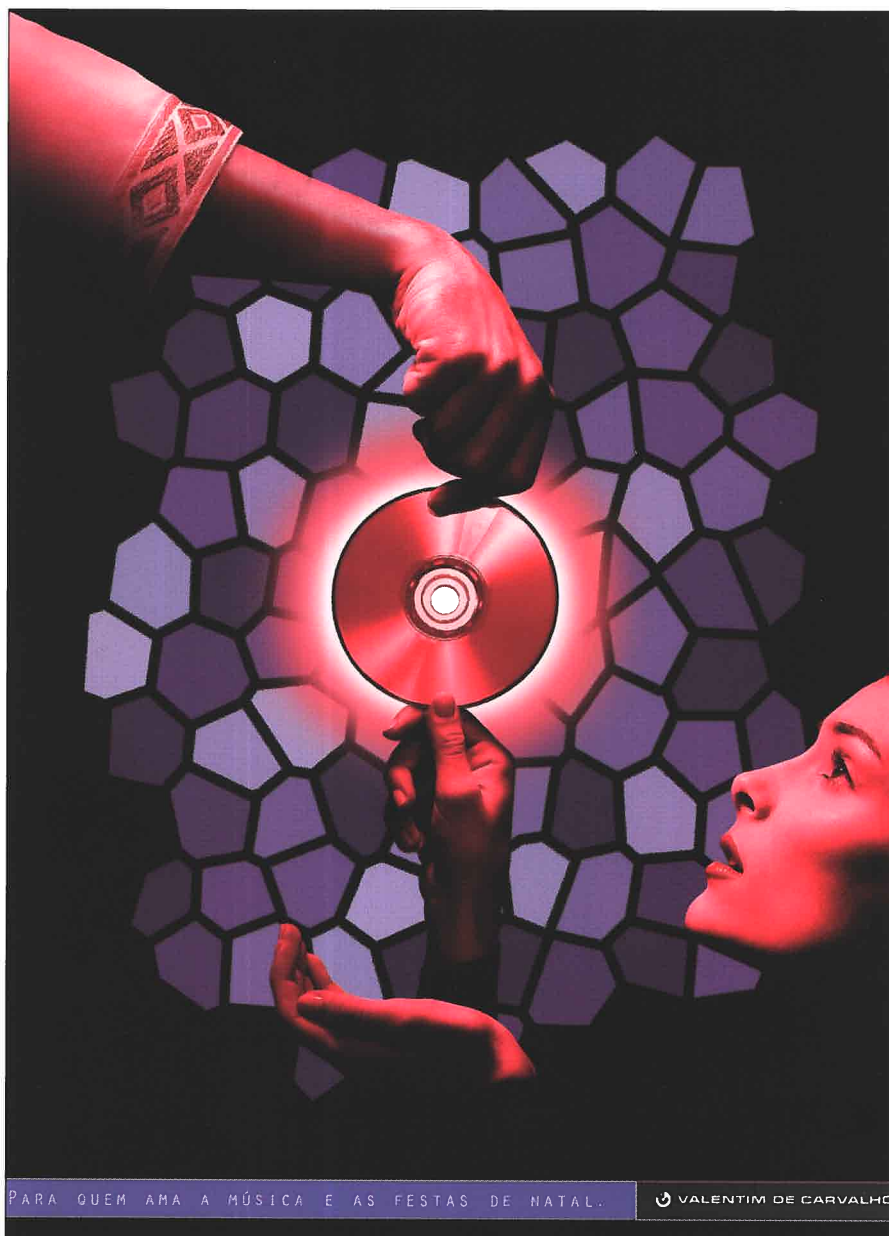
Anunciante Marconi

Director Criativo Paulo Monteiro

Director de Arte Paulo Monteiro

Redactor Carlos Luz

Produtora Michele Demoustier



Headline: **Para quem ama a música e as festas de Natal.**

Headline: Valentim de Carvalho music store. For people who love music. (Xmas poster)

Finalista Shortlist

- Agência** Ammirati Puris Lintas
- Título** Comunhão
- Anunciante** Valentim de Carvalho
- Director Criativo** Leandro Alvarez
- Director de Arte** Pedro Bexiga
- Redactor** António Pereira
- Produtor** Carlos António
Rui Paz
- Fotografia** Francisco Prata
- Pós-Produção** Fotosete

124
125



Pedro Monteiro
Presidente do júri

RádioRadio



Alexandre Bezerra



Isabel Zambujal



Manuel Faria



Nuno Viegas

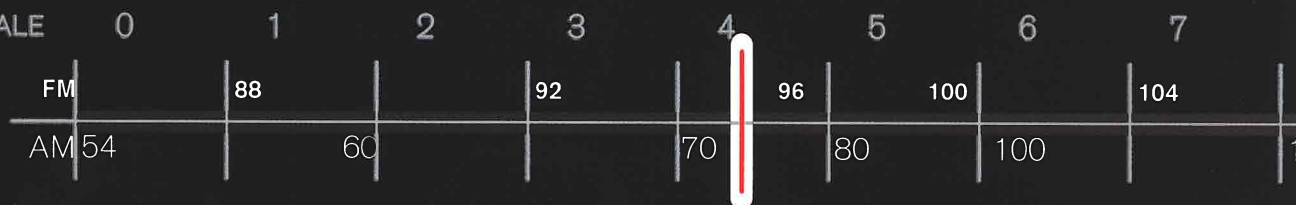


Susana Sequeira



Tiago Baltazar

LOG SCALE



A categoria
de Rádio é
patrocinada por:

Radio
category is
sponsored by:



9

10

108

MHZ

160

x10KHz

**Não ando com dinheiro não
Só um cartão
Não ando com moedas não
Nem um tostão**

**Porta Moedas Multibanco
É a resposta
A massa fica lá no banco
E eu na costa**

**Tomo gelado e imperial
E ele paga
Peço uma sandes e o jornal
E ele paga**

**Não ando com dinheiro não
Tem mais a ver
Não ando com moedas não
Só o PMB**

Rua Mestre de Ariz, 17 Telefone Fax
Algos 1495 Lisboa 411 55 65 411 55 76
Capital Social Contribuição CEC 21842
26.800.000,00 102.342.480 268.225



OuroGold

Agência Nova Publicidade
Título Reggae
Anunciante SIBS
Director Criativo Judite Mota
Pedro Ferreira
Redactor Leandro Alvarez
Produtor Frederico Cerejeiro
Produtora Play it Again

Young & Rubicam Portugal

Young & Rubicam (Portugal) Publicidade, Lda.
 Av. Eng. Duarte Pacheco, 19 - 6.º, 10º, 11º
 1070 Lisboa - Portugal
 Tel. (01) 381 63 00
 Fax (01) 381 63 11

Voz Fem.:

A partir dos 65 anos, as hipóteses de um homem ter:

Um ou dois joanetes, um pouco de surdez, tendência para a hipocondria, a carta de condução não renovada, menos cuidado com a aparência, pouco cuidado com o que diz, a mania de falar alto, falta de paciência, falta de cabelo, menos sono, menos força e até menos interesse, aumentam significativamente.

Agora, imagine viver com um homem assim e sem dinheiro.

Voz C:

Super Poupança Fiscal BES.

O PPR na idade certa para aquela certa idade.

Informe-se já aos balcões do Banco Espírito Santo

ADLAFHRI	BURIRAY	CEBAE RAPHIS	FRANKFURT	JOHANNESEBURG	MASHEA	OSLO	SAN JUAN	STAMBOUL	WILMINGTON
AMSTERDAM	BIRMINGHAM	CHICAGO	GENOVA	KUALA LUMPUR	MELBOURNE	PARIS	SANTO DOMINGO	TAIPEI	ZURICH
ATHENS	BIRMINGHAM	CINGENSAI	GHANAMA CITY	HAMA	MISCO CITY	PRAGUE	SANTO DOMINGO	TORYO	
AUCKLAND	BUCHAREST	COPTENHAGEN	HARARE	LEBON	MILAN	QUITO	SÃO PAULO	TORONTO	
BANGKOK	DE DUKOFF	HOE WODOS	HONGKONG	LONDON	MONTENEGRO	RAJEGH	SEOUL	TRINIDAD	
BARCELONA	BUSINESS AIRS	HOTELMOT	HONG KONG	HONG KONG	HONG KONG	MONTECARLO	SIANGHAI	VIENNA	
BEIJING	CANTON	BRUSSELS	OTAWA	LISSA	NAIROBI	ROMA	SINGAPORE	WARSAW	
BEGGATA	CARACAS	DUBLIN	JAKARTA	MAHRIE	NEW YORK	SAN FRANCISCO	STOCKHOLM	WASHINGTON	

Capital Social integralmente realizado de 24 000 000\$000 • Reg. na C.ª de Registo Commercial de Lisboa sob n.º 649 • NIPC 502 178 370

PrataSilver



- Agência** Young & Rubicam Portugal
- Título** Mulher
- Anunciante** Banco Espírito Santo
- Director Criativo** Elisabete Vaz Mena
Cristiano Zuncuoghi
- Director de Arte** Cristiano Zuncuoghi
- Redactor** Elisabete Vaz Mena
- Produtor** Manuel D'Avillez
- Produtora** Chiquita Banana
- Banda Sonora** Chiquita Banana
- Locução** Fátima Belo
Luis Gaspar

Young & Rubicam Portugal

Young & Rubicam (Portugal) Publicidade, Lda.
 Av. Eng. Duarte Pacheco, 19 - 05. 10º, 11º
 1070 Lisboa - Portugal
 Tel. (01) 381 63 00
 Fax (01) 381 63 11

**Estava tudo à espera dela
 desde o mercado à viela
 Desde o novo ao mais velhinho
 E vai que surge tão bela
 que os olhares são só para ela
 mal se cruzam no caminho.**

**Mas ela airosa e segura
 procura um amor ardente
 e Fula sai logo à procura
 de quem derreta no quente.
 Então a prova de amor
 é finalmente chegada
 quando alguém levanta a mão...
 e lhe dá uma facada.**

Margarina Fula o bom sabor dos alimentos.

ABU DHABI HONGKONG COLON BAPIN BRANCO BREITENBURG MIAMI CAIRO SUVAVA SINGAPORE WASHINGTON
 AMSTERDAM BOMBAY CHICAGO GENEVA KUALA LUMPUR MELBOURNE PARIS SANTO AGOSTO SINGAPORE
 ATHENS BUDAPEST CANTON GUATEMALA CITY LIMA SINGAPORE PRAGUE SANTO DOMINGO TOKYO
 AUCKLAND BUCHAREST COPENHAGEN HAMBURG LONDON MIAMI QUITO SANTIAGO DE LOS CABALLEROS TAIPEI
 BANGKOK BUDAPEST DUBLIN HONG KONG HONG KONG HONG KONG HONG KONG HONG KONG HONG KONG HONG KONG
 BARCELONA BEIRUT BERLIM BIRMINGHAM BIRMINGHAM BIRMINGHAM BIRMINGHAM BIRMINGHAM BIRMINGHAM BIRMINGHAM
 BEIJING CARACAS CHICAGO CHICAGO CHICAGO CHICAGO CHICAGO CHICAGO CHICAGO CHICAGO CHICAGO CHICAGO
 BOGOTA CARACAS CHICAGO CHICAGO CHICAGO CHICAGO CHICAGO CHICAGO CHICAGO CHICAGO CHICAGO CHICAGO

Capital Social inscrita no Registo de 24 000 000 000 • RSC, na Cont. do Registo Comercial de Lisboa sob n.º 619 • NIPC 502 178 370



Bronze

- Agência** Young & Rubicam Portugal
- Título** Facada
- Anunciante** Sovena
- Director Criativo** Elisabete Vaz Mena
Cristiano Zuncuoghi
- Director de Arte** Cristiano Zuncuoghi
- Redactor** Elisabete Vaz Mena
- Produtor** Sandra Ribeiro
- Produtora** Som de Lisboa
- Banda Sonora** Som de Lisboa
- Locução** João de Carvalho
Luis Gaspar



■ ■ ■

Jingle

Cliente	Mundicenter	Produto	Amoreiras	Data	08.05.95
Ação	Institucional	Nº OT	97 0009	Versão	1

1 min.
(Música de estilo drum n' bass)

**Está na alma de Lisboa
Ser assim tão alfacinha
Gostar tanto de aqui viver
E ter tanto que escolher**

**É talvez uma paixão
Amoreiras no Coração
Mas é esta a sensação
Aqui no centro da cidade
É assim há tanto tempo
Já é nosso bem de verdade**

**É com certeza uma paixão
Amoreiras no coração**

**Loc:
Amoreiras
O Centro de Lisboa**

Abriñicio - Publicidade e Comunicação, Lda. - Grupo - R. Marquês de Fronteira, nº 111, 1º e 2º Esq. - 1070 LISBOA - Tels. 587 26 52 / 587 81 02 - Fax 588 80 02
Contribuinte nº 500 007 250 - Capital Social: 19 600 000\$000 - Matriculada na Cons. Com. de Lisboa sob o nº 47 857
Internet e-mail: abriñicio@telopac.pt

Finalista Shortlist

Agência	Abriñicio
Título	Jingle Amoreiras
Anunciante	Mundicenter
Director Criativo	João Nuno Pinto
Director de Arte	Alberto Faria
Redactor	Margarida Nóbrega
Produtora	Som de Lisboa
Banda Sonora	Som de Lisboa

Young & Rubicam Portugal

Young & Rubicam (Portugal) Publicidade, Lda.
 Av. Eng. Duarte Pacheco, 19 - 6º, 10º, 11º
 1070 Lisboa - Portugal
 Tel. (01) 381 63 00
 Fax (01) 381 63 11

Cantado:
**Eu tenho três amores para os quais eu ligo mais...
 mas não tenho a certeza
 a qual eu falo mais...**

**mas não tenho a certeza
 a qual eu falo mais...
 Eu tenho três amores para os quais eu ligo mais...**

Voz de Cia:
**Com o Desconto Chamadas Frequentes de Telecel você
 tem 20% de desconto para os três números que costuma
 ligar mais. Válido para planos regulares de tarifas e
 chamadas nacionais. Mensalidade 5000\$00 + IVA.**

Cantado:
**Que este desconto não acabe
 que eu vou ligar mais para as três.**

**E enquanto ele durar,
 vou poder poupar de vez.**

**Para mais informações ligue doze doze do seu Telecel.
 Telecel. Onde você estiver, está lá.**

Coro:
**Blá, Blá, Blá, Blá, Blá, Blá...
 (Telecel, Telecel, Telecel, Telecel...)**

AMSTERDAM	BOMBAY	CHICAGO	FRANKFURT	GENOVA	HAMBURG	HONG KONG	KUALA LUMPUR	LONDRES	MADRID	MILAO	MUNICH	PARIS	SAN JUAN	STOCKHOLM	WASHINGTON
ATLANTA	BIRMINGHAM	CANTON	CHENNAI	CHONGQING	CHUNGKING	COLOMBO	GUANGZHOU	HAIKUI	HONGKONG	INDIANAPOLIS	JAKARTA	KUALA LUMPUR	LAHORE	MANILA	MUMBAI
NEW YORK	OSAKA	PRAGA	RIYADH	SINGAPORE	TAIPEI	TOKYO	YOKOHAMA	ALGERIA	BEIRUT	BOMBAY	BUENOS AIRES	CAIRO	CHICAGO	COLOMBO	DUBLIN
HONG KONG	INDIANAPOLIS	JAKARTA	KUALA LUMPUR	LAHORE	MANILA	MUMBAI	NEW YORK	SAN FRANCISCO	SINGAPORE	STOCKHOLM	WASHINGTON	ALGERIA	BEIRUT	BOMBAY	BUENOS AIRES

Capital Social integralmente realizado de 21 000 000\$00 • Reg. na C.A.M. de Registo Comercial de Lisboa sob n.º 6-49 • NIPC 502 178 370

Finalista Shortlist

- Agência** Young & Rubicam Portugal
- Título** 3 Amores
- Anunciante** Telecel
- Director Criativo** Elisabete Vaz Mena
Cristiano Zuncuoghi
- Director de Arte** Pedro Magalhães
Gil D'Orey
- Redactor** Maria Pedro Figueiredo
Eduardo Marques
- Produtor** Sandra Ribeiro
- Produtora** Som de Lisboa
- Banda Sonora** Som de Lisboa
- Locução** Marco Quelhas
Mila Belo
Jaime Fernandes

Young & Rubicam Portugal

Young & Rubicam (Portugal) Publicidade, Lda.
 Av. Eng. Duarte Pacheco, 19-6º, 10º, 11º
 1070 Lisboa - Portugal
 Tel. (01) 381 63 00
 Fax (01) 381 63 11

Se eu tivesse uma vitamina R telefonava para o meu namorado, não tenho uma vitamina R, mas se tivesse telefonava, e dizia-lhe que gosto muito dele, eu não tenho namorado, mas se tivesse dizia-lhe, e ele ia buscar-me ao emprego, não trabalho, mas se trabalhasse e se tivesse um namorado gostava que ele me fosse buscar ao emprego, ele até me podia telefonar prá Vitamina R, se eu tivesse 29.900, não tenho 29.900, mas se tivesse, tinha uma Vitamina R..... e telefonava pró meu namorado.

Loc:
Se está por fora toma já uma vitamina R. Aquela dos descontos radicais. Agora por apenas 29.900. Vitamina R. Quem não tem está fora. Telecel. Onde você estiver, está lá.

ABUJADE BOMBAY CUMBE RAPIDS FRANKFURT JOHANNESBURG MANILA OSLO SAN JUAN SYDNEY WILMINGTON
 AMSTERDAM BRISBANE CHICAGO GINEVRA KIALLA LUSIPUR MELBOURNE PARIS SANTIAGO TAIPEI ZURICH
 ATHENS BRISBANE CHICAGO GINEVRA KIALLA LUSIPUR MELBOURNE PARIS SANTIAGO TAIPEI ZURICH
 AUCKLAND BUCHAREST COPENHAGEN HARARE LIMA MEXICO CITY QUITO SAO PAULO TORONTO
 BANGOR BIRMINGHAM DIE SWITZERS HEDERNA LONDON MONTEVIDEO RALEIGH SEOUL TRINIDAD
 BARCELONA BUENOS AIRES DUBLIN HONG KONG LOS ANGELES MONTREAL RIO DE JANEIRO SHANGHAI VIENNA
 BEIJING CAIRO DUBLIN ISTANBUL LISBONA MADRID NEW YORK ROME SINGAPORE STOCKHOLM WASHINGTON
 BANGOR BIRMINGHAM BUCHAREST COPENHAGEN HARARE LIMA MEXICO CITY QUITO SAO PAULO TORONTO
 BARCELONA BUENOS AIRES DUBLIN HONG KONG LOS ANGELES MONTREAL RIO DE JANEIRO SHANGHAI VIENNA
 BEIJING CAIRO DUBLIN ISTANBUL LISBONA MADRID NEW YORK ROME SINGAPORE STOCKHOLM WASHINGTON

Capital Social Integralmente realizado de 24 000 000\$000 • Reg. na Cons. do Registo Comercial de Lisboa sob n.º 649 • NIPC 502 178 370

Finalista Shortlist

- Agência** Young & Rubicam Portugal
- Título** Mas se Tivesse
- Anunciante** Telecel
- Director Criativo** Elisabete Vaz Mena
Cristiano Zuncuoghi
- Director de Arte** Joana Areal
- Redactor** Teresa Azevedo
- Produtor** Miguel Nunes
- Produtora** Digital Mix
- Banda Sonora** Digital Mix
- Locutor** Maria Rueff
Jaime Fernandes

Young & Rubicam Portugal

Young & Rubicam (Portugal) Publicidade, Lda.
 Av. Eng. Duarte Pacheco, 19 - 6º, 10º, 11º
 1070 Lisboa - Portugal
 Tel. (01) 381 65 00
 Fax (01) 381 65 11

Voz Fem.:
Avózinha. Porque é que tens uns olhos tão grandes?

Voz Masc.:
É para te ver melhor minha filha.

Voz Fem.:
E porque é que tens umas orelhas tão grandes?

Voz Masc.:
É para te ouvir melhor minha querida.

Voz Fem.:
E porque é que tens as pernas tão compridas?

Voz Masc.:
É para ir mais depressa pagar as contas da água da luz e do telefone.

Voz Fem.:
AAAAHHHH! Tu não és a minha avózinha. Porque ela paga tudo com o Serviço Telemultibanco da Telecel. Socorro. Socorro. Socooooorro.

Voz C:
Bem o resto da história você já sabe. Para mais informações consulte o seu Banco ou ligue para o serviço informativo Telemultibanco através do mil setecentos e um da rede Telecel. Telecel. Onde você estiver, está lá.

ATLANTA	BOMBAY	CHICAGO	FRANKFURT	JAHANNESBURG	MANILA	OMEGA	SANJUAN	SIDNEY	WASHINGTON
AMSTERDAM	BURBANK	CHICAGO	GENOVA	KUALA LUMPUR	MELBOURNE	PARIS	SANTO DOMINGO	TOKYO	ZURICH
ATHENS	BUSINESS	COLUMBIA	GUATEMALA CITY	HAMA	MEXICO CITY	PRAGUE	SANTO DOMINGO	TOKYO	
AUCKLAND	BRISTOL	COPENHAGEN	DUBAI	ERSON	MILAN	QUITO	SAO PAULO	TORONTO	
BANGKOK	BIRMINGHAM	DENVER	HONGKONG	LONDON	MONTREAL	RIYADH	SEOUL	TORONTO	
BARCELONA	BIRMINGHAM	DETROIT	HONGKONG	LOS ANGELES	MONTREAL	RIYADH	SHANGHAI	VIENNA	
BEIJING	CAPE TOWN	DUBLIN	HOUSTON	LOS ANGELES	MONTREAL	RIYADH	SINGAPORE	WASHINGTON	
BURBANK	CAROLAS	DUBLIN	JAKARTA	MADRID	NEW YORK	SAN FRANCISCO	STUTTGART	WASHINGTON	

Capital Social Integralmente realizado de 24 000 000\$000 • Reg. em Cons. do Registo Commercial de Lisboa sob n.º 649 • NIPC: 502 178 370

Finalist Shortlist

- Agência** Young & Rubicam Portugal
- Título** Capuchinho Vermelho
- Anunciante** Telecel
- Director Criativo** Elisabete Vaz Mena
Cristiano Zuncuoghi
- Director de Arte** Cristiano Zuncuoghi
- Redactor** Elisabete Vaz Mena
- Produtor** Sandra Ribeiro
- Produtora** Chiquita Banana
- Banda Sonora** Chiquita Banana
- Locução** António Cordeiro
Mila Belo
Jaime Fernandes

Young & Rubicam Portugal

Young & Rubicam (Portugal) Publicidade, Lda.
 Av. Eng. Duarte Pacheco, 19 - 6º, 10º, 11º
 1070 Lisboa - Portugal
 Tel. (01) 381 63 00
 Fax (01) 381 63 11

Voz Masc.:

**A partir dos 65 anos, as hipóteses de uma mulher ter:
 Falta de memória, pouco que fazer, a mania das
 doenças, sons trocados, maior adoração por tele-
 novelas, um braço colado ao telefone, falta de roupa,
 falta de assunto, menos vontade de agradar e até
 amigas mais chatas que ela, aumentam significativa-
 mente.**

**Agora, imagine viver com uma mulher assim e sem
 dinheiro.**

Voz C:

**Super Poupança Fiscal BES.
 O PPR na idade certa para aquela certa idade.**

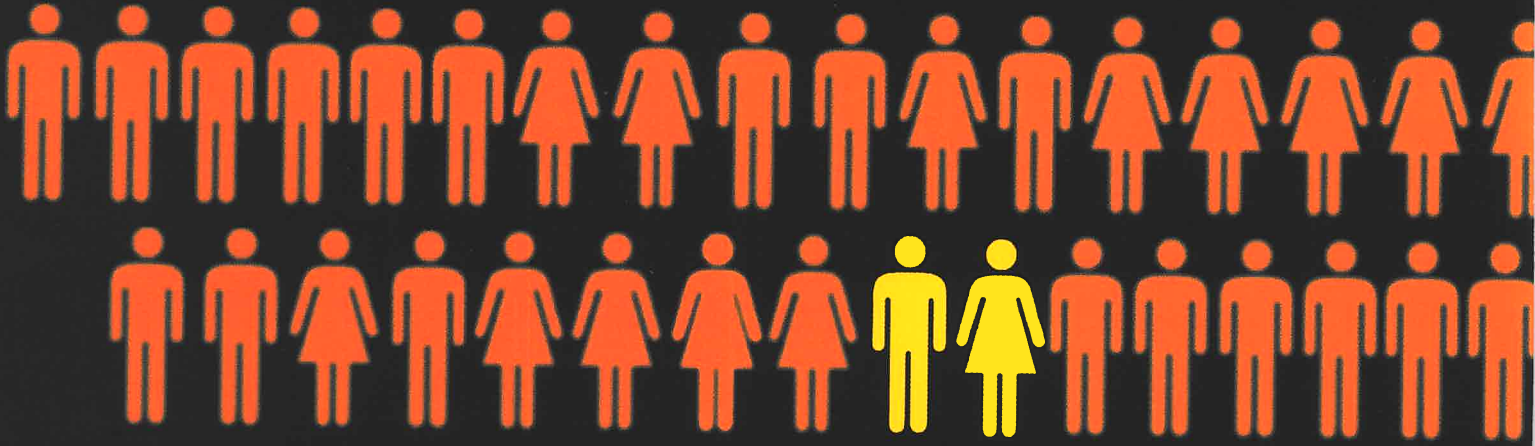
Informe-se já aos balcões do Banco Espírito Santo

ADLAIDE	BOMBAY	CEIBA RAPIDS	FRANKFURT	JOHANNESBURG	MANILA	OSLO	SAN JUAN	SYDNEY	WILMINGTON
AMSTERDAM	BREMEN	CHICAGO	GUENYA	HEILAUMPUH	MELBOURNE	PARIS	SANTIAGO	TAIPEI	ZURICH
ATHENS	BRUSSELS	CINCINNATI	GUATEMALA CITY	LIMA	MEXICO CITY	PRAGUE	SANTO DOMINGO	TOKYO	
AUCKLAND	BICHARIST	COPENHAGEN	HARARE	LEONOR	MILAN	QUITO	SIO FIELD	TOKYO	
BANGOR	BIRMINGHAM	HO HOVING	HEAVEN	LONDON	MONTREAL	RALEIGH	REYKJ	TRINIDAD	
BARCELONA	BUENOS AIRES	DETROIT	HONG KONG	LOS ANGELES	MONTREAL	RIO DE JANEIRO	SIANGHAI	VIENNA	
BEIJING	CAPE TOWN	HONGKONG	ETANBUR	TSUBASA	PARIS	RENE	SINGAPORE	WASKAW	
BOGOTA	CORACA	DUBLIN	JAKARTA	MADRID	NEW YORK	SAN FRANCISCO	STOCKHOLM	WASHINGTON	

Capital Social Integramente realizado de 24 000 000\$00 • Reg. na Cms. do Registo Comercial de Lisboa sob n.º 68 • NIPC 502 178 370

Finalists Shortlist

- Agência** Young & Rubicam Portugal
- Título** Mulher
- Anunciante** Banco Espírito Santo
- Director Criativo** Elisabete Vaz Mena
Cristiano Zuncuoghi
- Director de Arte** Cristiano Zuncuoghi
- Redactor** Elisabete Vaz Mena
- Produtor** Manuel D'Avillez
- Produtora** Chiquita Banana
- Banda Sonora** Chiquita Banana
- Locutor** Fátima Belo
Luis Gaspar



Mário Santiago
presidente do júri

Causas Sociais Public Service and e Serviços Públicos Charities



Cidmar Castro



Cristiano Zancuoghi



Albano Homem de Mello



Filomena Bonecas



José Ricardo Monteiro



António Belchior



A categoria
Causas Sociais e
Serviços Públicos
é patrocinada por:

Public Service and
Charities category
is sponsored by:

Ogilvy & Mather, Portugal



Entre outras coisas, a Indonésia continua a fabricar toda a espécie de atrocidades contra o povo Timorense. Por isso, sempre que vir produtos com a etiqueta Made in Indonesia, não compre. Lembre-se que eles só são baratos para si porque outros pagam caro.



OuroGold

Agência Young & Rubicam Portugal
Título Código
Meio Imprensa
Anunciante Sindicato dos Jornalistas - Timor
Director Criativo Elizabete Vaz Mena
Cristiano Zancuoghi
Director de Arte Cristiano Zancuoghi
Redactor Elizabete Vaz Mena
Fotografia Picto
João Trabuço



OuroGold

Agência Young & Rubicam Portugal

Título Código

Meio Outdoor 8x3

Anunciante Sindicato dos Jornalistas - Timor

Director Criativo Elizabete Vaz Mena
Cristiano Zancuoghi

Director de Arte Cristiano Zancuoghi

Redactor Elizabete Vaz Mena

Fotografia Picto
João Trabuco



OuroGold

Agência Young & Rubicam Portugal
Título Made in Indonésia
Meio TV
Anunciante Sindicato dos Jornalistas - Timor
Director Criativo Elizabete Vaz Mena
Cristiano Zancuoghi
Director de Arte Cristiano Zancuoghi
Redactor Elizabete Vaz Mena
Produtor RTV Sandra Ribeiro
Produtora Nova Imagem
Realizador Paulo Carboila
Banda Sonora Som de Lisboa



O filme passa-se num cemitério de automóveis. Um homem, dono do ferro velho, passeia num corredor entre duas filas de carros acidentados. À medida que vai andando, aponta para alguns dos carros e fala sobre a trágica história destes:

SFX

"Este aqui, passou um vermelho, iam 3 pessoas lá dentro."

Video

Entra dentro de um carro, e senta-se no banco do condutor:

Audio

"Isto é que era uma máquina, o tipo passou dos 200."

Video

Fora do carro, continua a caminhada. Aponta para outro automóvel e diz:

Audio

"Meteu-se nos copos, nem 2 quilómetros andou."

Audio

"Aquele adormeceu e nunca mais acordou."

Video

O homem pára junto de uma cadeira, no meio de dois carros. Olha para o espaço, depois para a câmara e diz:

Audio

"Faz favor, não tenha pressa que eu agora tenho pouco espaço."

Loc.

Você acha que só acontece aos outros. Os outros pensam o mesmo. Dê prioridade à vida.

P.S.

(Logotipo de campanha mais logotipo PRP.)

Video

The owner of a automobile junkyard walks among the crashed cars and offers his views, with extreme coolness, on how the different accidents happened. One driver failed to stop at a red light, another was driving over 200 km/h, a third was driving while drunk whilst a fourth fell asleep at the wheel. With the same coolness, he ends his descriptions asking the automobile drivers not to hurry into accidents, for his auto junkyard is running out of space.



Agência	Nova Publicidade
Título	Ferro Velho
Meio	TV
Anunciante	P.R.P.
Director Criativo	Judite Mota Pedro Ferreira
Director de Arte	João Madeira Orlando Gonçalves
Redactor	Susana Sequeira Pedro Monteiro
Produtor RTV	Gabriela Nogueira
Produtora	A Filmar
Produtor	Carlos Reis
Realizador	Hector Martinez
Director de Fotografia	Raffa Liuch
Banda Sonora	Digital Mix



Video
O filme começa com um rapaz e uma rapariga numa duna.

Video
Open on a boy and a girl in a dune.

Corta para abutres a voarem em círculos.

Cut to vultures circling.

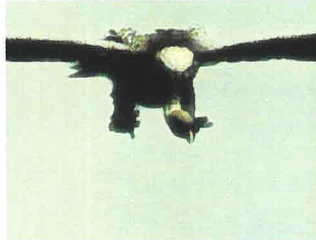
Corta para rapaz e rapariga deitados na areia a beijarem-se.

Cut back to boy and girl laying in the sand kissing.

Cut back to vultures flying over boy and girl.

Corta para os abutres a voarem sobre o casal.

Cut back to boy and girl seriously making up.



Corta para uma cena de amor.

Cut back to vultures hanging on the tree observing.

Corta para abutres pousados na árvore a observá-los.

Cut back to girl tearing a pack of condom.

Corta para a rapariga a rasgar um pacote de preservativo.

Cut to vultures taking off and flying away.

(Cut to)

Corta para abutres levantando voo.

Super:
Condom Compulsory. Because Aids exists.



Pack shot:
Preservativo. Obrigatório usar. Porque a sida existe.



PrataSilver



Agência TBWA EPG

Título Abutres

Meio TV

Anunciante Abraço

Responsável no Cliente Margarida Martins

Director Criativo Pedro Bidarra

Director de Arte Pedro Caixado

Redactor Gonçalo Morais Leitão

Director de Contas Paulo Renato de Melo

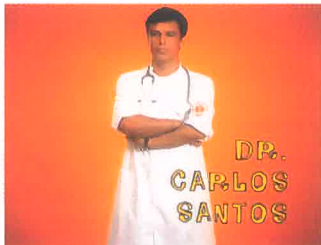
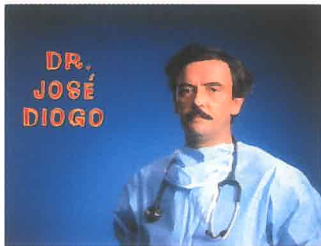
Produtor RTV Frederico Cerejeiro

Produtora Diamantino Filmes

Realizador Diamantino Ferreira

PORQUE A SIDA EXISTE.

ABRACO



Sobre fundos coloridos, tipo Banda Desenhada, vão aparecendo alguns dos voluntários da AMI. Não aparecem sempre no mesmo lugar do enquadramento, nem na mesma posição. Podem ter vestidas batas ou ter algum instrumento identificativo da sua profissão. O nome respectivo de cada um aparece sempre como legenda.

Loc.:

- O José. Não é o Batman mas trabalha noites a fio para salvar vidas.

O Carlos. Não terá os poderes do Mandrake mas faz magia com os poucos meios que tem.

A Ana. Tem muito pouco de Tarzan mas os últimos anos passou-os na selva.

O Serafim. Não é o Super-Homem mas voa de um Continente para o outro para ajudar quem precisa.

Os voluntários da AMI não parecem, mas são verdadeiros Super Heróis.

Você não vai querer ser o mau da fita, pois não?

Pack shot com logotipo e slogan.

Loc.:

- Dê. Vai ver que não dói nada.

Faça o seu donativo em qualquer Balcão do Banco Espírito Santo.

AMI volunteers appear over colourful backgrounds.

M.V.O.

- José. He's not Batman but he works night after night to save other people's lives.

Carlos. Though he doesn't have Mandrake's power he can do magic with the few means he has.

Ana. She doesn't look a bit like Tarzan but she has spend the last few years in the jungle.

Serafim. He's not Superman but he flies from one continent to another to save other people's lives.

Even if they don't look like it, AMI's volunteers are true Super Heros. You don't want to be the bad guy, do you?

International Medical Assistance. Give. It doesn't hurt.



Bronze Bronze

Agência Nova Publicidade

Título Super Heróis

Meio TV

Anunciante AMI

Director Criativo Judite Mota
Pedro Ferreira

Director de Arte Pedro Ferreira

Redactor Judite Mota

Produtor RTV Frederico Cerejeiro

Produtora Lisboa Capital

Produtor Alberto Rodrigues

Realizador Bruno Niel

Director de Fotografia Henrique Serra

Banda Sonora Elvis Veiguiha
Digital Mix

Refugiados vietnamitas deixados num campo em Hong Kong

Num mundo sem espaço para eles, ainda têm espaço para um sorriso. Até quando?

Direitos Humanos para os Refugiados. Com a sua ajuda eles chegam lá.
1997, Ano Internacional dos Refugiados.

CONCORDANDO COM A ACÇÃO DA AMNISTIA INTERNACIONAL, É MEU DESEJO:

Contribuir financeiramente, de qualquer forma (dinheiro, trabalho voluntário)

Ser membro da Amnistia Internacional

Ver a página em sites locais

DONATIVO QUOTA ANUAL

Nome: _____ SOBRE _____

ENDEREÇO _____ C.P. _____ TEL. _____

CIDADE/ESTADO _____ PAÍS _____

Enviar este cheque no valor de: _____ \$ _____ EURO _____

Ass. Amnistia Internacional, 13, 11, 1070 Lisboa
Tel. 388 18 52 Fax 388 17 82

Amnistia Internacional
secção portuguesa

As contribuições para a Amnistia Internacional são aceites em Euros. Para assegurar a sua independência, a A.I. não aceita dinheiro de nenhum governo.

Headline: Cozinha; Janela; Sala de Jantar;
Quarto; Roupeiro; Sala de Estar

Headline: Kitchen; Window; Dining Room;
Wardrobe; Bed Room; Living Room



BronzeBronze

Agência W/Portugal

Título Interior

Meio Imprensa

Anunciante Amnistia Internacional

Director Criativo Jaime Mourão-Ferreira

Director de Arte João Bacelar

Redactor Guilherme Coelho

CUIDE BEM DO SEU ANIMAL DE ESTIMAÇÃO! CUIDE BEM DO SEU ANIMAL DE ESTIMAÇÃO!



Dê atenção e carinho ao seu animal de estimação.
Percebeu, ou é preciso repetir?



Headline: **Cuide bem do seu animal de estimação.
Cuide bem do seu animal de estimação.**

Headline: Take well care of your pet.
Take well care of your pet.



Bronze Bronze

Agência Young & Rubicam Portugal

Título Papagaio

Meio Imprensa

Anunciante Associação Port. Méd. Vet. Esp. Animais

Director Criativo Elizabete Vaz Mena
Cristiano Zancuoghi

Director de Arte Marcelo Medeiros

Redactor João Castanho



Bronze Bronze

Agência Young & Rubicam Portugal

Título Etiqueta

Meio Imprensa

Anunciante Sindicato dos Jornalistas - Timor

Director Criativo Elizabete Vaz Mena
Cristiano Zancuoghi

Director de Arte Cristiano Zancuoghi

Redactor Elizabete Vaz Mena

Fotografia Picto
João Trabuço



Video

Vemos uma mulher. Ela mostra a mão aberta com 5 dedos bem à mostra. Ela começa a fechar os dedos à medida em que enumera o que se pode dizer.

Audio

Há 5 coisas que debes dizer a um homem que não quer usar preservativo.

Um: Não!

Dois: Vá, não vais sentir diferença.

Três: Estás a ser egoísta.

Quatro: Desculpa, mas não sei com quem andaste.

Video

Vemos a mulher com a mão no ar. O último dedo que sobrou é o dedo médio, que faz lembrar aquele sinal que fazemos a quem nos irrita.

Audio

E cinco... cinco...

engraçado... não consigo lembrar-me do número 5...



Video

Shot of a woman. Her hand is open showing the 5 fingers. She start closing her fingers as she numbers what she has to say.

Audio

There are 5 things you can tell a man who doesn't want to put a condom

One: No!

Two: Come on, you won't feel the difference.

Three: You're being selfish.

Four: Sorry, I don't know with who you've been.

Video

Shot of woman with her hand up. The last finger is the medium one that makes us remember that gesture that is so irritating.

Audio

Five... five... I can't remember number 5.

Finalista Shortlist

Agência Ammirati Puris Lintas

Título Dedos

Meio TV

Anunciante Abraço

Director Criativo Leandro Alvarez

Director de Arte Pall Myhre

Redactor Leandro Alvarez

Produtor RTV Ana Rondão

Produtora Diamantino Filmes

Produtor Alberto Rodrigues

Realizador Ricardo Albiñana

Director de Fotografia Ricardo Albiñana

Banda Sonora Som de Lisboa



Video
Numa Photomaton abandonada cães e gatos procuram tirar uma fotografia, uma identificação. Um nome. A identidade para um dono que nunca os abandone.

Video
In an abandoned Photomachine some cats and dogs try to take themselves a picture, an identification. A name. An identity for a master who would never let them go away.



Finalista Shortlist

Título Photomaton

Anunciante União Zoófila

Meio TV

Director Criativo Paulo Trancoso

Produtora Costa do Castelo Filmes

Produtor Paulo Trancoso

Realizador Paulo Trancoso

Director de Fotografia José Tiago



Finalista Shortlist

- Agência** Ogilvy & Mather, Portugal
- Título** Game Over
- Meio** Outdoor 8x3
- Anunciante** Abraço
- Director Criativo** José Manuel Abrantes
Nuno Viegas
- Director de Arte** Pedro Oliveira
- Redactor** Carlos Silva
- Fotografia** Atelier de Ilusão
- Pós-Produção** Ian Holdford
Adriano Carvalho

Casa no campo, condomínio fechado, grande área descoberta, segurança 24 horas por dia, pronta a habitar.

Campo de refugiados no Ruanda.

Quando procuram ajuda, os refugiados trazem consigo histórias de perseguição e violência. A causa que esperevamos encontrar: refúgio para voltar por seu o campo onde são detidos indefinidamente a espera de uma resposta.

Direitos Humanos para os Refugiados. Com a sua ajuda eles chegam lá. 1997. Ano Internacional dos Refugiados.

CONCORDANDO COM A AÇÃO DA AMNISTIA INTERNACIONAL E MEU DESEJO

EU QUERO CONTRIBUIR COM O MEU QUOTIDIANO

EU QUERO CONTRIBUIR COM O MEU ANUAL

Amnistia Internacional
Associação portuguesa


Rua Padre de Almeida, 93, 11 - 1500 Lisboa
Tel: 398 18 827 Fax: 398 17 82

Headline: Casa no campo, condomínio fechado, grande área descoberta, segurança 24 horas por dia, pronta a habitar.

Headline: Country house, private condominium, large ground, 24 hour security, ready for occupation.


Finalista Shortlist

- Agência W/Portugal
- Título Casa de Campo
- Meio Imprensa
- Anunciante Amnistia Internacional
- Director Criativo Jaime Mourão-Ferreira
- Director de Arte João Bacelar
- Redactor Cristina Abranches
Jaime Mourão-Ferreira



CRESCE E DESAPARECE.

Só porque o seu animal de estimação cresceu, isso não lhe dá o direito de o abandonar.



APMVEAC
ASSOCIAÇÃO
PORTUGUESA
DE MÉDICOS
VETERINÁRIOS
ESPECIALISTAS
EM ANIMAIS
DE COMPANHIA

Finalista Shortlist

Agência	Young & Rubicam Portugal
Título	Cão
Meio	Imprensa
Anunciante	Associação Portug., Méd. Vet. Esp. Animais
Director Criativo	Elizabete Vaz Mena Cristiano Zancuoghi
Director de Arte	Marcelo Medeiros Alexandra Carvalho
Redactor	João Castanho Joaquim Coelho

ALGUMAS PESSOAS TRATAM TÃO MAL OS SEUS ANIMAIS DE ESTIMAÇÃO QUE ATÉ DÁ RAIVA.

Vacinar o seu animal de estimação
também é uma forma de atenção e carinho.
Lembre-se que ele não fala, mas sente.



Finalista Shortlist

Agência Young & Rubicam Portugal
Título Focinho
Meio Imprensa
Anunciante Associação Port. Méd. Vet. Esp. Animais
Director Criativo Elizabete Vaz Mena
Cristiano Zancuoghi
Director de Arte Marcelo Medeiros
Redactor João Castanho



Amongst other things, Indonesia continues to produce the extermination of the Timorese people on a large scale. Therefore, whenever you see any product labelled made in Indonesia, do not buy it. Don't forget that Indonesian products cost you little money because there are others who have already paid a heavy price.



Finalista Shortlist

Agência Young & Rubicam Portugal

Título Pés

Meio Imprensa

Anunciante Sindicato dos Jornalistas - Timor

Director Criativo Elizabete Vaz Mena
Cristiano Zancuoghi

Director de Arte Cristiano Zancuoghi

Redactor Elizabete Vaz Mena

Z.

DÊ AO SEU FILHO UM AMIGOTCHI

A União Zoófila tem nos seus canis centenas de "Amigotchis" como este para oferecer. Em troca você só tem que lhes distribuir todos os dias fortes doses de afecto. Eles retribuem. É que os cães não são uma "coiza" ou um brinquedo, são seres vivos, e quem milhões de humanos carinhosamente chamam o melhor amigo do homem. Se quer que o seu filho crie verdadeiros sentimentos de amizade e amor, por favor adopte um cão. Não uma Máquina. Visite a União Zoófila, Av. Conde Valbom, 82 R/C, DL 1000 Lisboa.



Foto: Maurizio (A.E.)

 A GALP GAS spots e União Zoófila

 UNIAO ZOOFILIA

Headline: **Dê ao seu filho um amigotchi.**

Headline: Give your son an "Amigochi".
(In Portuguese, a mixture of the word friend with tamagochi)

Finalista Shortlist

Agência Z Publicidade

Título Amigotche

Meio Imprensa

Anunciante União Zoófila

Director Criativo José Carlos Campos

Director de Arte Miguel Coimbra

Redactor Ricardo Adolfo

CategoriaCategory
Jovens CriativosYoung Creatives



Jorge Teixeira



José Ricardo Cabaço



Leandro Alvarez



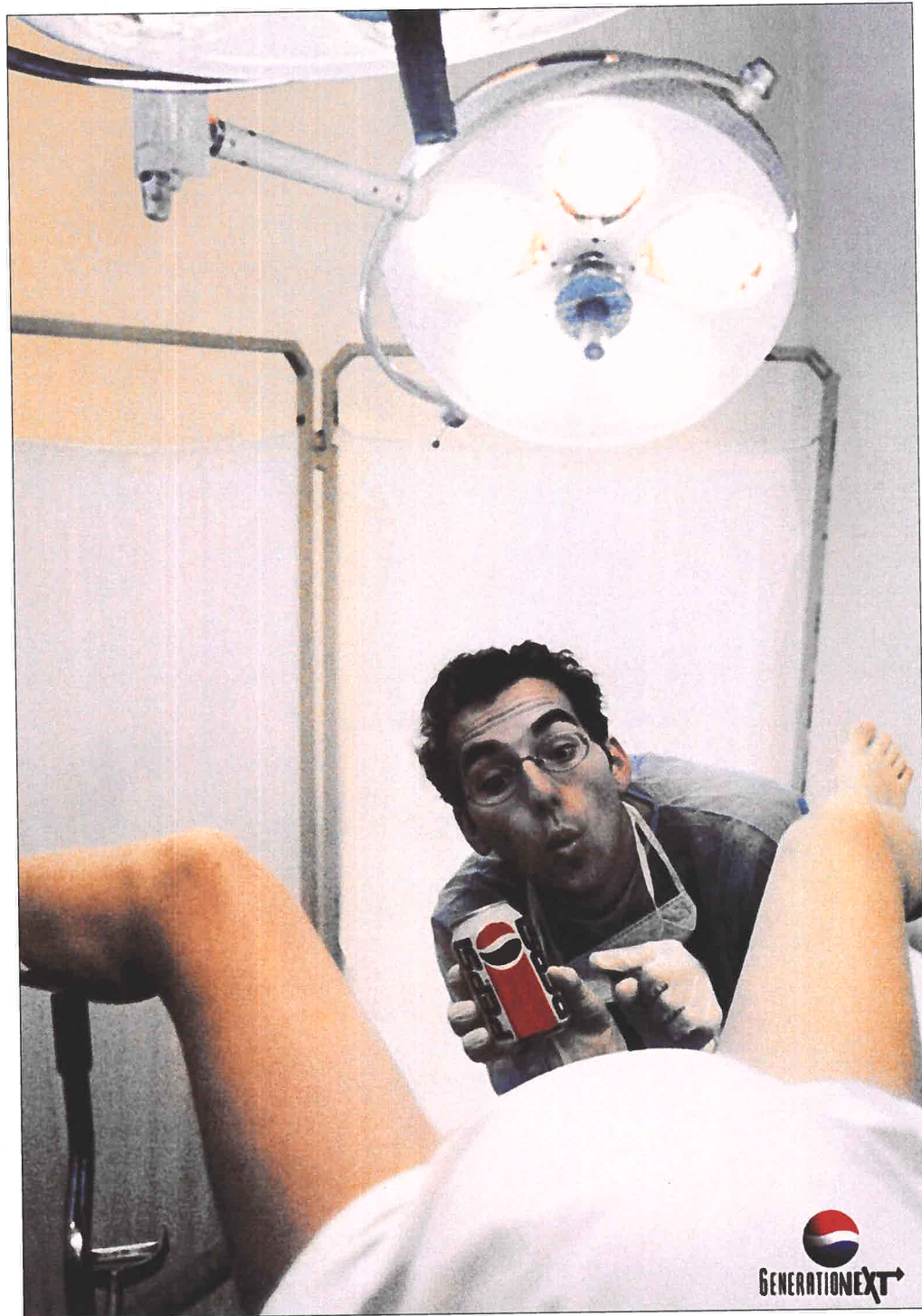
Pedro Monteiro



Mário Santiago

A categoria Jovens Criativos é patrocinada por: Young Creatives category is sponsored by:





OuroGold

Director de Arte

Redactor Alexandra Benolien de Carvalho
Alexandra Benolien de Carvalho



Finalista Shortlist

Título PepsiPac

Redactora Teresa Pinto Leite



Finalista Shortlist

Criativo Bernardo Silva Moura Batista Coelho

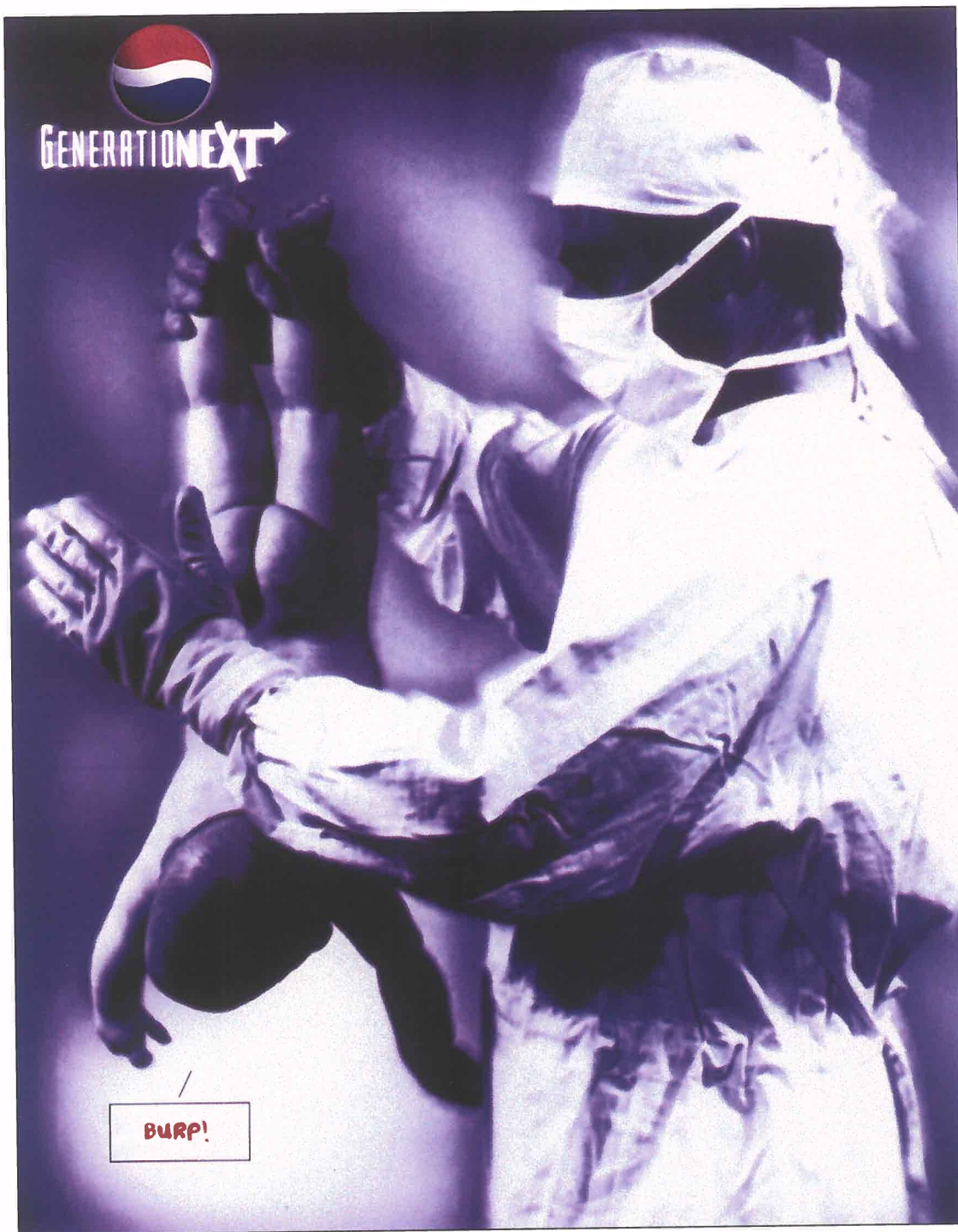


Finalista Shortlist

Título Semen

Directora de Arte Mafalda Sawell Diniz

Redactor Nelson Quadros



Finalists Shortlist

Título Aroto

Redactor Paulo Martins

www.pepsi.com/tigo



Finalista Shortlist

Título Internet

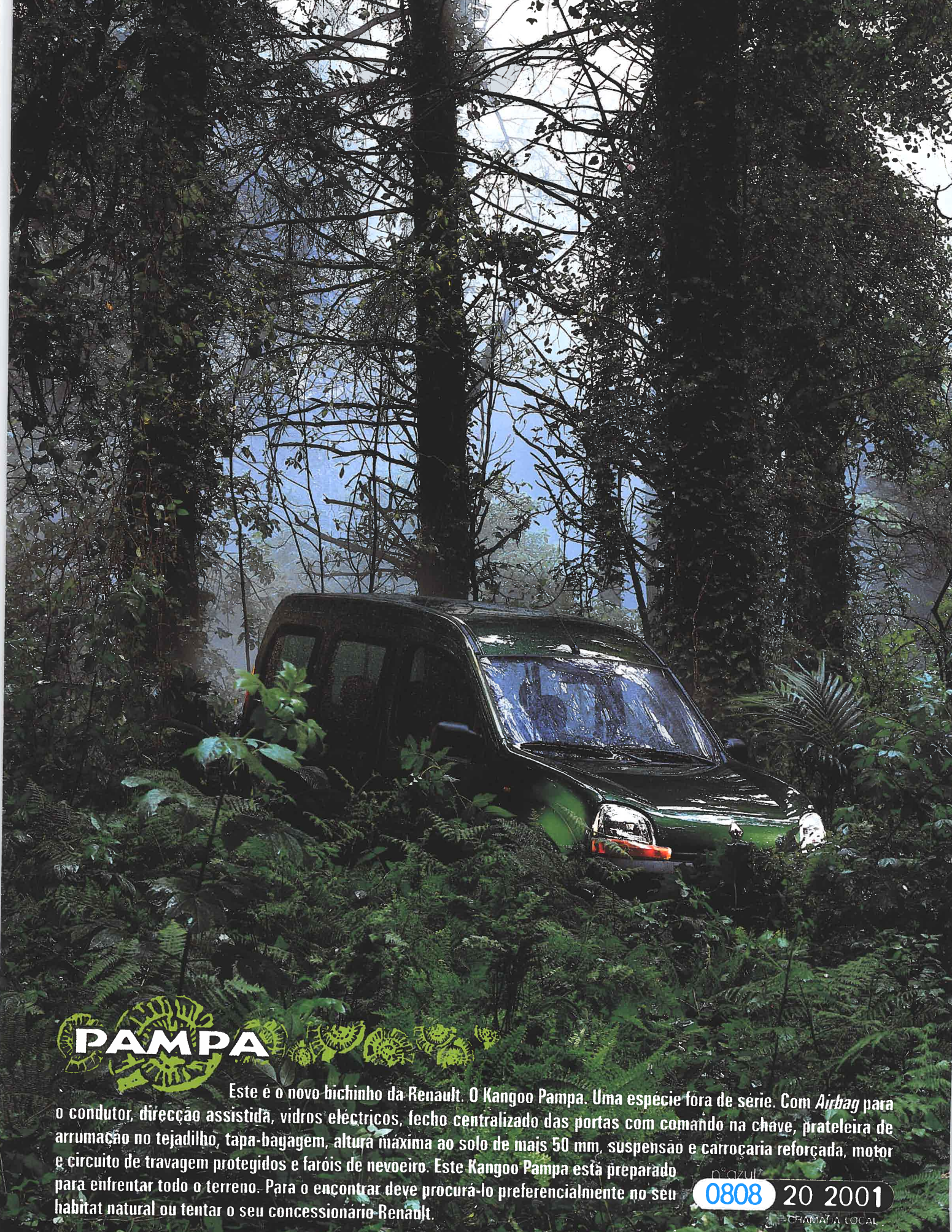
Director de Arte Nuno Miguel Duarte

Redactor Pedro Mota Vargas



Finalist Shortlist

Directora de Arte Andrea dos Reis Benoliel de Carvalho



PAMPA

Este é o novo bichinho da Renault. O Kangoo Pampa. Uma espécie fora de série. Com *Airbag* para o condutor, direcção assistida, vidros eléctricos, fecho centralizado das portas com comando na chave, prateleira de arrumação no tejadilho, tapa-bagagem, altura máxima ao solo de mais 50 mm, suspensão e carroçaria reforçada, motor e circuito de travagem protegidos e faróis de nevoeiro. Este Kangoo Pampa está preparado para enfrentar todo o terreno. Para o encontrar deve procurá-lo preferencialmente no seu habitat natural ou tentar o seu concessionário-Renault.

0808 20 2001

CHAMADA LOCAL

BICHO DO MATO.

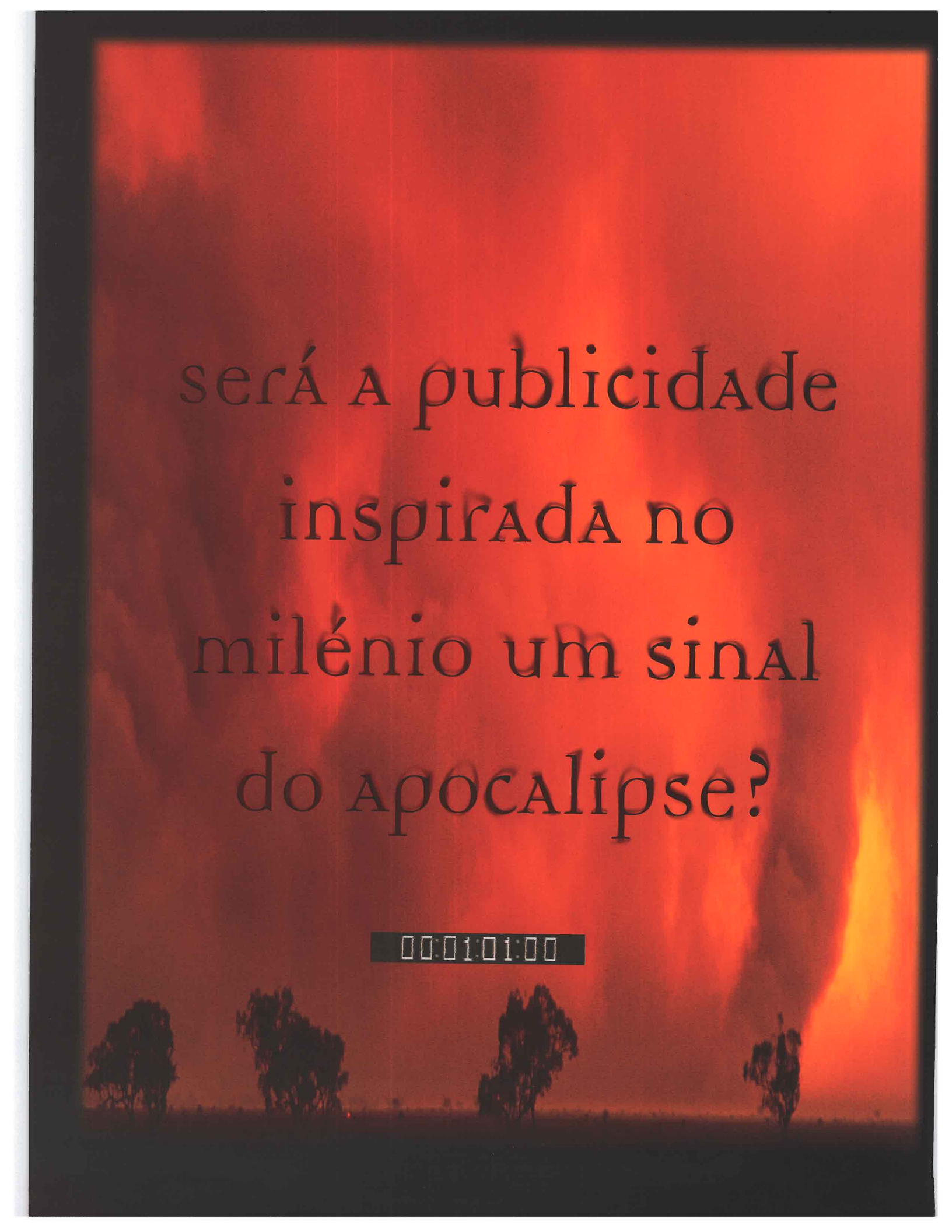


O O O O O

NÃO É UM CARRO É UM KANGOO



RENAULT
AO RITMO DA VIDA



será a publicidade
inspirada no
milênio um sinal
do apocalipse?

00:01:01:00

ALGUMAS PESSOAS TEMEM O NOVO MILÊNIO.

A MAIOR PARTE DOS CRIATIVOS “TREME”
SÓ DE PENSAR EM CRIAR ANÚNCIOS SOBRE ELE.

DE QUALQUER MODO, É INEVITÁVEL.
ELE É CLIENTES COM SLOGANS DE FUGIR.

DIRECTORES DE ARTE A RANÇER OS DENTES.
COPY’S COM IDEIAS LOUCAS. MAS NADA

HÁ A RECEAR PORQUE AS NOSSAS

IDEIAS PARA O MILÊNIO PÕEM À VOSSA DISPOSIÇÃO

AS MELHORES IMAGENS DO



“PASSADO, PRESENTE E FUTURO.”

INSPIRE-SE EM IMPRESSIONANTES

FOTOGRAFIAS, ILUSTRAÇÕES E FILMES PARA

EVITAR QUALQUER CATÁSTROFE.

CONTACTE-NOS O MAIS RÁPIDO POSSÍVEL PARA

REVER O PASSADO E ANTEVER O FUTURO.



OBRIGADO

HÁ 25 ANOS

QUE CONTAMOS CONSIGO

Há 25 Anos que estamos em Portugal.
O nosso sucesso deve-se
a todos os que nos acompanharam
ao longo destes anos.



EM PORTUGAL
JCDecaux  
Nº1 Mundial em Mobiliário Urbano.

Mais uma vez obrigado.

Para se livrar de toda a musica chata
e da conversa que não interessa a ninguém,
sintonize a rádio que lhe dá...

mais música e menos palavra



Aqui tocam
as melhores bandas
do planeta!

www.radiocomercial.pt

Porto 97.7 Lisboa 97.4 Braga 99.2 Coimbra 90.8 Valença 99.0 Beja 92.0 Santarém 99.8 Setúbal 92.3 Portimão 88.1
Chaves 88.9 Bragança 93.9 Vila Real 88.7 Mirandela 91.9 Guarda 96.1 Castelo Branco 98.2 Portalegre 98.9

Ogilvy é a

Quando se trata de defender marcas, nós damos o exemplo.

avózinha!



**QUANTAS BOAS IDEIAS SÃO PRECISAS
PARA CRIAR UM ANÚNCIO?**



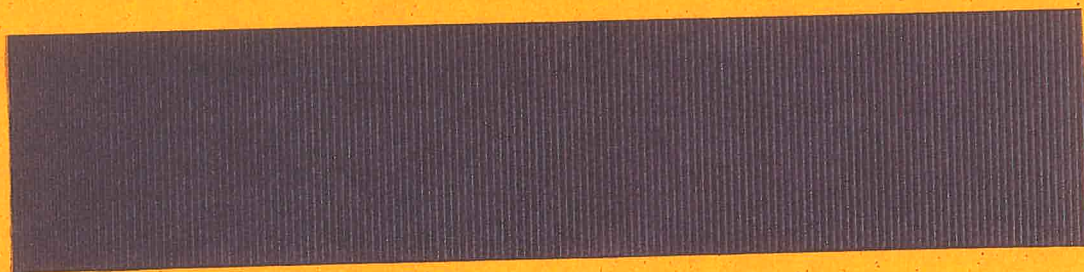
PEPSI.

GENERATIONNEXT 

CLUBE DE CRIATIVOS DE PORTUGAL 

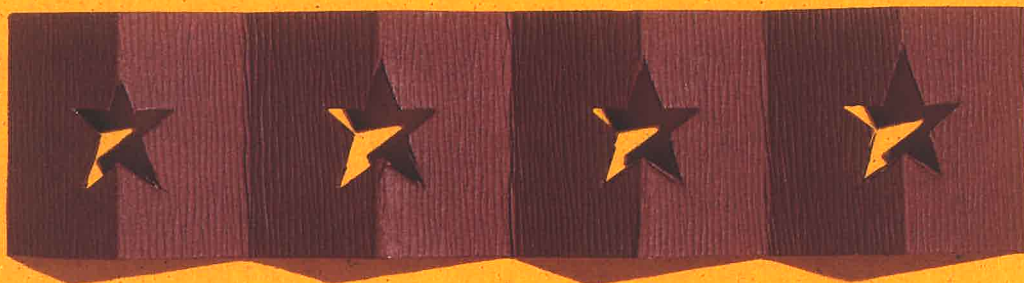
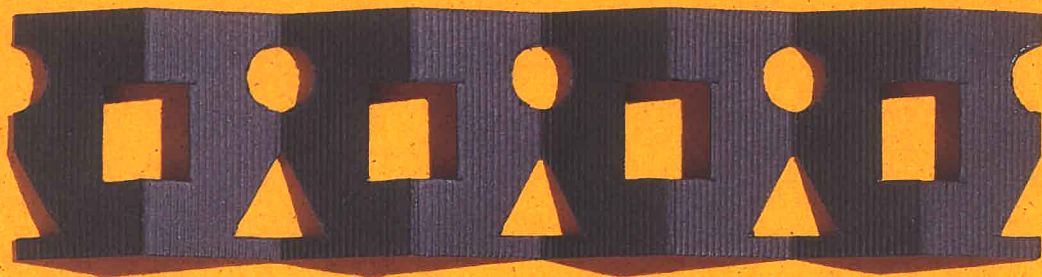
CONCURSO DE JOVENS CRIATIVOS "PEPSI - GENERATIONNEXT"

~ Esta é a ~
Matéria Prima.



*Conqueror • Keaykolour • Iskandar
Havanna • Naturales • Bier Papier
Cromático-ca • Canevas • Rives*

~ Esta é a sua ~
Criatividade.



Fine Papers da Sarriópapel,
a Criatividade sem limites.



Sarriópapel

Se desejar mais informação sobre a gama de produtos da Sarriópapel, envie este cupão por fax.

Nome e Apelido _____

Empresa _____

Cargo _____

Morada _____

Cód. Postal _____ Tel. _____ Fax _____



© 1998 Nova Publicidade





FAZ CRESCER AS VENDAS.



**Olha o tipo de letra, querido!
É Helvetica Rounded Condensed.**

**E o logotipo está
em cima!**

Corpo 8, que giro...

**Repara como é
brilhante o conceito.**

**Até que enfim, um
headline sem trocadilho.**

**Papá, quando for grande
quero ser directora de arte.**

1º Anuário do Clube de Criativos. Finalmente, um lugar onde a boa publicidade é apreciada como nós gostaríamos que fosse sempre.

J. Walter Thompson

Filhos da mãe.

Mãe há só uma. Não foi por acaso que alguns dos maiores nomes do mercado nasceram na Young. É que a nossa criatividade é de tamanho familiar. Por isso, nada mais natural que a nova grande geração de publicitários também esteja a trabalhar aqui na casa: Av. Duarte Pacheco, 19. Telefone para o (01) 381 63 00 se quiser fazer-nos uma visita. Mostramos-lhe as coisas como elas são.

Young & Rubicam Portugal



Retoque de Imagem



**NENHUMA
MISSÃO
É IMPOSSÍVEL.**

Elécticos (11+)

Pac. Man (58)

Represas (75)

Tasca (78)

Tamagotchi (102)

Titanium (26)

Universo - Categoria Outdoor

Alka Seltzer - Categoria Televisão

Universo - Categoria Televisão

Alka Seltzer - Categoria Televisão

Pepsi - Categoria Outdoor

Alka Seltzer - Categoria Imprensa

BBDO

BBDO

BBDO

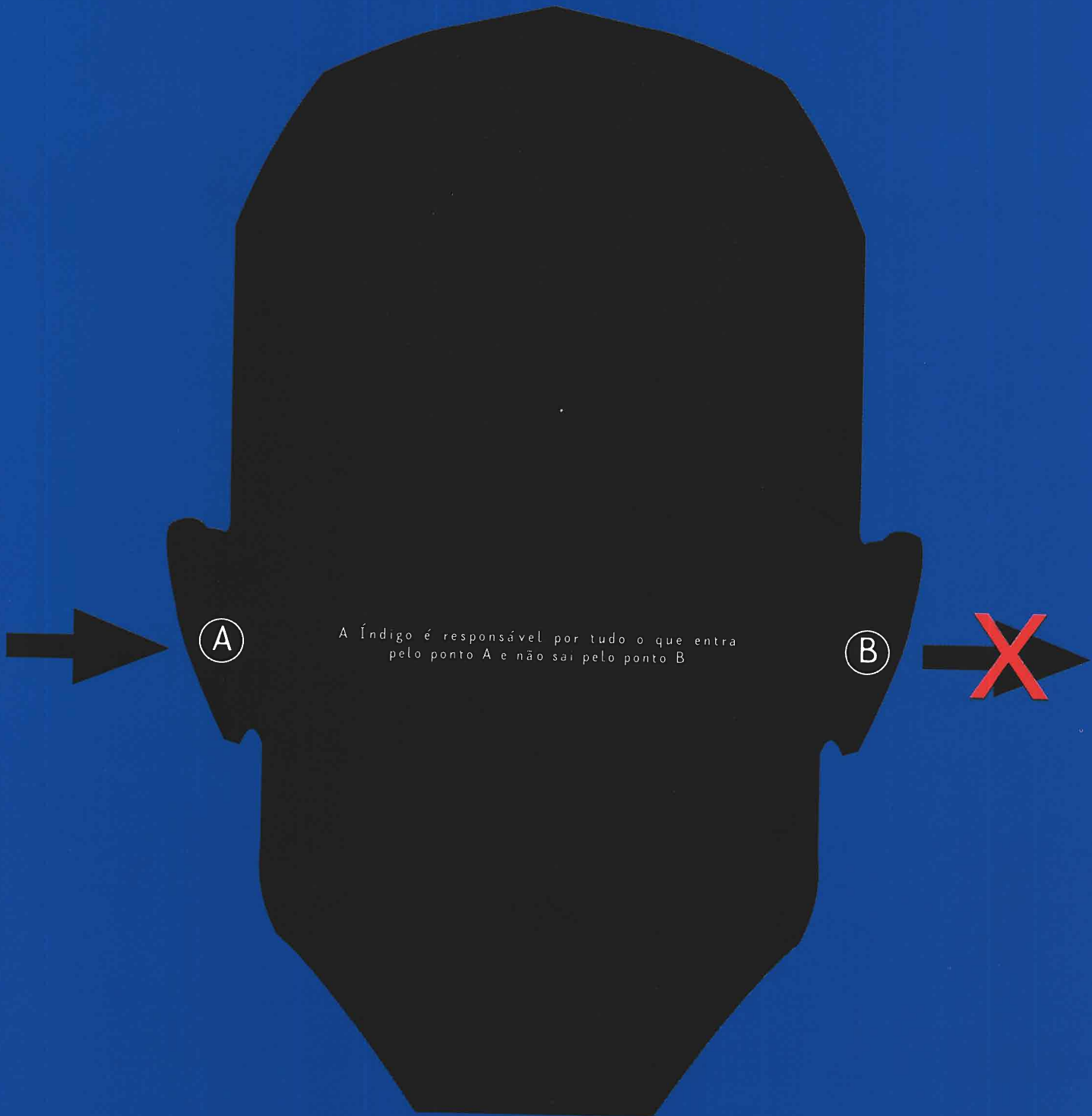
BBDO

BBDO

BBDO

Para marcar as melhores
Campanhas dos próximos anos:

01-3811600



A Índigo é responsável por tudo o que entra pelo ponto A e não sai pelo ponto B

índigo

Rua António Saldanha nº52 1400 Lisboa / Portugal

Telefone 3031000 fax: 3031010



"EU EMAGRECI 60 KILOS COM A AJUDA DA FOTOSETE!"

Consiga também esta espantosa modificação da sua imagem!

- *sem marcas visíveis
- *sem erros de proporção
- *com um perfeito ajuste de todos os elementos do corpo



...e depois!!

A imagem nos nossos dias

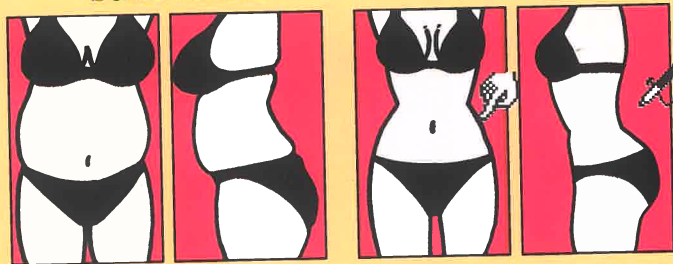
Nos tempos que correm, a imagem de cada um de nós é de extrema importância. Isto é sobretudo verdade no mundo da publicidade, onde uma má imagem pode destruir uma boa campanha e até mesmo uma promissora carreira. Por isso disponibilizámos o nosso método exclusivo, 100% seguro e de resultados garantidos a todos os publicitários. O nosso segredo? Competência, bem como o respeito pela imagem de cada um dos nossos clientes.

O que é então a Fotosete?

É a resposta a todas as suas preces. Uma combinação de competência e inovação ao seu dispor. Depois de todos os anos que perdeu a preocupar-se com a horrível imagem que via nas suas fotos, relaxe. Trabalhando com a Fotosete, a sua imagem vai ficar incrivelmente melhorada!

Sem Fotosete

Com Fotosete



Modo de Acção

Num processo complexo estudado pelos melhores profissionais - os nossos - todos os seus problemas são tratados com rapidez, competência e eficácia. Desaparecem os papos debaixo dos olhos, as sombras indesejadas, as primeiras rugas. A dimensão espacial passa a bater certo. O mundo readquire a sua perspectiva. E os efeitos são de longa duração. Confie em nós, e deixe de se preocupar com a sua imagem de uma vez por todas.

Garantia 100% satisfeito ou reembolsado.

Cliente Satisfeito ou nós repetimos a prova

Eis a nossa oferta:

A melhor maneira de tratar da sua imagem! Deixe nas nossas mãos os seus níveis de cor, saturações, montagens, digitalizações e tudo o mais que queira fazer com a sua imagem!

A SUA IMAGEM NUNCA MAIS VAI SER A MESMA.

*"Graças à Fotosete sinto-me bem com a minha imagem."
Pedro Ferreira, Bates Portugal*

*"Eu mudei radicalmente a minha imagem, graças à Fotosete."
Zé Ricardo Cabaço, Saatchi & Saatchi*

FOTO7

Partilhe connosco as suas maiores preocupações com a imagem, ou experiências traumáticas de que queira libertar-se. Teremos todo o prazer em ajudá-lo. Contacto:

Fernando Afonso.....847 47 92

Zé Casimiro.....847 47 93

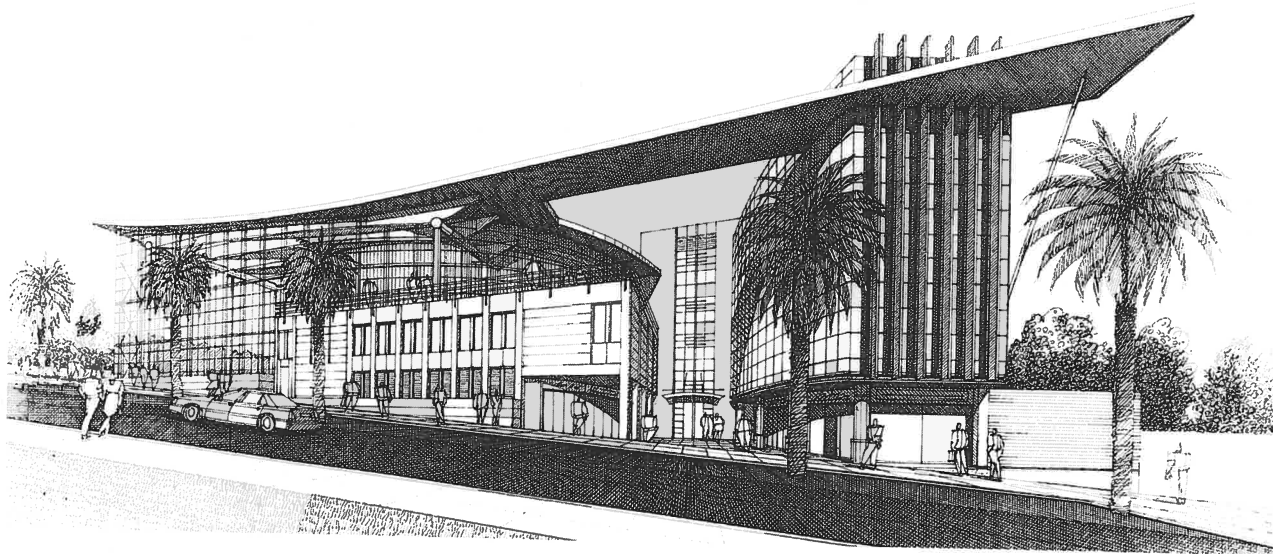
Fernando Lopo.....847 47 97

TURISMO CRIATIVO? PARA NÓS NÃO É PRECISO INVENTAR...

Atraír turistas é uma arte. Servir bem os visitantes é um prazer. Na Costa do Estoril, a mais antiga zona de turismo do País, não precisamos de inventar. 76 anos a servir quem nos visita ajudam-nos a sermos criativos todos os dias, sem esquecer a experiência de que dispomos.

O clima, o ambiente e o sossego, a riqueza da paisagem, a qualidade da hotelaria e restauração, os equipamentos turísticos, o trabalho de inúmeros profissionais experientes e dedicados, são a razão para dizer que a Costa do Estoril é uma jóia do Turismo Europeu.

UM CENTRO PARA O TURISMO DE NEGÓCIOS



Com o novo Centro de Exposições e Congressos da Costa do Estoril, cuja construção arranca em 1999, a Costa do Estoril vai passar a ser, ainda mais, um local de eleição para o Turismo de Negócios e Congressos.

Quando estiver a planear uma reunião para a sua empresa ou para um cliente, não precisa de inventar nada. Opte pela Costa do Estoril, e deixe que a nossa criatividade trate do resto.



75 anos a transformar o Estoril numa Jóia

Costa do Estoril
Jóia Europeia do Turismo

Junta de Turismo da Costa do Estoril

Portugal 



ALFASOM

AUDIOVISUAIS

Conferências,

Congressos,

Reuniões de Negócios,

Espectáculos Multimédia,

Espectáculos de Moda,

Espectáculos de Laser,

Espectáculos de Pirotecnia,

LUZ - SOM - IMAGEM
profissionais,

retiram o mais

alto dividendo

da nossa vasta

oferta de serviços

e equipamento

da mais elevada

tecnologia.

A ALFASOM, conseguiu ao longo dos anos uma posição destacada no mercado Nacional e Internacional, sendo um exemplo deste destaque, a sua colaboração directa ou indirecta na Expo'98, através de equipamentos, técnicos, no desenvolvimento e concretização de projectos que se tornaram realidade. O desejo de uma prestação de serviços da mais alta qualidade, aliado a uma política de investimento constante nas melhores e mais sofisticadas marcas, nos melhores e mais capazes profissionais do mercado, permitiu-nos crescer em equipamento, pessoal e competência.

Sonorização e Audiovisuais, Lda.

R. Tomás de Figueiredo, 14-B • 1500 LISBOA

Telefs.: (01) 764 70 07 / 70 08 / 70 10 / 32 86 • Fax: (01) 760 32 90

alfasom@mail.telepac.pt

PORTO: EXPONOR - loja 20, Est. Nac. 107, Km 3 • 4450 LEÇA DA PALMEIRA

Tel.: (02) 995 52 12 • Fax: (02) 995 53 66

O MAIOR CASINO DA EUROPA

venha descobrir porquê!



E CASINO
ESTORIL

Casino Estoril - Tel: 468 45 21 - Telex: 66992 - Fax: 468 79 65

A

Adriano Carvalho Pós-Produção
Albano Homem de Melo Director Criativo
Alberto Faria Director de Arte
Alberto Rodrigues Produtor
Alexander Davidis Realizador
Alexander Koch Fotógrafo
Alexandra Benolien de Carvalho Directora de Arte
Alexandra Carvalho Directora de Arte
Alexandra Quadros Directora Criativa
Alexandre Bezerra Redactor
Alexandre Montenegro Realizador
Álvaro Barqueiro Produtor
Américo Guerreiro Presidente APPAP
Ana Benolien de Carvalho Directora de Arte
Ana Rondão Produtora RTV
Andrea dos Reis Benoliel de Carvalho Directora de Arte
Andrew Hall Fotógrafo
Anselmo Cândido Director Criativo
António Antunes Directora de Arte
António Belchior Director de Arte
António Bezerra Director de Arte
António Calado Director de Fotografia
António Cordeiro Locução
António Jorge Redactor
António Magalhães Director de Fotografia
António Pereira Redactor
António Serrano Produtor

B

Bernardo Silva Moura Batista Coelho Director de Arte
Bruno Niel Realizador
Bruno Pinhal Produtor

C

Carlos António Produtor de Fotografia
Carlos Luz Redactor
Carlos Reis Produtor
Carlos Silva Redactor
Celina Moraes Produtora
Cidmar Castro Directora de Arte
Cláudia Cristovão Redactora
Cláudio Capone Fotógrafo
Cristiano Zancuoghi Director Criativo
Cristina Abranches Redactora
Cristina Borges Redactora
Cristina Prayce Produtora RTV

D

Desmond Burdon Fotógrafo
Diamantino Ferreira Realizador
Diogo Anahory Redactor
Doug Currie Fotógrafo
Duarte Pinheiro de Melo Director de Arte

E

Eduardo Marques Redactor
Elisabete Vaz Mena Directora Criativa
Eloisa Alves Produtora RTV
Elvis Veiguinha Compositor
Estela Rocha Produtora
Eugénio Marques Editor Video

F

Fábio Praça Fotógrafo
Fátima Belo Locução
Felipe Vargas Redactor
Fernando Thily Produtor Gráfico
Filipe Lourenço Redactor
Filipe Novaes Director de Arte
Filomena Bonecas Redactora
Francisco Prata Fotógrafo
Franco Gisuti Director Criativo
Frank Herholdt Fotógrafo
Frederico Cerejeiro Produtor RTV
 Produtor de Fotografia
Frederico Roquette Redactor

G

Gabriela Nogueira Produtora RTV
 Produtora de Fotografia
Gaspar Redactor
Gezo Marques Director de Arte
Gil D'Orey Director de Arte
Gito Director de Arte
Gonçalo Morais Leitão Redactor
Guilherme Coelho Redactor

H

Hector Martinez Realizador
Hélder Pereira Director de Arte
Hélder Ventura Director de Arte
Henrique Serra Director de Fotografia
Humberto Vital Fotógrafo

I

Isabel Rosa Produtora RTV
Isabel Zambujal Redactora
Ian Holdford Pós-Produção

J

Jaime Fernandes Locução
Jaime Graça Pós-Produção
Jaime Kopke Director Criativo
Jaime Mourão-Ferreira Director Criativo
Joana Areal Directora de Arte
Joana Arez Directora de Arte
João Alexandre Produtor RTV
João Bacelar Director de Arte
João Carlos Soares Director Criativo
João de Carvalho Locução
João Castanho Redactor
João Coutinho Director de Arte
João Egreja Produtor
João Espírito Santo Director Criativo
João Graça Director de Arte
João Madeira Director de Arte
João Matos Realizador
João Nuno Pinto Director Criativo
João Palmeiro Fotógrafo
João Paulo Santos Redactor
João Roque Director de Arte
João Trabuço Fotógrafo
João Vilela Produtor
Joaquim Coelho Redactor
Joaquim Lorente Realizador
Joaquim Pena Director de Arte
Joaquim Soler Realizador
 Director de Fotografia
Jorge Barrote Director de Arte
Jorge Castro-Freire Realizador
Jorge Meneses Director Criativo
Jorge Teixeira Director Criativo
José Alfredo Director Criativo
José Carlos Campos Director Criativo
José Heitor Director de Arte
José Luís Santos Director Criativo
José Manuel Abrantes Director Criativo
José Ricardo Cabaço Director Criativo
José Ricardo Monteiro Redactor
José Tiago Director de Fotografia
José Vitorino Redactor
Judite Mota Directora Criativa
Julian Griffiths Realizador

K

Karina Cid Directora de Arte
Kenton Thatcher Produtor de Fotografia
Kirsten Fotógrafo
 L
Leandro Alvarez Director Criativo
Leo Hol Fotógrafo
Leopoldo Gonçalves Director de Arte
Luciana Cardoso Redactora
Luís Barreiro Produtor Gráfico
Luís Branquinho Director de Fotografia
Luís Gaspar Locução
Luís Jorge Redactor
Luís Miguel Produtor Gráfico
Luís Palha Realizador
Luís Pinto Produtor RTV
Luís Prates Director de Fotografia
 M
Mafalda Dinis Directora de Arte
Manuel D'Avillez Produtor RTV
Manuel Faria Compositor
Manuel Rosa Produtor
Marcello Dolabella Redactor
Marcelo Medeiros Director de Arte
Marco Dias Director de Arte
Marco Martins Realizador
Marco Quelhas Locução
Margarida Matildes Redactora
Margarida Nóbrega Redactora
Maria do Carmo Albuquerque Ilustradora
Maria João Monteiro Produtora
Maria Pedro Figueiredo Redactora
Maria Rueff Locução
Mário Bandeira Produtor RTV
Mário Santiago Director Criativo
Michele Demoustier Produtora
Miguel Coimbra Director de Arte
Miguel Fernandes Presidente Euro RSCG
 Publicidade
Miguel Fonseca da Costa Fotógrafo
Miguel Jardim Produtor RTV
Miguel Nunes Produtor RTV
Mila Belo Locução

N

Nelson Quadros Redactor
Nelson Sinem Director Criativo
Newton Pacheco Director Criativo
Nuno Calado Produtor RTV
Nuno Duarte Ilustrador
Nuno Franco Realizador
Nuno Jerónimo Redactor
Nuno Miguel Duarte Director de Arte
Nuno Levezinho Director de Arte
Nuno Morais Realizador
Nuno Viegas Director Criativo
 O
Orlando Gonçalves Director de Arte
 P
Pall Myhre Director de Arte
Paulo Baptista Produtor RTV
Paulo Carboila Realizador
Paulo David Fotógrafo
Paulo Diehl Director de Arte
Paulo Martins Redactor
Paulo Morais Realizador
Paulo Monteiro Director Criativo
Paulo Morelli Realizador
Paulo Trancoso Director Criativo
Paulo Telles Director de Arte
Pedro Bexiga Director de Arte
Pedro Bidarra Director Criativo
Pedro Caixado Director de Arte
Pedro Ferreira Director Criativo
Pedro Magalhães Director de Arte
Pedro Monteiro Director Criativo
Pedro Mota Vargas Redactor
Pedro Oliveira Director de Arte
Pedro Pacheco Director Criativo
Peter Müller Fotógrafo

Indexndex

Q

Quito Director de Arte

R

Raffa Liuch Director de Fotografia

Ricardo Adolfo Redactor

Ricardo Albiñana Realizador

Ricardo Albiñana Júnior Realizador

Ricardo Cansado Produtor de Fotografia
Produtor RTV

Ricardo Mealha Designer

Ricardo Gaspar Director de Arte

Ricardo Prates Director de Fotografia

Rita Guedes Directora de Arte

Rodrigo Cabral Fotógrafo

Rui Botelho Produtor RTV

Rui Camarinha Director Jornal Briefing

Rui Paz Produtor de Fotografia

Rui Soares Redactor

Rui Viana Director de Arte

S

Sandra Ribeiro Produtora RTV

Sérgio Carvalho Director Criativo

Sérgio Henriques Realizador

Sinon Cool Director de Fotografia

Susana Sequeira Redactora

T

Teresa Azevedo Redactora

Teresa Pinto Leite Redactora

Tiago Baltazar Redactor

Tiago Cruz Redactor

Tiago Guedes Redactor

Tomás Mayer Redactor

Tony Miochell Director de Fotografia

V

Vasco Condessa Redactor

Vasco Grácio Produtor Gráfico

Vitor Baeta Produtor RTV

Vitor Estevão Director de Fotografia

Vitor Migates Pós-Produção Audio

X

Xico Aragão Fotógrafo

Z

Zeca Rodrigues Realizador

Zezo Carvalho Director Criativo

- Abrincio** 36; 37; 38; 68; 71; 72; 101; 113; 114; 115; 116; 131
- Ammirati Puris Lintas** 32; 40; 41; 42; 45; 49; 51; 56; 63; 74; 77; 84; 94; 124; 147
- Bates Portugal** 25; 28; 87; 93
- BBDO Portugal** 26; 58; 75; 78; 102; 117
- BMZ - Park** 30; 81; 107; 108
- Euro RSCG Publicidade** 73; 76; 92; 123
- Guerreiro DDB** 103
- HPP Comunicação** 120
- J. Walter Thompson Publicidade, S.A.** 46; 62; 104; 121
- Leo Burnett Publicidade** 33; 34; 90
- Nova Publicidade** 12; 23; 31; 35; 39; 54; 60; 89; 98; 99; 100; 109; 110; 119; 122; 128; 141; 143
- Ogilvy & Mather, Portugal** 67; 105; 149
- Publicis** 79
- Sino** 27
- Start** 20
- TBWA EPG** 18; 19; 22; 24; 29; 43; 48; 50; 57; 61; 64; 80; 83; 111; 112; 118; 142
- W/Portugal** 106; 144; 150
- Young & Rubicam Portugal** 44; 47; 55; 65; 66; 69; 70; 82; 85; 88; 91; 129; 130; 132; 133; 134; 135; 138; 139; 140; 145; 146; 151; 152; 153
- Z Publicidade** 16; 17; 21; 59; 154
- A Filmar** 12; 54; 57; 82; 83; 85; 93; 141
- Analógico** 88
- Cantinho da Música** 73; 92
- Casa dos Filmes** 58
- Chiquita Banana** 129; 134; 135
- Companhia de Filmes** 61; 78; 81
- Costa do Castelo Filmes**
- Diamantino Filmes** 56; 59; 63; 64; 66; 68; 69; 71; 72; 74; 79; 80; 84; 87; 94; 142; 147
- Digital Mix** 55; 56; 66; 67; 69; 70; 84; 91; 133; 141; 143
- Douro**
- Índigo** 12; 54; 58; 68; 71; 72; 75; 76; 87; 93
- Kripton** 55; 60; 86; 88; 89; 91
- Lisboa Capital** 62; 143
- Luminária Música** 81
- Noite Americana** 90
- Nova Imagem** 65; 67; 70; 140
- Play it Again** 60; 62; 78; 89; 128
- Quimagem** 73; 92
- Red Back** 77; 82; 85
- Sais de Prata** 22; 31; 47; 111
- Shots** 75
- Som de Lisboa** 59; 63; 65; 74; 79; 94; 130; 131; 132; 140; 147
- Tangerina Azul** 76
- Alchemy** 42; 51
- Atelier da Ilusão** 105; 149
- Bomba H** 44
- Fotosete** 20; 28; 33; 34; 49; 51; 124
- GPI** 45; 111
- Grafiseis** 18; 19; 22; 24; 43; 48; 50; 112; 118
- Jaime Graça** 46
- Picto** 23; 44; 138; 139; 146

Este Livro e o 1º festival de Publicidade não teria sido possível realizar sem a colaboração de diversas pessoas e entidades. Os nossos agradecimentos por terem tornado este projecto uma realidade

Pedro Ferreira

Pedro Magalhães

Alexandra Quadros

José Manuel Abrantes

Cristiano Zancuoghi

Jorge Teixeira

Pedro Bidarra

João Nuno Pinto

João Espírito Santo

José Carlos Campos

Nelson Sinem

Mário Santiago

Pedro Monteiro

Fernando Afonso (Fotosete)

Jorge Lopes (Fotosete)

Maria de Lurdes Pereira (Edições Expansão Económica)

Paula Pereira (Edições Expansão Económica)

Ricardo Mealha (Centra Design)

Fernando Moura Machado (Image Bank)

Vasco Ferreira (Image Bank)

Rosalina Machado (Ogilvy&Mather, Portugal)

José Manuel Abrantes (Ogilvy&Mather, Portugal)

Quiná (Bates Portugal)

Candido G. Rodam (Alfason)

Pedro Marques (Tenente)

António Romano (Central Models)

José Campos (Pepsi)

Luis Amorim (SárrioPapel)

Dr. José Manuel Silva e Costa (Soctip)

Rui Veira (JC Decaux)

Miguel Magalhães (JC Decaux)

Teresa Albuquerque (Edições Expansão Económica)

Tiago Mendes (Novodesign)

Kripton

Pix Mix

Publicis

Índigo

Picto

Ian Levy (Edições Expansão Económica)

Rui Camarinha (Briefing)

Miguel Ribeiro (Briefing)

Anita Martins (JC Decaux)

Isabel Rocha e Melo (Sagres)

Victor Silva (Telegráfica)

Zé Pinheiro (Kripton)

João Vilela (Kripton)

João Matos (Kripton)

Manuel Faria (Índigo)

José Pimentel

Ana Bola

Vitor Sousa

José Salgado (Taxi Models)

Sr. Pedro De Oliveira (Casino Estoril)

Sr. Victor Carvalho (J.T. Costa do Sol)

Sr. Fernando Gonçalves (Estibordo)

Dr. João Fernandes (Stadium Café)

Dr. Ricardo Tomás (Renault)

Rui Rodrigues (Rádio Comercial/Nostalgia)

Francisco Prata (Picto)

Orlando (Picto)

