

MANUÁRIO  
LUBE  
RIATIVOS  
ORTUGAL  
05+CCP®



+

+



Clube de Criativos de Portugal CCP

+

+

Direcção de arte e design, **Rui Morais** ( Brandia ) paginação, **Armanda Vilar**.  
Embalagem **Gipema** - Sociedade Electromecânica de Fabricação e Manutenção, Lda.  
Impressão e acabamento **Neogrifo** - Artes Gráficas, Lda.  
Tiragem 800 exemplares Depósito legal: 204644/03

As peças publicitárias apresentadas neste livro são da responsabilidade das entidades 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.

- + **INTRODUÇÃO** p.5
- + **JÚRI** p.10
- 00+ **GRANDE PRÉMIO** p.13
- 01+ **TV/CINEMA**
  - 011 + TV/CINEMA p.19
  - 012 + CAMPANHA TV p.37
  - 013 + MELHOR REALIZAÇÃO p.51
  - 014 + MELHOR DIRECÇÃO DE FOTOGRAFIA p.57
  - 015 + MELHORES EFEITOS ESPECIAIS/PÓS PRODUÇÃO p.61
- 02+ **RÁDIO**
  - 021 + MELHOR SPOT RÁDIO p.65
  - 022 + MELHOR JINGLE RÁDIO p.75
  - 023 + CAMPANHA RÁDIO p.79
- 03+ **IMPRENSA**
  - 031 + ANÚNCIOS IMPRENSA p.87
  - 032 + CAMPANHA IMPRENSA p.105
  - 033 + MELHOR COPY p.119
  - 034 + MELHOR DIRECÇÃO DE ARTE p.125
- 04+ **OUTDOOR**
  - 041 + OUTDOOR p.131
  - 042 + CAMPANHA OUTDOOR p.139
  - 043 + POSTER/CARTAZ p.149
- 05+ **CAUSAS SOCIAIS E BEM-PÚBLICO**
  - 051 + TELEVISÃO p.157
  - 052 + IMPRENSA p.165
- 06+ **NEW MEDIA** p.169
- 07+ **DIRECT MKT E PROMOÇÕES**
  - 071 + MAILING p.175
  - 072 + ACCÇÃO/EVENTO ESPECIAL/POINT OF SALE p.183
- 08+ **DESIGN GRÁFICO**
  - 081 + BROCHURA/CATÁLOGO p.191
  - 082 + CORPORATE/BRAND IDENTITY p.201
  - 083 + DESIGN EDITORIAL p.209
  - 084 + POSTER p.217
  - 085 + AUTO PROMOÇÃO p.223
  - 086 + OUTROS p.229
- 09+ **PACKAGING**
  - 091 + RÓTULOS p.235
- 10+ **WEB DESIGN E MEDIA INTERACTIVA**
  - 101 + CD ROM/DVD p.241
  - 102 + WEB DESIGN p.249
  - 103 + BANNERS p.259
- 11+ **DESIGN DE AMBIENTE/EQUIPAMENTO**
  - 112 + ESPAÇO COMERCIAL p.265
  - 113 + EQUIPAMENTO p.271
- 12+ **JOVENS CRIATIVOS** p.277
  - + APOIOS/PATROCÍNIOS p.285
  - + INDEX p.323

+

+



+

+



Aqui está o 5º Anuário do Clube de Criativos de Portugal.

Este é um anuário feito por criativos, que elogia o trabalho que se faz em Portugal, mostrando-os. São criativos que elogiam outros criativos, premiando os trabalhos que segundo os seus critérios mais se distinguiram durante um período de tempo. Os criativos, normalmente pouco disponíveis para reconhecerem mérito ao que não sai das suas cabeças, fazem aqui um exercício pouco habitual uma vez por ano também não custa tanto assim) e oferecem a todos os que se interessam por esta área a possibilidade de ver e saber quem fez o melhor nas áreas de Publicidade, Marketing Directo, Design Gráfico, Web Design e Media Interactiva.

Não existe outro sitio em Portugal para consulta. Este anuário deve ser consumido sem moderação. Parabéns aos melhores.

Albano Homem de Melo

O 5º Festival do Clube de Criativos começou mal. Os trabalhos do Júri terminaram 5 (cinco!) horas antes do que estava previsto. Ao contrário do que era suposto acontecer, as votações tinham decorrido sem grandes exaltações, discussões ou polémicas. Eu, claro está, fiquei muito preocupado. "Tu queres ver que os gajos fizeram isto a despachar?", pensei. Nada disso. Tinha sido tudo muito profissional. E o Jurados eram homens e mulheres com provas dadas no passado. O que tinha então acontecido? A resposta estava escarrapachada na listagem de prémios. Os "Ouros", teoricamente os mais polémicos, tinham sido atribuídos quase por unanimidade. Não menos importante, toda a gente os tinha visto e ouvido nos meios. E quando é assim, discute-se menos. O grande prémio também foi indiscutível – ganhou logo na primeira ronda de votações. Na minha opinião, os anúncios que se seguem são bons aqui e em qualquer parte do mundo. É natural que haja quem não concorde. Está então aberta a discussão.

Diogo Anahory

+ Clube de Criativos de Portugal CCP

Cada designer tem uma maneira diferente de descrever o que é Design Gráfico, dando mais ênfase a determinados aspectos em detrimento de outros. Para alguns é principalmente uma tarefa formal e intelectual, relacionada com a criação de uma ordem saída da confusão, reduzindo algo à sua essência, despindo-o de todos os detalhes supérfluos que, de outra forma, poderiam interferir na sua compreensão clara. Para outros, é uma busca de ideias, um jogo entre linguagem e imagem, que usa referências comuns e associações que fazem um "clique" na nossa imaginação. Estas abordagens não são exclusivas e é possível, senão necessário, movermo-nos entre uma e outra. Independentemente da abordagem, o Design Gráfico é essencialmente comunicação, o que implica passar ou trocar informações, ideias e pensamentos. Implica pensar sobre o que se quer dizer, para quem é que se quer dizer e, claro, sobre como é que se quer dizer. Assim, podemos ver o Design Gráfico como uma curiosa mistura de arte e ciência, de engenho e tecnologia. A nossa actividade move-se no universo visual, onde a maioria das vezes há ausência de som, mas nunca está apenas relacionada com a aparência.

Desenvolver a capacidade de fazer design significa desenvolver um pensamento crítico onde coexistem a lógica e a poesia, a neutralidade e a paixão, a sobriedade e o humor.

Um estudante perguntou-me recentemente que diferença existe entre o design em Portugal e o design no resto da Europa. Respondi-lhe que a nossa responsabilidade enquanto designers é ajudar a criar uma cultura visual estimulante, que torne as ideias e a informação acessíveis e memoráveis e que, assim sendo, então a qualidade do trabalho neste anuário de design é a prova de que não há diferença que mereça a pena referir.

Andrew Howard






O presidente do júri da categoria de marketing directo não é um criativo. A ideia foi do Albano, que achava que a categoria deveria ser reposicionada. Eu também.

É claro que a categoria não se reposiciona por algumas pessoas acharem que ela deve ser reposicionada. Ela reposiciona-se com o trabalho que todos vamos fazendo e que será melhor hoje, do que foi ontem. Muita gente se surpreende hoje com a qualidade das ideias criativas de alguns trabalhos de marketing directo. Não há surpresa. Assim como não há monopólios das disciplinas da comunicação para as boas ideias. O que há é bom e mau trabalho. O bom, hoje, é mais do que era ontem. E essa é que é a surpresa. Este júri debateu intensamente o bom contra o mau, a ideia pela ideia contra a ideia aplicada a marketing directo. E isso foi bom. Afinal, criativos somos todos nós.

Luis Segadães



Depois de um ano negro e "lixado", bem expresso pela materialização do anterior anuário, surge este ano, no âmbito do 5º aniversário do clube dos criativos de Portugal uma visão oposta. Por um lado, em contraciclo ideológico pretendemos mostrar um Portugal optimista em relação ao futuro, traduzido por um cor-de-rosa afectivo ao olho e ao tacto, para que ninguém possa ficar indiferente.

Por outro, fizemos o livro dentro do livro, pretendemos surpreender pela forma e mostrar que o conteúdo, abusivamente diferente da forma é cada vez mais selectivo e se reduz apenas ao essencial. Por outro lado ainda, quisemos mostrar que é possível e que é necessário fazer mais com menos, fazer diferente com o recurso a ambientes visuais monocromáticos mostrando que os limites e a capacidade criativa estão não apenas longe de serem completamente explorados como sobretudo a escassez de recursos deverá constituir um desafio antes que um impedimento.

Por tudo isto, neste 5º ano de história registada neste anuário, esperamos sobretudo ter sido capazes de deixar uma marca não apenas naqueles que hoje produzem o melhor que se faz em Portugal mas sobretudo naqueles que no futuro virão. Constituindo esta uma peça de referência do Portugal criativo, contemporâneo, sem complexos e orgulhoso das suas capacidades e que será seguramente capaz de provar que continua a ter razões para incentivar o optimismo como arma para ultrapassar as crises.

Carlos Coelho  
Presidente do Conselho de Administração  
Brandia Network

+ Ju ri 5º anuário CCP

## **PRESIDENTE DO JÚRI**

**DIOGO ANAHORY + MCCANN ERICKSON**

## **MEDIA ELECTRÓNICA / CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO**

**ANTÓNIO LANDEIRO + STRAT + ALEXANDRE OKADA + LEO BURNETT + LUIS SILVA  
DIAS + FCB + JOSÉ RICARDO CABAÇO + GREY HOME + ORLANDO GONÇALVES +  
YOUNG & RUBICAM + ALBERTO RODRIGUES + MINISTÉRIO DOS FILMES**

## **MEDIA IMPRESSA E OUTDOOR**

**JOÃO ESPIRITO SANTO + JWT + PAULO MONTEIRO + EURORSCG + SUSANA SEQUEIRA  
+ YOUNG & RUBICAM + JOÃO RIBEIRO + TBWA/EPG + NUNO JERÓNIMO + BBDO  
PORTUGAL + NUNO SANTOS TRISTÃO + BATES + PAULO DAVID (FOTÓGRAFO)**

## **MARKETING DIRECTO**

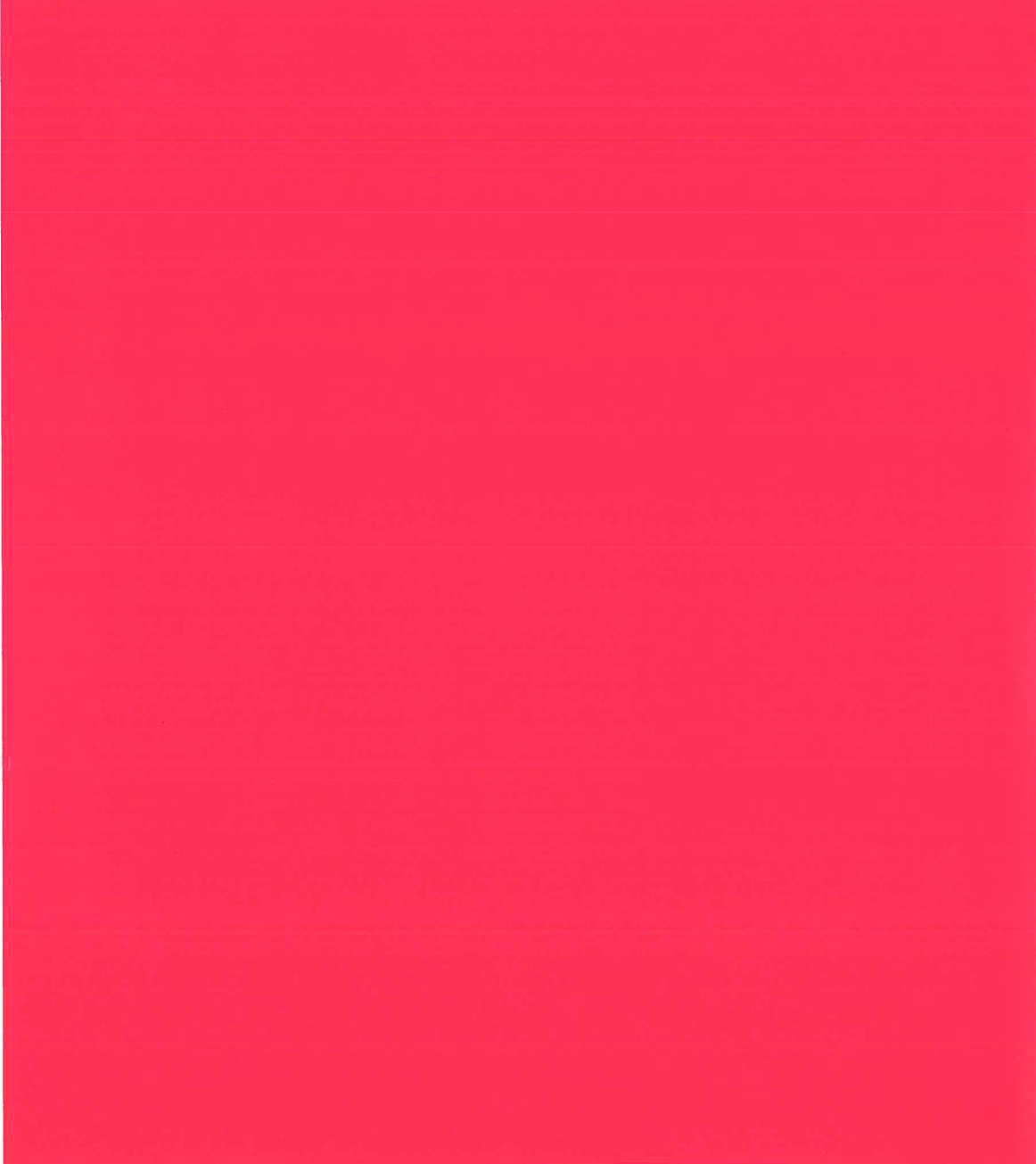
**PRESIDENTE + LUIS SEGADÃES + CP PROXIMITY + MÁRIO RUI SILVA + HPP SALES  
MACHINE + SUSANA ALBUQUERQUE + 141 PORTUGAL + ZEZO CARVALHO + BRANDIA  
+ JAYME KOPKE + WUNDERMAN + RICHARD VICENTE (FREELANCER)**

## **DESIGN**

**PRESIDENTE + ANDREW HOWARD + ESTÚDIO ANDREW HOWARD + PEDRO  
ALBUQUERQUE + ALBUQUERQUE DESIGNERS + MÁRIO FELICIANO + SECRETONICS  
+ CARLOS GUERREIRO (FREELANCER) + RICARDO MATOS + RMAC + ANTÓNIO  
QUEIRÓS + QUEIRÓS DESIGN + MARCO MADRUGA + 37 DESIGN + ANA MESQUITA  
(FREELANCER) + RAQUEL VIANA + BY**

+ Clube de Criativos de Portugal CPP





**BRIEFING**

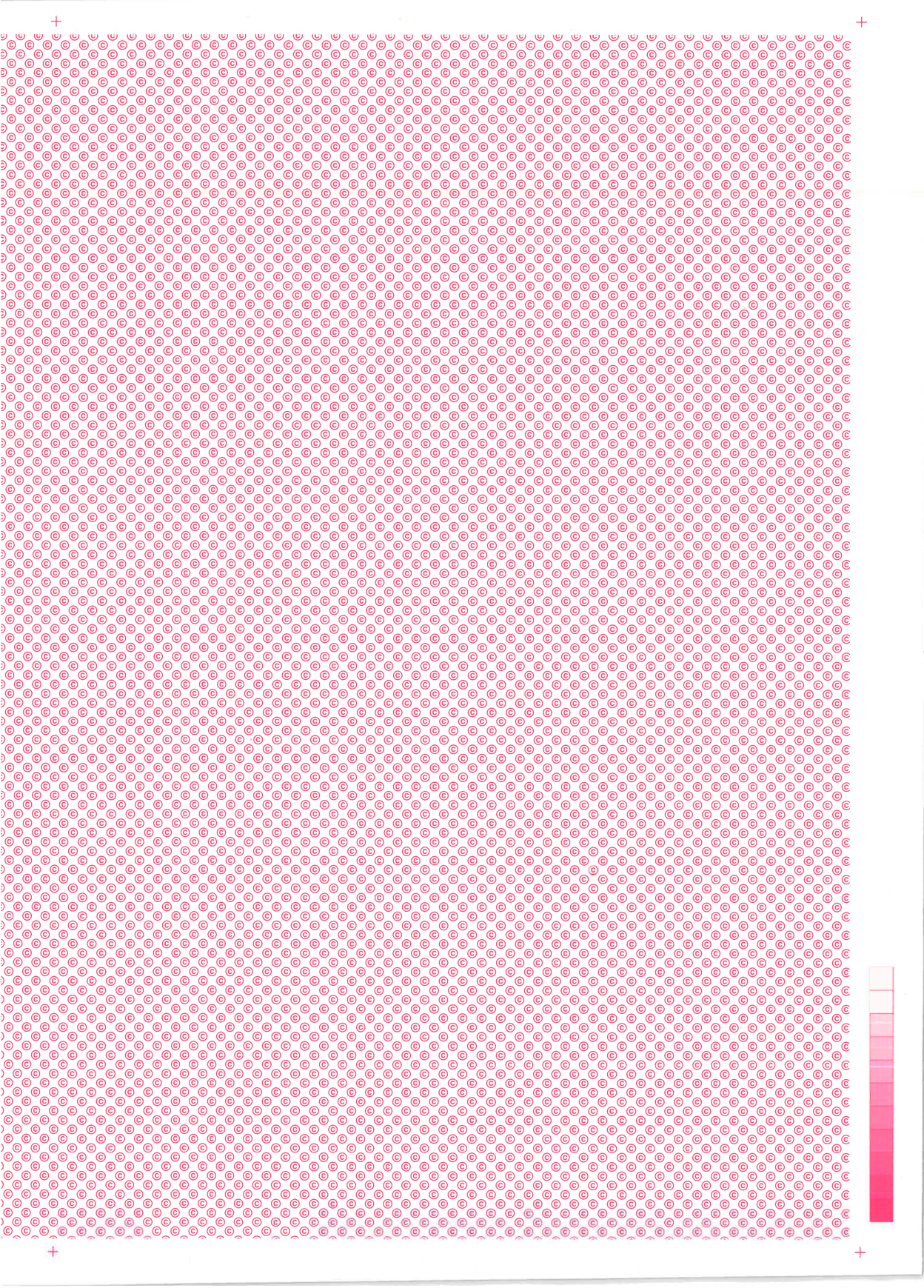
Categoria patrocinada por Category sponsored by:





**00+GRANDE  
PRÊMIO**







**Grand Prix Outdoor # Título:** Rapariga Afegã **Agência:** Bates Portugal **Anunciante:** National Geography  
**Director Criativo:** Pedro Ferreira / **Judite Mota Director de Arte:** Nuno Tristão **Redactor:** António Páscoa  
**Data 1ª Inserção:** Abril 02



We found her 17 years later.





**Grand Prix Outdoor #** Título: Rapariga Afegã Agência: Bates Portugal Anunciante: National Geography  
Director Criativo: Pedro Ferreira / Judite Mota Director de Arte: Nuno Tristão Redactor: António Páscoa  
Data 1ª Inserção: Abril 02



+

+



+

+



5º ANUÁRIO

Clube de Criativos de Portugal CCP

INGREME

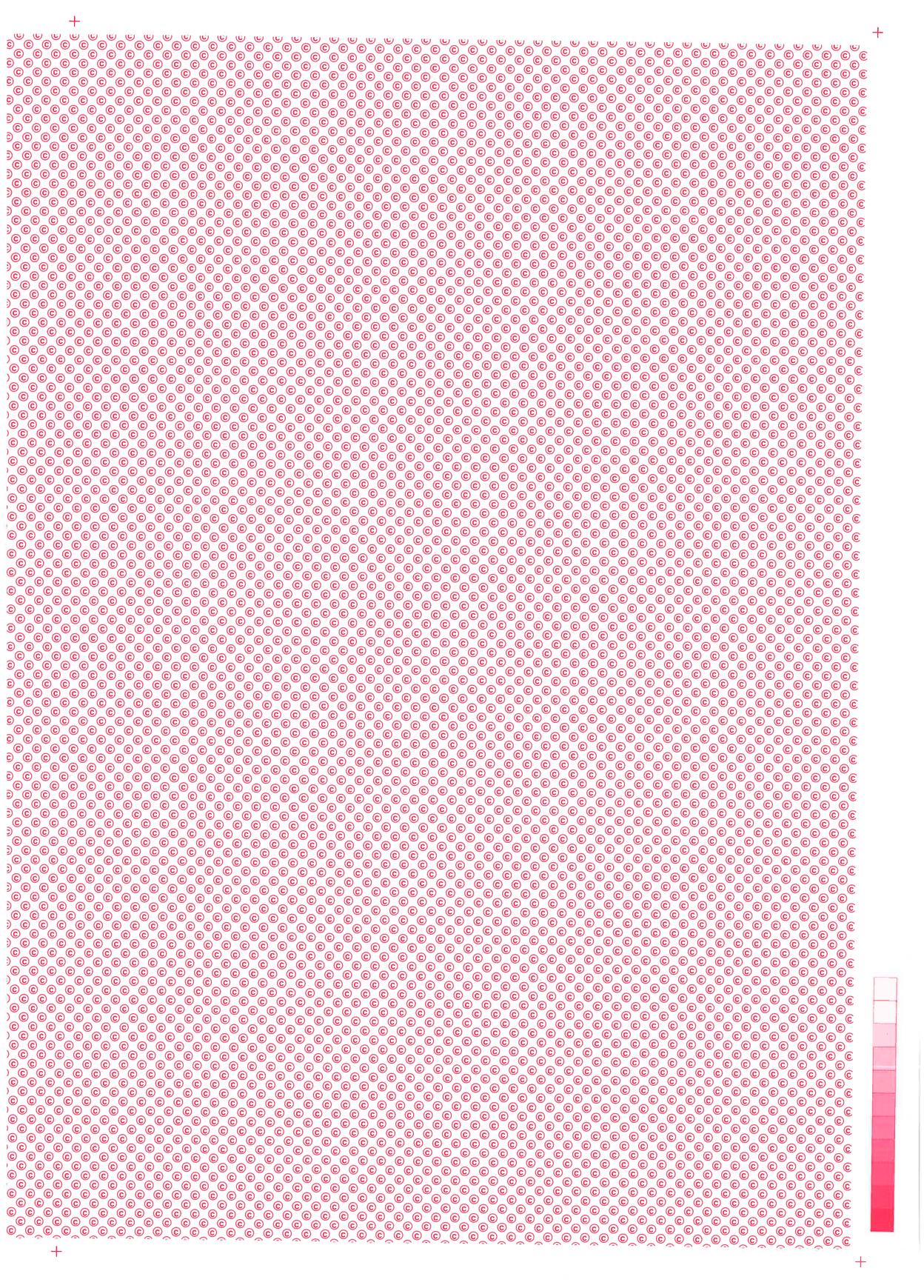
Categoria patrocinada por Category sponsored by:



01+TV/CINEMA

011+TV/CINEMA







**Tv/cinema Ouro # Título:** Sofá **Agência:** BBDO Portugal **Anunciante:** Optimus **Director Criativo:** Diogo Anahory / José Carlos Bomtempo **Director de Arte:** José Carlos Bomtempo / Nuno Jerónimo **Redactor:** Diogo Anahory / Rogério Serrasqueiro **Produtora de Imagem:** Tangerina Azul **Banda Sonora:** Mercury Rev - "Endlessly" **Data 1ª Inserção:** Julho 02 **Responsável Anunciante:** Sérgio Soares **Realizador:** João Nuno Pinto **Produtora de Som:** Indigo **Pós-Produção Vídeo:** Ingreme RTV: Alexandra Francisco / Manuel Teixeira



Um casal de meia-idade está sentado em cada ponta do sofá a ver televisão. Ela pega no telemóvel e envia um sms picante ao companheiro. Ele responde também por sms e começam uma conversa sms que vai ficando cada vez mais picante até que se levantam e saem da sala. Vê-se então que estão 5 crianças sentadas no sofá entre os dois.  
A middle-aged couple is sitting on opposite ends a sofa, watching TV. She then grabs her mobile phone and sends a spicy sms message to him. He answers and they start an sms conversation, that gets hotter and hotter, until they get up and smoothly walk away. We then see there were five children sitting on the sofa between them.



**Tv/cinema Prata # Título:** Batalha **Agência:** BBDO Portugal **Anunciante:** Optimus **Director Criativo:** Gonçalo Morais Leitão  
**Director de Arte:** Gonçalo Morais Leitão / Paulo Afonso **Redactor:** Gonçalo Morais Leitão / Tiago Viegas **Produtora de Imagem:**  
 Tangerina Azul **Banda Sonora:** Mercury Rev – "Endlessly" **Data 1ª Inserção:** Setembro 02 **Responsável Anunciante:** Sérgio Soares  
**Realizador:** João Nuno Pinto **Produtora de Som:** Digital Mix **Pós-Produção Vídeo:** Enefecto / Bikini RTV **Alexandra Francisco**



Estamos no meio de uma batalha muito estranha com soldados, tanques, extraterrestres, discos voadores, aviões WW! E um príncipe medieval Persa. Uma mulher de meia-idade aparece no campo de batalha a chamar toda a gente para o jantar. Vemos então que todos são crianças e que tudo era um jogo.

We're in a very strange battle with soldiers, tanks, aliens, UFO's, WW1 aircrafts and a medieval persian prince. A middle-aged women enters the field calling everyone for dinner. We then see that they are only children and that it was all a game.



**Tv/cinema Prata # Título:** Xadrez **Agência:** BBDO Portugal **Anunciante:** Clix **Director Criativo:** Diogo Anahory / José Carlos Bomtempo **Director de Arte:** José Carlos Bomtempo / Paulo Afonso **Redactor:** Diogo Anahory / Tiago Viegas **Produtora de Imagem:** Ministério dos Filmes **Director de Fotografia:** Cáccá Data 1ª **Inserção:** Setembro 02 **Responsável Anunciante:** Miguel Figueiredo **Realizador:** Marco Martins **Produtora de Som:** Indigo **Pós-Produção Vídeo:** Ingreme **RTV:** Rodrigo Abreu



Estamos num campeonato de xadrez. Os jogadores estão imóveis, pensando nas jogadas que vão fazer. Cansado de esperar, um jovem Clix vai até ao palco, acabando o jogo pelos jogadores em alguns segundos e voltando rapidamente para o seu lugar.  
We're at a chess championship. The players are taking ages to make their moves. Tired of waiting, a guy in a pink sweatshirt who works for Clix walks up to the players, finishes the game for them in a few seconds and calmly returns to his seat





**Tv/cinema Bronze # Título:** Escritório **Agência:** BBDO Portugal **Anunciante:** Novis Director Criativo: Pedro Bidarra Director de Arte: Joaquim Pena **Redactor:** Nuno Cardoso **Produtora de Imagem:** Shots **Director de Fotografia:** Cacán Data 1ª **Inserção:** Setembro 02 **Responsável Anunciante:** Inês Valadas **Realizador:** Júlio Alves **Produtora de Som:** Indigo **Pós-Produção Vídeo:** Ingreme **RTV:** Alexandra Francisco



Estamos num escritório de uma empresa. Vemos entrar um stripper que calmamente se dirige a um dos empregados iniciando aí uma tabledance. O ambiente de trabalho continua imperturbável. Numa outra secretária vemos um índio a dançar para uma empregada. Num gabinete um marinheiro joga às cartas com outro empregado. De repente estas três personagens desaparecem e todos os empregados voltam a trabalhar normalmente.

Vo: Talvez não saiba mas isto acontece diariamente na sua empresa. ... que 70 % do tráfego em sites de sexo e entretenimento ocorre durante o horário laboral.

Com a NovisNet nada disto acontecia. ADSL, modem, RDIS e acesso dedicado; soluções Novisnet, exclusivamente para trabalhar. NovisNet. A internet de quem trabalha.

We are in a company office. We see a stripper walk calmly up to one of the staff, and starting a table dance. The working atmosphere remains unperturbed. On another desk we see an Indian dancing for female office worker. In an separate office a sailor is playing cards with another member of staff. Suddenly the three characters disappear and all the staff go back to working normally.

Vo: You might not know it, but this is what happens every day in your company. 70% of traffic in sex and entertainment sites takes place during working hours.

With NovisNet none of this would happen. ADSL, modem, ISDN and dedicated access; NovisNet solutions, designed exclusively for work. NovisNet. Internet for people who work.



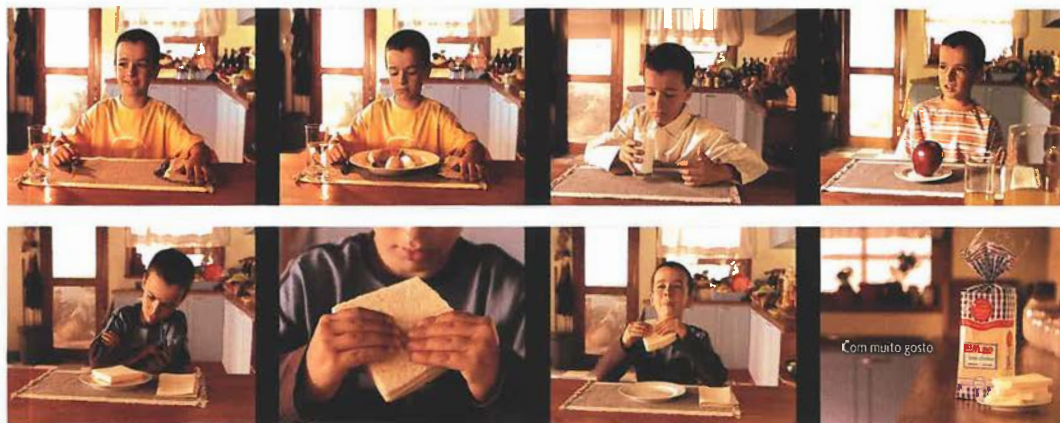
**Tv/cinema Bronze # Título:** Guincho **Agência:** Strat **Anunciante:** Unicer – Super Bock **Director Criativo:** José Carlos Campos **Director de Arte:** Hélder Pereira **Redactor:** António Landeiro **Produtora de Imagem:** Ministério dos Filmes **Director de Fotografia:** Carlos Lopes **Data 1ª Inserção:** Julho 02 **Responsável Anunciante:** João Sampaio / Paulo Valentim / Miguel Araújo **Realizador:** Marco Martins **Produtora de Som:** Indigo Pós-Produção **Vídeo:** Ingreme RTV; Pedro Gaspar



Um grupo de amigos anda a curtir o verão de praia em praia. Eles estão na praia do Guincho, conhecida por ser muito ventosa. No entanto, tiram o maior proveito daquele dia enquanto bebem umas belas Super Bock. O facto de estar um vendaval terrível só parece tornar tudo mais divertido.

A group of friends is touring all the beaches during the summer. This time they are at Guincho, notorious for being very very windy. Which of course is nothing but another way for them to enjoy their favorite beer - Super Bock – as the wind only adds to the fun.

**Tv/cinema Shortlist #** Título: Esquisitinho Agência: BBDO Portugal Anunciante: Bimbo Director Criativo: Gonçalo Morais Leitão  
 Director de Arte: Rogério Serrasqueiro Redactor: Nuno Jerónimo Produtora de Imagem: Krypton Director de Fotografia: Janeco /  
 Lança de Morais Data 1ª Inserção: Maio 02 Responsável Anunciante: Luísa Pereira Realizador: Tiago Guedes Produtora de Som: Indigo  
 Pós-Produção Vídeo: Pix Mix RTV: Manuel Teixeira / Rodrigo Abreu



Sentado à mesa da cozinha, um rapaz de 8 anos faz caretas e põe defeitos em todos os alimentos que a mãe lhe coloca à frente. O bife "tem nervos", o peixe "tem espinhas", o leite "tem natas" e assim consecutivamente. Até que a mãe lhe sugere uma sandes de Bimbo sem côdea, que deixa o mimado rapaz sem argumentos.

Sitting at a kitchen table, an 8-year old boy pulls faces and finds something wrong with all the food his mother places in front of him. The steak "has chewy bits", the fish "has bones", the milk "has cream", and so on. Until his mother suggests a sandwich with Bimbo bread with no crust, which leaves the spoiled little boy with nothing to moan about.

**Tv/cinema Shortlist # Título:** Rave **Agência:** BBDO Portugal **Anunciante:** Entrepasto **Director Criativo:** Diogo Anahory / José Carlos Bomtempo **Director de Arte:** Rogério Serrasqueiro **Redactor:** Nuno Jerónimo **Produtora de Imagem:** Tangerina Azul **Director de Fotografia:** Luís Branquinho **Data 1ª Inserção:** Maio 02 **Responsável Anunciante:** Diogo Jardim **Realizador:** João Nuno **Produtora de Som:** Digital Mix **Pós-Produção Vídeo:** FX RTV: Manuel Teixeira / Pedro Gaspar / Gabriela Nogueira



Numa animada rave, um casal de adolescentes dança de forma sensual. Loucos de desejo, fogem para o parque de estacionamento. Ele encosta-a a um carro e prepara-se para a despir, mas ela responde conscientemente: "não, aqui não!". Dá dois passos, atira-se para cima do capot do carro do lado e sugere: "aqui". Percebemos então que o carro do lado era seu.

At a rave party, a girl flirts with a boy. After a while, they leave the party and head for the parking lot. As he pushes her against a car and starts undressing her, she responds conscientiously: "no, not here". She then jumps into the next car and suggests: "here". Whe then realise the previous car was hers.

**Tv/cinema Shortlist #** Título: Basket Agência: J. Walter Thompson Anunciante: Vodafone Negócios Director Criativo: João Espírito Santo  
 Director de Arte: Fred Fannon Redactor: João Oliveira Produtora de Imagem: Montaini Filmes Banda Sonora: Original Data 1ª Inserção:  
 Dezembro 02 Responsável Anunciante: Engº Pedro Silva Nunes Realizador: Paulo Costa Pinto Produtora de Som: Indigo  
 Pós-Produção Vídeo: Alcântara Estúdios RTV: Alfredo Carvalho Compositor: Dandy Wahrols



Um novo director chega a uma empresa. É acompanhado por "alguém da casa" na sua volta de apresentação. Depois deste ultimo lhe mostrar o seu novo gabinete, esperando que ele tenha gostado das cores, o cicerone vai , então, mostrar-lhe a sua nova equipa de trabalho. Abre uma porta e quando o novo director vai a entrar leva com uma bolada em cheio na cara e cai redondo no chão. A sua equipa de trabalho vai dar-lhe "muito trabalho". Um lettering aparece afirmando que "custa bem menos ter um Vodafone".  
 A new director has his first day in a company. He is accompanied by someone from the company in his presentation tour. After he is shown his new office - with his guide hoping he would be pleased with the colours - he is led to his new working team office. When the door opens and the new director is about to enter the room, he is hit right in the face by a basketball ball, making him fall flat down. His working team will keep him "very busy", so it seems. A super appears saying "it's much less harder to have a Vodafone".

**Tv/cinema Shortlist # Título:** Fanático **Agência:** J. Walter Thompson **Anunciante:** Sumol **Director Criativo:** João Espírito Santo **Director de Arte:** Pedro Magalhães **Redactor:** Rui Soares **Produtora de Imagem:** Show Off **Director de Fotografia:** André Szankowsky **Data 1ª Inserção:** Junho 02 **Responsável Anunciante:** Dra. Margarida Pedroso Ferreira **Realizador:** Alexandre Montenegro **Produtora de Som:** Digital Mix **RTV:** Carla Branco **Compositor:** Digital Mix



Estão dois amigos num bar a tomar um copo.

Um deles é fanático pelo futebol. O outro, preocupado, está a tentar que ele entenda que a vida não é só o futebol. Finalmente, aquele que está a ouvir, levanta-se e responde-lhe como se estivesse no estádio no meio da claque..

Two friends have a drink in a bar. One of them is a football fanatic.

Worried, the other talks to him, trying to make him understand that life is more than football. Finally, the one who has been listening shouts out loud like a typical football fan in a stadium.

**Tv/cinema Shortlist # Título:** Obra de Arte **Agência:** J. Walter Thompson **Anunciante:** Vodafone **Director Criativo:** João Espírito Santo **Director de Arte:** Jorge Barrote **Redactor:** Gabriela Hunnicutt **Produtora de Imagem:** Montaini Filmes **Data 1ª Inserção:** Fevereiro 03 **Responsável Anunciante:** Engº Pedro Silva Nunes **Realizador:** Marco Scchilacci **Produtora de Som:** Indigo **Pós-Produção Vídeo:** Alcântara estúdios **Compositor:** Mock Turtles



A mulher tira fotografias dos desenhos do seu filho mais novo com o telemóvel, e envia-as para o marido. O homem parece calmo ao ver as imagens, mas a sua expressão muda quando percebe que está a ver um filme e que os desenhos estão por toda a casa.  
 A woman takes photos of her little son's drawing with her mobile and sends them to her husband.  
 First, the man seems very proud, but his expression changes when he realizes he is seeing a film and that the drawing is all over his house.

**Tv/cinema Shortlist # Título:** Bilheteiras **Agência:** Lowe **Anunciante:** Comed'In **Director Criativo:** João Pires **Director de Arte:** Julliano Bertoldi **Redactor:** Hellington Vieira **Produtora de Imagem:** Panorâmica 35 **Director de Fotografia:** António Magalhães **Data 1ª Inserção:** Novembro 02 **Responsável Anunciante:** Luísa de Sousa Otto **Realizador:** Sérgio Barata **Produtora de Som:** Digital Mix **Pós-Produção Vídeo:** Pix Mix **RTV:** Ana Rondão **Compositor:** João Tanquelim



Na bilheteira de um teatro, vemos um homem chegar para comprar o seu bilhete. O empregado finge que lhe vai entregar o bilhete, mas volta a tirá-lo da mão do homem. "Gozando" com ele, a mesma cena repete-se várias vezes, até fazê-lo perder a paciência. We see a man standing in a ticketline of a movie theater. He pays his ticket and the clerk pretends to give him the ticket, but instead he makes fun of the guy by giving and taking back the ticket several times until the guy starts to loose his temper.



**Tv/cinema Shortlist # Título:** Anão Agência: MKT Anunciante: Sucol Active Director Criativo: Miguel Coimbra Director de Arte: António Bezerra Redactor: Jorge Coelho Produtora de Imagem: Still Director de Fotografia: Jacques Poskins Banda Sonora: Pátio das cantigas Data 1ª Inserção: 08Outubro 02 Responsável Anunciante: Dra. Margarida Pedroso Ferreira Realizador: José Neto Pós-Produção Vídeo: CEE RTV: Ricardo Rosário



Num corredor vemos em primeiro plano uma embalagem de Sucol Active. Mais atrás, junto a um telefone de parede, está um anão que acabou de fazer uma chamada. O homem salta várias vezes, tentando desesperadamente voltar a colocar o auscultador no lugar mas, como é muito baixo, não consegue chegar ao gancho.

Vom: Vamos assistir ao efeito Sucol Active...

O anão pára e decide beber um pouco de Sucol para ganhar coragem. Convicto de que tudo melhorou, volta depois a saltar para colocar o auscultador no gancho, mas, como é óbvio, continua sem lá chegar.

Vom: Honestamente, não faz milagres... Mas tem o dobro das vitaminas.

Legenda: "Sucol Active. Activa-te".

The Sucol Active's pack is near the camera. In the back, a dwarf tries to hang up a public phone.

The man is clearly too short to reach the phone, so he jumps up over and over again but always fails.

Vom: Get ready for the Sucol Active effect...

The dwarf stops jumping and he decides to drink a little bit of Sucol Active. The man hopes to be stronger after that and finally reaches the phone. After he finishes the Sucol he gets back to a vigorous jumping session but, obviously, nothing has changed.

Vom: Honestly, it doesn't work wonders... But it has twice as many vitamins

Legend: "Sucol Active. Powers you up".

**Tv/cinema Shortlist # Título:** Baldes **Agência:** MKT **Anunciante:** Kia Rio **Director Criativo:** Miguel Coimbra **Director de Arte:** Paulo Oliveira **Redactor:** João Navarro **Produtora de Imagem:** Ministério dos Filmes **Director de Fotografia:** Cacán **Banda Sonora:** Indigo **Data 1ª Inserção:** 17Abril 02 **Responsável Anunciante:** Dr. Luis Carlos **Realizador:** Marco Martins **Pós-Produção Vídeo:** Ingreme **RTV:** Ricardo Rosário



z Junto a um rio, um homem entra a correr pela água adentro, transportando 2 baldes de lata (um em cada mão). Enche os baldes e vai-se embora a correr para voltar logo a seguir e enchê-los de novo, repetindo a tarefa sem parar.

V.o. Quer levar um Rio para casa?

Há uma maneira mais lógica.

Packshot - Plano de paisagem (mesmo local) e, de repente como por magia, aparece o KIA Rio.

V.o. KIA Rio por apenas 150 euros por mês.

(corta)

Logotipo KIA

Near a river, a man runs into the water, carrying two buckets. He fills the buckets again and again.

V.o. Would you like to take home a river?

There's a more logical way of doing it.

KIA River for only 150 euros a month.

(cut)

Logo KIA

**Tv/cinema Shortlist # Título:** Sem Abrigo **Agência:** Strat **Anunciante:** Oni **Director Criativo:** José Carlos Campos **Director de Arte:** Jorge Ferrão **Redactor:** Marcos Drummond **Produtora de Imagem:** Ministério dos Filmes **Director de Fotografia:** João Aires **Banda Sonora:** Som de Lisboa **Data 1ª Inserção:** Maio 02 **Responsável Anunciante:** Carla Marreiros / Teresa Barros **Realizador:** Marco Martins **Produtora de Som:** Som de Lisboa **Pós-Produção Vídeo:** Ingreme **RTV:** Renato Correia **Compositor:** Som de Lisboa



Este filme confronta-nos com pessoas que - por opção ou por força das circunstâncias - não falam com outras pessoas, sem que nada se ganhe com isso senão uma enorme tristeza. Faz parte de uma campanha mais abrangente onde, de uma forma ou doutra, todos nos podemos rever, e tenta, no final, encorajar-nos a mudar de atitude sugerindo que comunicar é a resposta.

Abre num clube de Strip um homem trintão, sozinho, diz-nos "Eu não falo com a minha ex-mulher."

Passa para uma fábrica desactivada onde o antigo patrão confessa "Eu não falo com os meus empregados."

Numa casa fechada, cheia de antiga fotos de família, uma senhora já velhota diz "Eu não falo com jovens."

E por fim, numa rua, um sem-abrigo olha-nos dizendo "Eu não falo com ninguém."

Até quando? Mude de atitude.

ONI. Comunicações Globais.

This filme shows us people who - through their own choice or due to circumstance - claim not to talk to other people, in such a way that we can see that nothing comes out of it but their own misery. It's part of a wider campaign, in which we can all see ourselves at some stage, and in the end urges us to change our attitude, suggesting that communicating is the answer. Open in a strip club where a lonely man tells us "I'm not talking to my ex-wife." Cut to a dismantled factory, where the former boss confesses "I'm not talking to my employees."

On a house full of old family pictures, a shut-in old lady says "I'm not talking to youngsters."

And finally, on a sidewalk somewhere, a homeless man is saying "I'm not talking to anyone."

How much longer? Change your attitude

ONI - Global Communications

+

+

©

+

+



Categoria patrocinada por Category sponsored by:

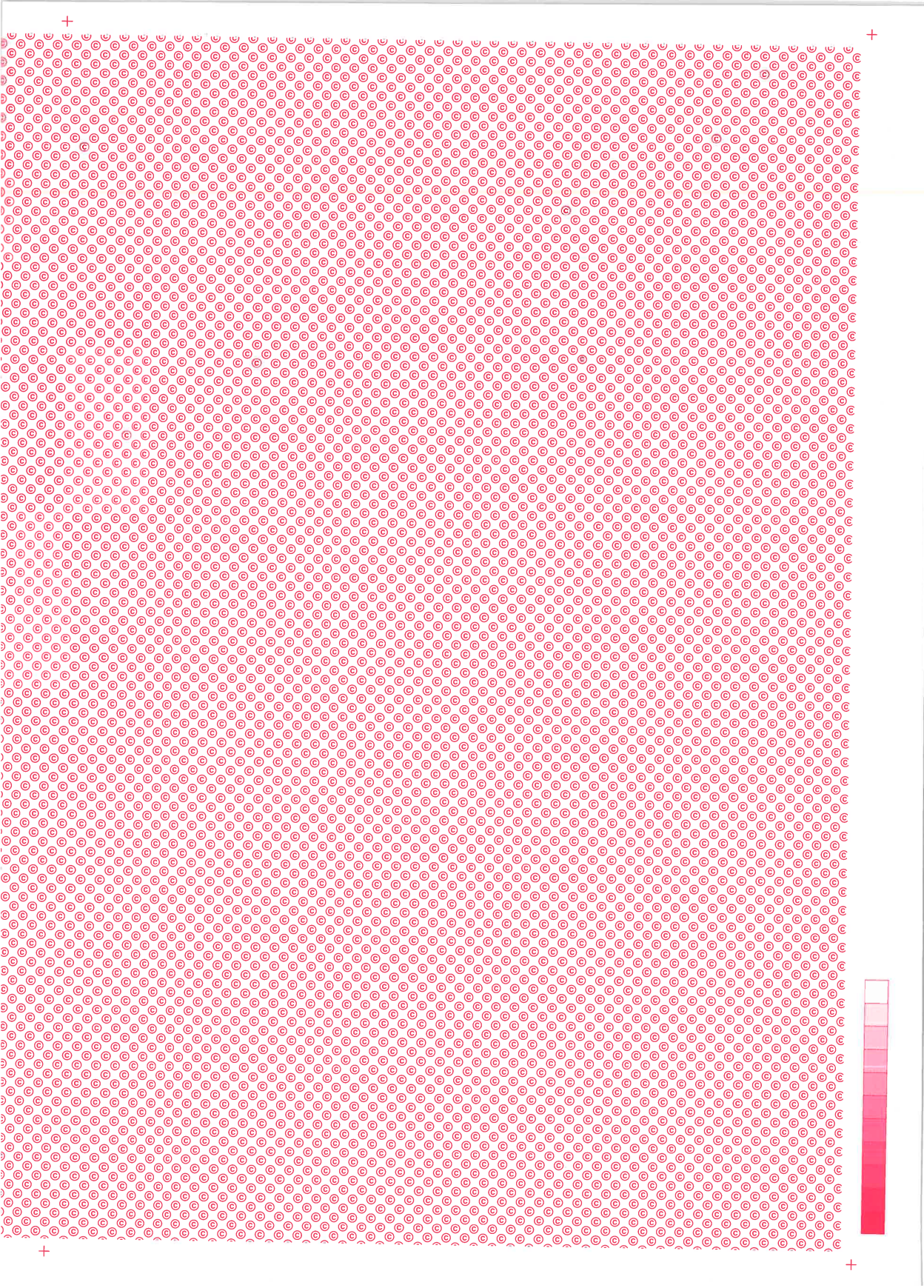
ÍNGREME



01 + TV/CINEMA

# 012 + CAMPANHA TV







**Campanha tv Prata # Título:** Namorado **Agência:** Leo Burnett **Anunciante:** Fiat **Director Criativo:** Alexandre Okada **Director de Arte:** Pedro Bexiga **Redactor:** Marcelo Lourenço **Produtora de Imagem:** Ministério dos Filmes **Director de Fotografia:** Caca Data **1ª Inserção:** 16 Fevereiro 03 **Responsável Anunciante:** João Serra Amaral **Realizador:** Marco Martins **Produtora de Som:** Indigo **Pós-Produção Vídeo:** Ingreme RTV: Vivi Castro / Bruno Carvalho



Cena de família: a filha adolescente apresenta o seu novo namorado aos pais. O pai não perde tempo e vai logo perguntando o que o rapaz faz da vida. O rapaz não perde a pose e responde. Ele: "Nada... não trabalho, não estudo, gosto é dos copos e da night.

Resumindo: sou um bandalho. Mas em compensação, tenho um graaanda carrão...". Silêncio na sala: o pai e a mãe da rapariga se entreolham sem saber o que dizer.

Locução off: Ridículo é achar que ter um carro caríssimo é tudo na vida.

Fiat Punto, um carro pelo preço justo.

Fiat. Quem pensa tem um.

Open on a family scene: a girl introduces her boyfriend to her parents. The father pops up the question to the guy

Father: "what do you do for a living, my son?"

The boy, in a very self-confident way, answers.

Boyfriend: "Nothing...no school, no job. I like to go out and party all night long. In one word... I'm a bum. But in the other hand, I do drive a greeeat car..."

Silence in the room. The father and the mother of the girl look very disappointed.

Voice Over: An expensive car doesn't make you someone.

Fiat Punto. The Fair Priced Car

Be Smart. Buy a Fiat.





**Campanha tv Prata # Título:** Executivo **Agência:** Leo Burnett **Anunciante:** Fiat **Director Criativo:** Alexandre Okada **Director de Arte:** Pedro Bexiga **Redactor:** Marcelo Lourenço **Produtora de Imagem:** Ministério dos Filmes **Director de Fotografia:** Caca Data **1ª Inserção:** 16 Fevereiro 03 **Responsável Anunciante:** João Serra Amaral **Realizador:** Marco Martins **Produtora de Som:** Indigo **Pós-Produção Vídeo:** Ingreme RTV: Vivi Castro / Bruno Carvalho



**Entrevista de emprego.** Um executivo ranzinza entrevista um candidato. "Fale-me de si, da sua experiência profissional". O candidato, um jovem executivo, sorri e começa o seu discurso confiante: "sou preguiçoso, adoro meter-me com as colegas de trabalho [e já reparei que esta empresa está cheia de gajas giras]. Resumindo: sou um inútil." O entrevistador mal pode acreditar no que acabou de ouvir. O entrevistado completa: "Mas em compensação, tenho um graaanda carrão."

**Locução off:** Ridículo é achar que ter um carro caríssimo é tudo na vida.

Fiat Punto, um carro pelo preço justo.

Fiat. Quem pensa tem um.

**Job interview.** An old and tough executive speaks to a candidate and asks him to talk about himself.

The candidate, a young executive, smiles and starts with self-confidence:

Candidate: "I'm very lazy. And I like to harass the women of the office – and I've noticed that this place is full of nice chicks!

In one word, I'm useless."

The interviewer hardly believes in what he has just heard. The candidate finishes the speech.

Candidate: "But on the other hand, I do drive a greeeat car."



**Campanha tv Prata # Título:** Rapariga **Agência:** Leo Burnett **Anunciante:** Fiat **Director Criativo:** Alexandre Okada **Director de Arte:** Pedro Bexiga **Redactor:** Marcelo Lourenço **Produtora de Imagem:** Ministério dos Filmes **Director de Fotografia:** Cacán Data **1ª Inserção:** 16 Fevereiro 03 **Responsável Anunciante:** João Serra **Amaral Realizador:** Marco Martins **Produtora de Som:** Indigo **Pós-Produção Vídeo:** Ingreme RTV: Vivi Castro / Bruno Carvalho



Festa. Vemos uma bela rapariga a conversar com um homem.

Ele: "Não acredito – uma rapariga tão gira sem namorado?"

Ela: "Deve ser porque eu sou burra, egoísta, peço dinheiro a todos os meus namorados e não pago. Resumindo: eu não presto...".

O rapaz dá um sorriso amarelo. Ela continua, muito divertida: "mas em compensação, tenho um graaanda carrão..".

E para o rapaz chega: ele levanta-se e vai embora. A rapariga fica sem entender nada.

Locução off: Ridículo é achar que ter um carro caríssimo é tudo na vida.

Fiat Punto, um carro pelo preço justo.

Fiat. Quem pensa tem um.

Open on a party. We see a handsome man approaching a beautiful girl.

He: "A beauty like you without a boyfriend?".

The girl smiles and responds joyfully

She: "Maybe it's because I'm stupid, superficial, and borrow money from allmy boyfriends and never pay it back. In one word, I'm a tramp".

The poor guy seems to lose the interest. The girl continues. "But I do drive a greeeat car".

It's enough for the man. He leaves the girl. She looks disappointed.

Voice Over: An expensive car doesn't make you someone.

Fiat Punto. The Fair Priced Car

Be Smart. Buy a Fiat.



**Campanha Tv Prata # Título:** Hora Extra **Agência:** TBWA / Epg **Anunciante:** Adidas **Director Criativo:** Leandro Alvarez **Director de Arte:** Gezo Marques **Redactor:** João Ribeiro **Produtora de Imagem:** Ministério dos Filmes **Director de Fotografia:** Carlos Manuel Lopes **Data 1ª Inserção:** 16 Outubro 02 **Responsável Anunciante:** Tiago Ribeiro **Realizador:** Marco Martins **Produtora de Som:** Indigo **Pós-Produção Vídeo:** Ingreme RTV: António Serrano



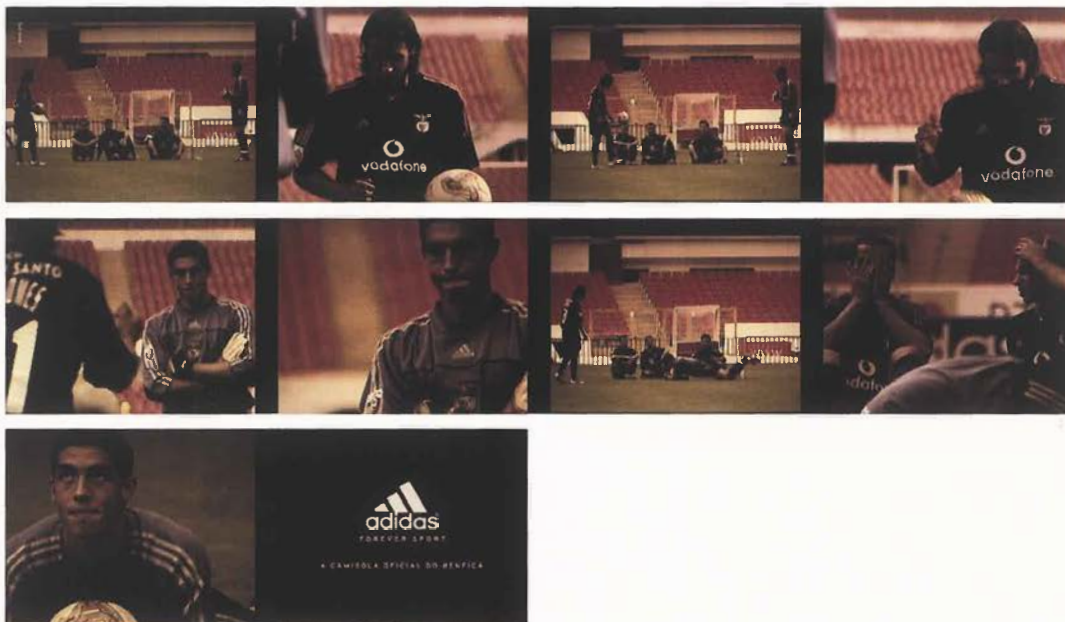
Nesta campanha, o jovem Moreira, guarda-redes do Benfica, assume um comportamento muito estranho. Tudo porque quer vestir uma das novas camisolas adidas do benfica. Não quer ser o único jogador do plantel a vestir-se de outra cor que não de encarnado. Assim, num primeiro filme, em vez de fazer treino específico de guarda-redes, ele treina-se como um avançado, ensaiando mesmo a marcação de um livre directo. A bola só não entra por excesso de pontaria, batendo com estrondo na trave.

In this campaign, young Moreira, Benfica's goal keeper, assumes a very strange behaviour. He wants to play with one of the new Benfica's shirts from adidas. He doesn't want to be the only player of the squad dressing with a colour other than red.

So, in the first movie, instead of doing the goal keeper's specific training, he trains himself as a striker, even attempting a free kick. The ball just doesn't go in for "over aiming", hitting with a thundering noise in the crossbar.



**Campanha Tv Prata #** Título: Reflexo Condicionado Agência: TBWA / Epg Anunciante: Adidas Director Criativo: Leandro Alvarez  
Director de Arte: Gezo Marques Redactor: João Ribeiro Produtora de Imagem: Ministério dos Filmes Director de Fotografia:  
Carlos Manuel Lopes Data 1ª Inserção: 16 Outubro 02 Responsável Anunciante: Tiago Ribeiro Realizador: Marco Martins  
Produtora de Som: Indigo Pós-Produção Vídeo: Ingreme RTV: António Serrano



No segundo filme, o jovem guarda redes tenta aprender a jogar com os pés, seguindo atentamente as dicas do avançado Nuno Gomes. Contudo, o seu instinto de guarda-redes é mais forte e ele não evita usar as mãos.  
In the second movie, the young goal keeper tries to learn playing with his feet, following closely the tips of the striker Nuno Gomes. However, his goal keeper's instinct is stronger and he couldn't avoid using his hands.



**Campanha Tv Prata # Título:**Troca **Agência:** TBWA / Epg **Anunciante:** Adidas **Director Criativo:** Leandro Alvarez **Director de Arte:** Gezo Marques **Redactor:** João Ribeiro **Produtora de Imagem:** Ministério dos Filmes **Director de Fotografia:** Carlos Manuel Lopes  
**Data 1ª Inserção:** 16 Outubro 02 **Responsável Anunciante:** Tiago Ribeiro **Realizador:** Marco Martins **Produtora de Som:** Indigo  
**Pós-Produção Vídeo:** Ingreme RTV: António Serrano

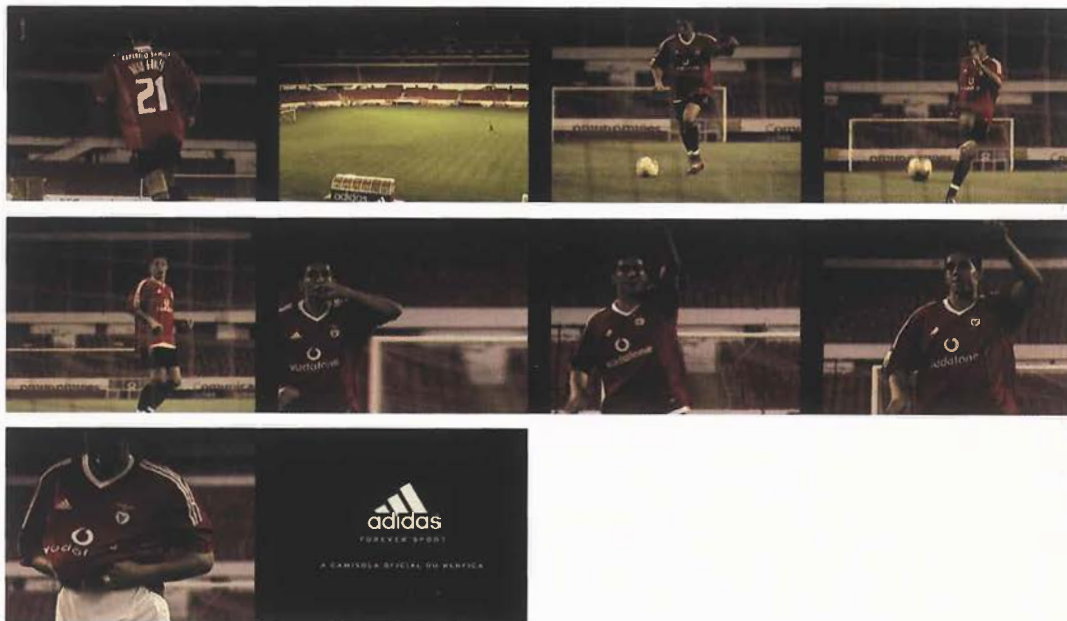


No terceiro filme, comporta-se como uma criança que amua por ter de jogar sempre à baliza. Ele tenta explicar ao avançado que seria mais justo se trocassem de posição de vez em quando.

In the third movie, he behaves like a child that is in the pouts for having to be always in the goal line. He tries to explain the striker that would be more fair if they swapped position the next game.



**Campanha Tv Prata # Título:** Moreira **Agência:** TBWA / Epg **Anunciante:** Adidas **Director Criativo:** Leandro Alvarez **Director de Arte:** Gezo Marques **Redactor:** João Ribeiro **Produtora de Imagem:** Ministério dos Filmes **Director de Fotografia:** Carlos Manuel Lopes **Data 1ª Inserção:** 16 Outubro 02 **Responsável Anunciante:** Tiago Ribeiro **Realizador:** Marco Martins **Produtora de Som:** Indigo **Pós-Produção Vídeo:** Ingreme RTV; António Serrano



No quarto e último filme, o jovem consegue finalmente a camisola do Nuno Gomes. Com ela vestida, corre todo o campo, marca um golo e beija o anel imitando o seu ídolo. Ouvimos a voz do Nuno Gomes que protesta pelo roubo da sua camisola. O que um guarda redes não faz por amor a uma camisola adidas.

In the fourth and last film, the young man finally gets Nuno Gomes's shirt. Wearing it, he runs all football-field, scores a goal and kisses the ring, impersonating his idol. We hear Nuno Gomes's voice that objects for his shirt being stolen. What a goal keeper doesn't do for a strikers' shirt. Specially a red one.

**Campanha TV Shortlist # Título:** Campanha Verão Super Bock **Agência:** Strat **Anunciante:** Unicer – Super Bock **Director Criativo:** José Carlos Campos **Director de Arte:** Hélder Pereira **Redactor:** António Landeiro **Produtora de Imagem:** Ministério dos Filmes **Director de Fotografia:** Carlos Lopes **Data 1ª Inserção:** Julho 02 **Responsável Anunciante:** João Sampaio / Paulo Valentim / M. Araújo **Realizador:** Marco Martins **Produtora de Som:** Indigo **Pós-Produção Vídeo:** Ingreme **RTV:** Pedro Gaspar



### "Guincho"

Um grupo de amigos anda a curtir o verão de praia em praia. Eles estão na praia do Guincho, conhecida por ser muito ventosa. No entanto, tiram o maior proveito daquele dia enquanto bebem umas belas Super Bock. O facto de estar um vendaval terrível só parece tornar tudo mais divertido.

A group of friends is touring all the beaches during the summer. This time they are at Guincho, notorious for being very very windy. Which of course is nothing but another way for them to enjoy their favorite beer - Super Bock - as the wind only adds to the fun.

**Campanha TV Shortlist # Título:** Campanha Verão Super Bock **Agência:** Strat **Anunciante:** Unicer – Super Bock **Director Criativo:** José Carlos Campos **Director de Arte:** Hélder Pereira **Redactor:** António Landeiro **Produtora de Imagem:** Ministério dos Filmes **Director de Fotografia:** Carlos Lopes **Data 1ª Inserção:** Julho 02 **Responsável Anunciante:** João Sampaio / Paulo Valentim / M. Araújo **Realizador:** Marco Martins **Produtora de Som:** Indigo **Pós-Produção Vídeo:** Ingreme **RTV:** Pedro Gaspar



“Meco”

Um grupo de amigos anda a curtir o verão de praia em praia. Vão passar um dia em cheio a beber uma belas Super Bock na praia do Meco, conhecida por ser uma praia de nudistas. No entanto, eles estão perfeitamente à vontade, até porque aparece sempre algo a cobrir as suas partes mais íntimas.

A group of friends is touring all the beaches during the summer. They´re going for a cracking day at Meco, notorious for being a nudist beach. Just another way for them to feel totally at ease while enjoying their favorite beer – Super Bock.



**Campanha TV Shortlist #** Título: Campanha Verão Super Bock Agência: Strat Anunciante: Unicer – Super Bock Director Criativo: José Carlos Campos Director de Arte: Hélder Pereira Redactor: António Landeiro Produtora de Imagem: Ministério dos Filmes Director de Fotografia Carlos Lopes Data 1ª Inserção: Julho 02 Responsável Anunciante: João Sampaio / Paulo Valentim / M. Araújo Realizador: Marco Martins Produtora de Som: Indigo Pós-Produção Vídeo: Ingreme RTV: Pedro Gaspar



### "Figueira da Foz"

Um grupo de amigos anda a curtir o verão de praia em praia. Desta vez estão na praia da Figueira da Foz, conhecida pelo seu extenso areal. Eles passam o dia inteiro a atravessar as suas areias escaldantes e, por isso, têm que parar constantemente para se refrescarem com umas belas Super Bock.

A group of friends is touring all the beaches during the summer. Today they're going to Figueira da Foz, where you have to walk a long long way before you get to the water. So there's nothing more fair than stopping for a few Super Bock's on the way.

+

+

©

+

+

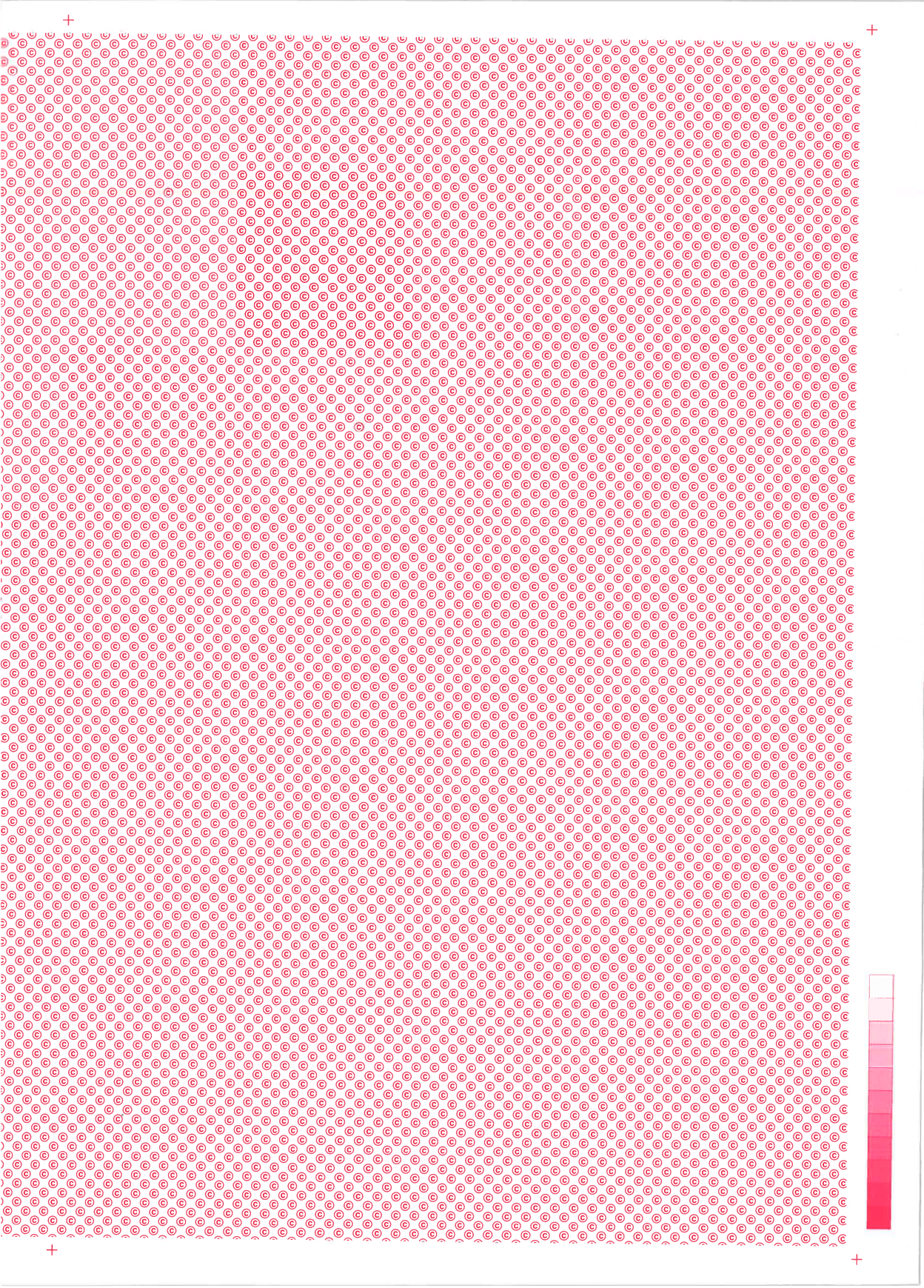


01+TV/CINEMA

# 013+ MELHOR REALIZAÇÃO

Categoria Técnica







**Melhor Realização Tv Prémio # Título:** Batalha **Agência:** BBDO **Anunciante:** Optimus **Produtora de Imagem:** Tangerina Azul **Director de Fotografia:** Luís Branquinho **Realizador:** João Nuno Pinto **Produtora de Som:** Indigo **Pós-Produção Vídeo:** Enefecto



Estamos no meio de uma batalha muito estranha com soldados, tanques, extraterrestres, discos voadores, aviões WW! E um príncipe medieval Persa. Uma mulher de meia-idade aparece no campo de batalha a chamar toda a gente para o jantar. Vemos então que todos são crianças e que tudo era um jogo.

We're in a very strange battle with soldiers, tanks, aliens, UFO's, WW1 aircrafts and a medieval persian prince. A middle-aged women enters the field calling everyone for dinner. We then see that they are only children and that it was all a game.

**Melhor Realização Tv Menção Honrosa Título: Sofá Agência: BBDO Anunciante: Optimus Produtora de Imagem: Tangerina Azul  
Director de Fotografia: Luís Branquinho Realizador: João Nuno Pinto Produtora de Som: Indigo Pós-Produção Vídeo: Ingreme**



Um casal de meia-idade está sentado em cada ponta do sofá a ver televisão. Ela pega no telemóvel e envia um sms picante ao companheiro. Ele responde também por sms e começam uma conversa sms que vai ficando cada vez mais picante até que se levantam e saem da sala. Vê-se então que estão 5 crianças sentadas no sofá entre os dois.

A middle-aged couple is sitting on opposite ends of a sofa, watching TV. She then grabs her mobile phone and sends a spicy sms message to him. He answers and they start an sms conversation, that gets hotter and hotter, until they get up and smoothly walk away. We then see there were five children sitting on the sofa between them.

**Melhor Realização Tv Menção Honrosa # Título: Xadrez Agência: BBDO Anunciante: Clix Director Criativo: Pedro Bidarra Produtora de Imagem: Ministério dos Filmes Director de Fotografia: Carlos Lopes Realizador: Marco Martins Produtora de Som: Indigo Pós-Produção Vídeo: Ingreme RTV: Rodrigo Abreu**



Estamos num campeonato de xadrez. Os jogadores estão imóveis, pensando nas jogadas que vão fazer. Cansado de esperar, um jovem Clix vai até ao palco, acabando o jogo pelos jogadores em alguns segundos e voltando rapidamente para o seu lugar.  
We're at a chess championship. The players are taking ages to make their moves. Tired of waiting, a guy in a pink sweatshirt who works for Clix walks up to the players, finishes the game for them in a few seconds and calmly returns to his seat.





5º ANUÁRIO

Clube de Criativos de Portugal CCP



Categoria patrocinada por Category sponsored by:

EPC

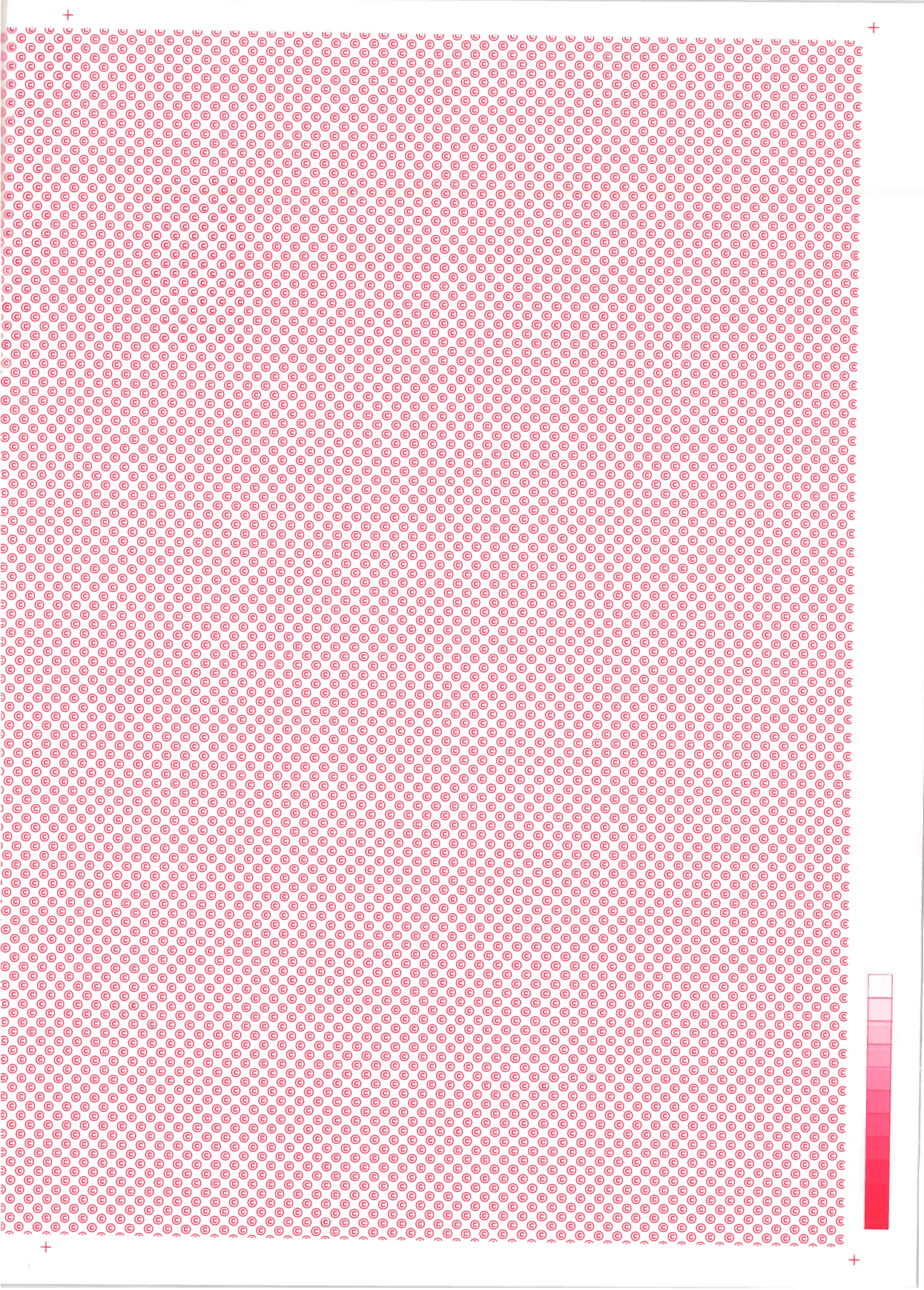


01+ TV/CINEMA

# 014+ MELHOR DIRECCAO DE FOTOGRAFIA

Categoria Técnica







**Melhores Efeitos Especiais/ Pós Produção Tv Prémio # Título: Batalha Agência: BBDO Anunciante: Optimus Produtora de Imagem: Tangerina Azul Director de Fotografia: Luís Branquinho Realizador: João Nuno Pinto Produtora de Som: Indigo Pós-Produção Vídeo: Enefecto**



Estamos no meio de uma batalha muito estranha com soldados, tanques, extraterrestres, discos voadores, aviões WW1 E um príncipe medieval Persa. Uma mulher de meia-idade aparece no campo de batalha a chamar toda a gente para o jantar. Vemos então que todos são crianças e que tudo era um jogo.

We're in a very strange battle with soldiers, tanks, aliens, UFO's, WW1 aircrafts and a medieval persian prince. A middle-aged women enters the field calling everyone for dinner. We then see that they are only children and that it was all a game.



5º ANUÁRIO

Clube de Criativos de Portugal CPP



Categoria patrocinada por Category sponsored by:

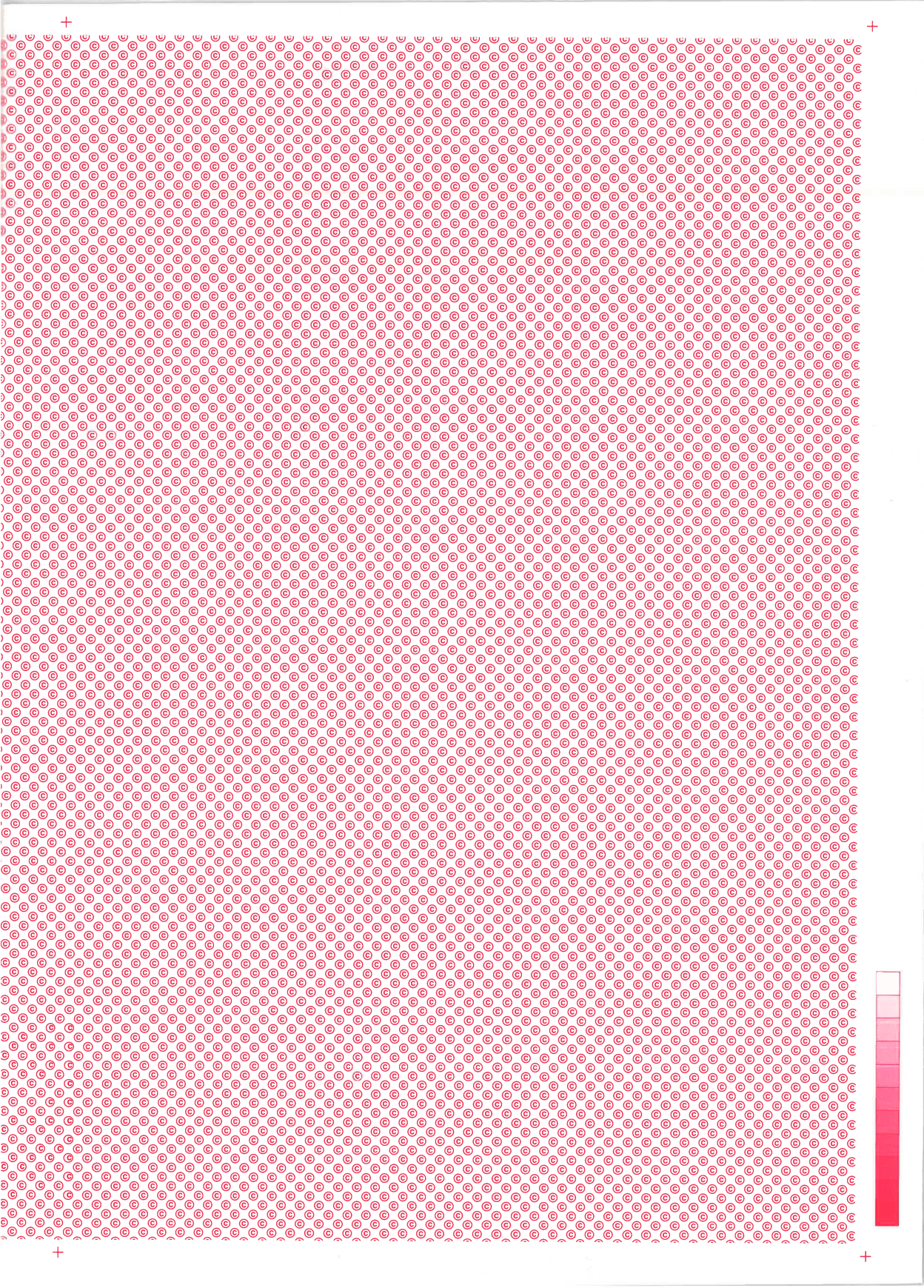
TANGERINA AZUL

01+TV/CINEMA

# 015+ MELHORES EFEITOS ESPECIAIS / POS PRODUÇÃO

Categoria Técnica







**Melhor Direcção Foto Tv Prémio # Título:** Xadrez **Agência:** BBDO **Anunciante:** Clix **Director Criativo:** Pedro Bidarra  
**Produtora de Imagem:** Ministério dos Filmes **Director de Fotografia:** Carlos Lopes **Realizador:** Marco Martins **Produtora de Som:**  
**Indigo Pós-Produção Vídeo:** Ingreme RTV: Rodrigo Abreu



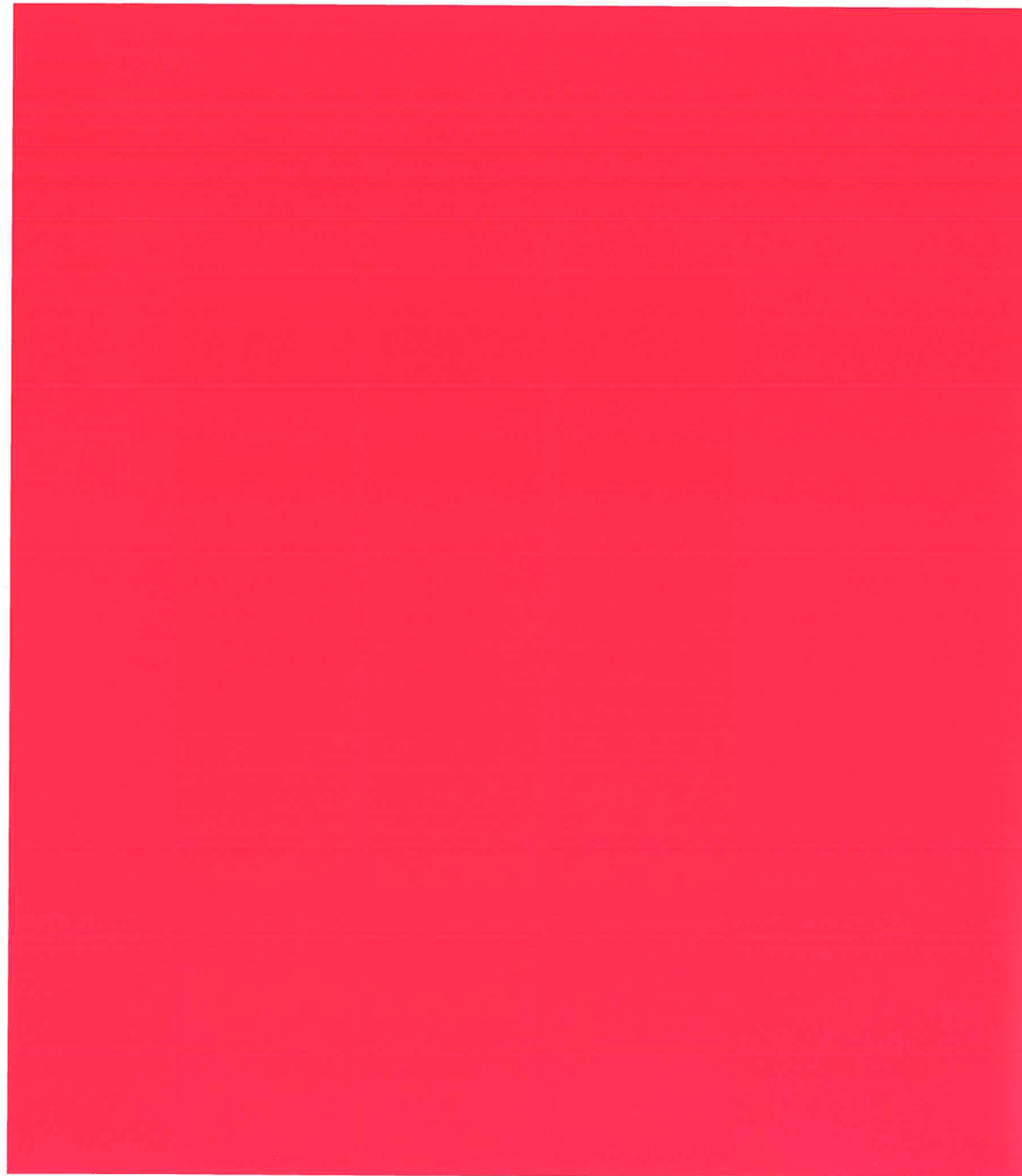
Estamos num campeonato de xadrez. Os jogadores estão imóveis, pensando nas jogadas que vão fazer. Cansado de esperar, um jovem Clix vai até ao palco, acabando o jogo pelos jogadores em alguns segundos e voltando rapidamente para o seu lugar.  
We're at a chess championship. The players are taking ages to make their moves. Tired of waiting, a guy in a pink sweatshirt who works for Clix walks up to the players, finishes the game for them in a few seconds and calmly returns to his seat





+

+



5º ANUÁRIO

Clube de Criativos de Portugal CCP

+



Categoria patrocinada por Category sponsored by:

MINISTÉRIO DOS FILMES

+

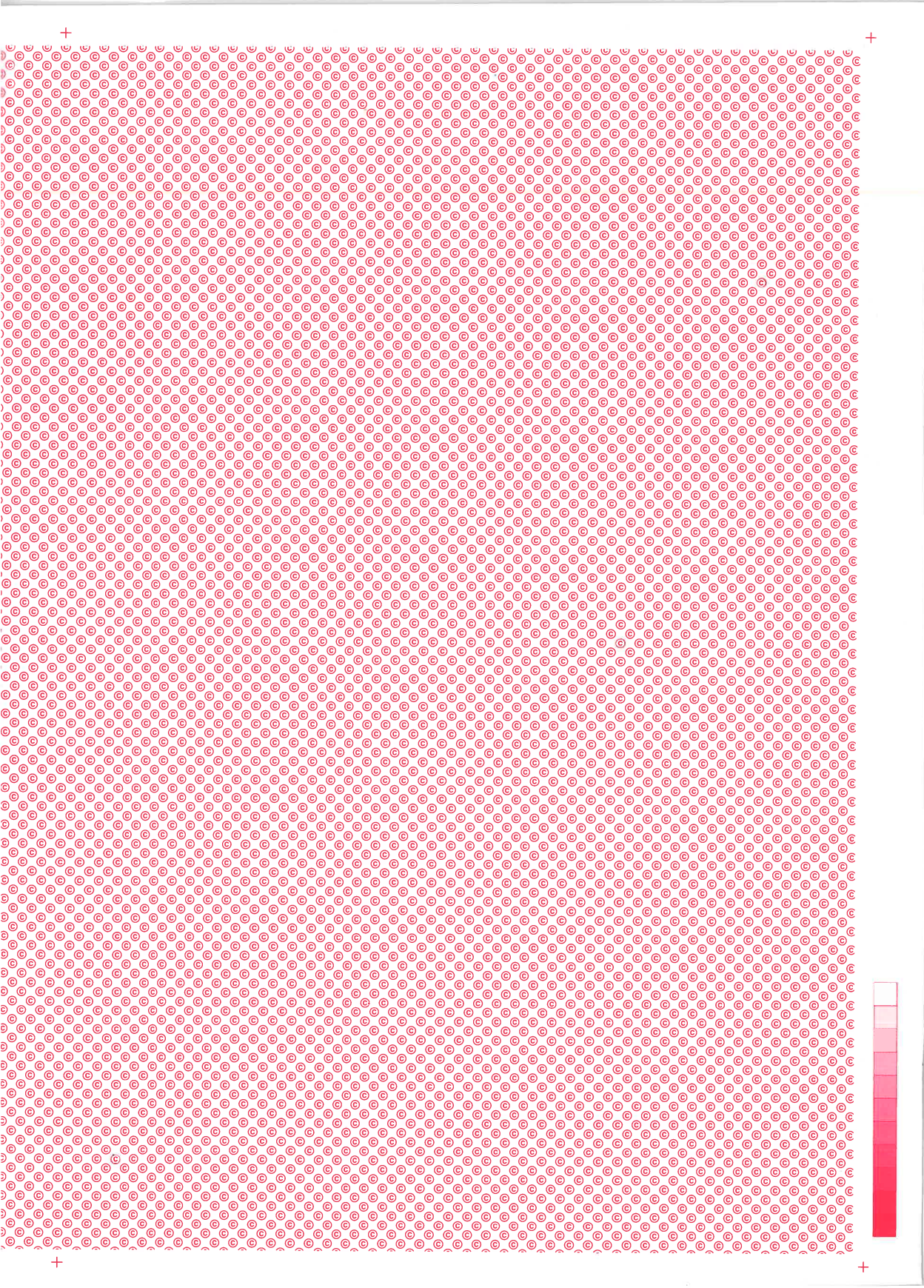
+

+

02 + RÁDIO

# 021 + MELHOR SPOT DE RÁDIO







**Melhor Spot Rádio Ouro # Título:** Chuviscos **Agência:** J. Walter Thompson **Anunciante:** Vodafone **Director Criativo:** João Espírito Santo **Director de Arte:** Pedro Magalhães **Redactor:** Rui Soares **Banda Sonora:** Indigo / Dandy Wahrols **Data 1ª Inserção:** Julho 02 **Responsável Anunciante:** Engº Pedro Silva Nunes

<b>V. masc.:</b> Jorge, então estás bom? Aonde é que andas? Em Sagres? Sim, senhor, grandes férias! Eu? Estou na Praia das Mações. Estou com a Susana, com a Sofia, com o Francisco, com a Sara, com o Xavier e com o Luís. Olha, eles estão te a mandar um abraço. Outro para vocês. Então tá, a gente fala-se. Tchau!	Male voice (with a spluttering speech problem): Jorge, how are you? Where have you been? In Sagres? Nice holidays! Me? I'm in Praia das Mações. I'm with Susan, with Sofia, with Francisco, with Sara, with Xavier and with Luís. Listen, they all send you a hug. One for you too guys. Ok, so, we'll keep in touch. Bye!
---	---

<b>Loc.:</b> Escolha o seu telemóvel à prova de salpicos, choques e poeiras. Vitamina H com o Nokia 5210 e Vitamina T com o Siemens Me45.  Vodafone.  Onde você estiver, está bem.	Ann: Chose your sprinkle-proof, shock-proof and dust-proof mobile phone. Vitamina H with the Nokia 5210 and Vitamina T with Siemens Me45.  Vodafone.  Wherever you are, you're fine.
--	--



**Melhor Spot Rádio Prata # Título:** Kremlin **Agência:** BBD0 Portugal **Anunciante:** Entrepasto **Director Criativo:** Diogo Anahory / José Carlos Bomtempo **Director de Arte:** Rogério Serrasqueiro **Redactor:** Nuno Jerónimo **Data 1ª Inserção:** Abril 02 **Responsável Anunciante:** Diogo Jardim **Produtora de Som:** Analógico RTV: Gabriela Nogueira

<b>Voz masc.:</b> Eu sou um homem da noite. No outro dia estava em casa, eram duas da manhã e eu perguntei a mim mesmo: o que é que tu vais fazer? Vou dar um saltinho ao Kremlin. Meti-me no carro, pus uma musiquinha, liguei o ar condicionado... (música ritmada)	Male voice: I'm a night person. The other day I was at home, it was two in the morning and I asked myself: what are you going to do now? I know, I'll pop over to the Kremlin. I jumped in the car, put on some music and turned on the air-conditioning... (dance music)
---	---

<b>Voz Masc.</b> (continua): ...e lá fui eu. Avenida do Brasil, segunda circular, eixo norte-sul, auto-estrada, Madrid, Paris, Munique... ao fim de 4 dias estava em Moscovo.	Male voice (continues): ...and off I went. Avenida do Brasil, outer ringroad, northbound, motorway, Madrid, Paris, Munich... four days later I was in Moscow.
---	---

<b>Vo.:</b> Ninguém gosta tanto do seu carro como o dono de um Micra. Venha conhecer o novo Micra Beat, agora com oferta de ar condicionado.	Vo: Nobody loves their car as much as a Micra owner. Come and see the new Micra Beat, now with free air-conditioning.
--	---

Note: Kremlin is the name of a disco in Lisbon.



<b>Som de fundo:</b> Música dos The Strokes	Background music: "Last Night" by The Strokes
Na cada do Pai Natal, verificam-se as últimas prendas. O pai Natal fala com o seu Gnomo, pegando nas prendas para pôr no saco.	At Santa's home, the last presents are being checked. Santa talks with his gnome, who is putting the presents in the bag.
<b>Gnomo:</b> Pink?	Gnome: Pink?
<b>Pai Natal:</b> Mete no saco.	Santa: In the bag.
<b>G:</b> Outkast?	G: Outkast?
<b>PN:</b> Mete no saco.	S: In the bag.
<b>G:</b> The Strokes?	G: The Strokes?
<b>PN:</b> Mete no saco.	S: In the bag.
<b>G:</b> Foo Fighters?	G: Foo Fighters?
<b>PN:</b> Saco	S: Bag.
<b>G:</b> Já não há é mais sacos.	G: We're outta'bags.
<b>PN:</b> Não há sacos?	S: Outta'bags?
<b>G:</b> Pois não... acho que vais ter de levar no pacote.	G: No bags... guess you'll have to take it in the pack (in Portuguese, it means "guess you'll have to take it up yours.")
<b>PN:</b> ohhhh, ohhhh, ohhh...	
<b>Voz off:</b> Neste Natal a Yorn oferece-te 10 temas MP3 no Nokia 5510.	S: ho, ho,ho Vo: This Christmas, Yorn gives you 10 MP3 tracks in the Nokia 5510.
Natal Yorn.	
Não tens que suar para ter presentes.	Yorn Christmas. You don't have to sweat to get presents.







**Melhor Spot Rádio Shortlist # Título:** Rotações **Agência:** BBDO Portugal **Anunciante:** Clix **Director Criativo:** Diogo Anahory / José Carlos Bomtempo **Director de Arte:** Paulo Afonso **Redactor:** Tiago Viegas **Data 1ª Inserção:** Novembro 02 **Responsável Anunciante:** Miguel Figueiredo **Produtora de Som:** Indigo **RTV:** Rodrigo Abreu

**Sfx:** Música "Noite Feliz".

Sfx: Music "Silent Night"

O rapaz do Clix suspira, desesperado.

The Clix boy sighs, in despair.

**Rapaz do Clix:** Com licença...

Clix boy: Excuse me...

Sfx: Music "Silent Night", speeded up.

**Sfx:** Música "Noite Feliz" em versão acelerada.

Vc: Clix Turbo. People with internet access

**Vc:** Clix Turbo: Quem tem uma Internet assim,

like this aren't used to waiting.

não está habituado a esperar.

This Christmas, Clix Turbo comes with a

Este Natal, o Clix Turbo vem com um compacto

five-star multimedia pack: camera,

multimédia 5 em 1: máquina fotográfica,

video camera, webcam, voice recorder and

câmara de vídeo, webcam, gravador de voz

mp3 reader.

e leitor de mp3.

On sale at Vobis and Worten shops.

À venda nas lojas Vobis e Worten.

Clix Turbo - Internet at the speed of light.

Clix Turbo - A Internet a Mil à Hora.

+

+

©

+

+



5º ANUÁRIO

Clube de Criativos de Portugal CCP



Categoria patrocinada por Category sponsored by:

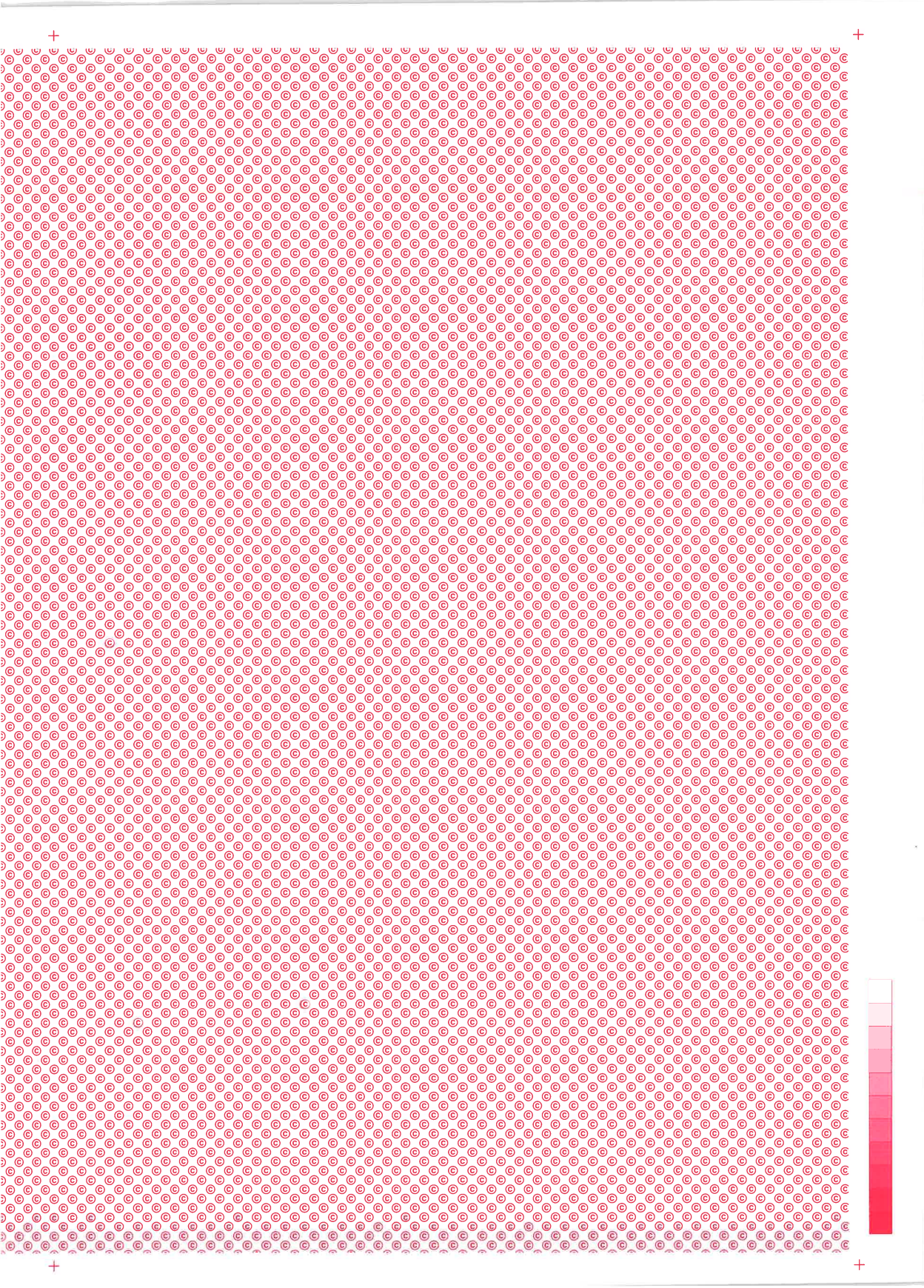
**MINISTÉRIO DOS FILMES**



02 + RÁDIO

# 022 + MELHOR JINGLE RADIO









+

+

+

Categoria patrocinada por Category sponsored by:

MINISTÉRIO DOS FILMES



+

+

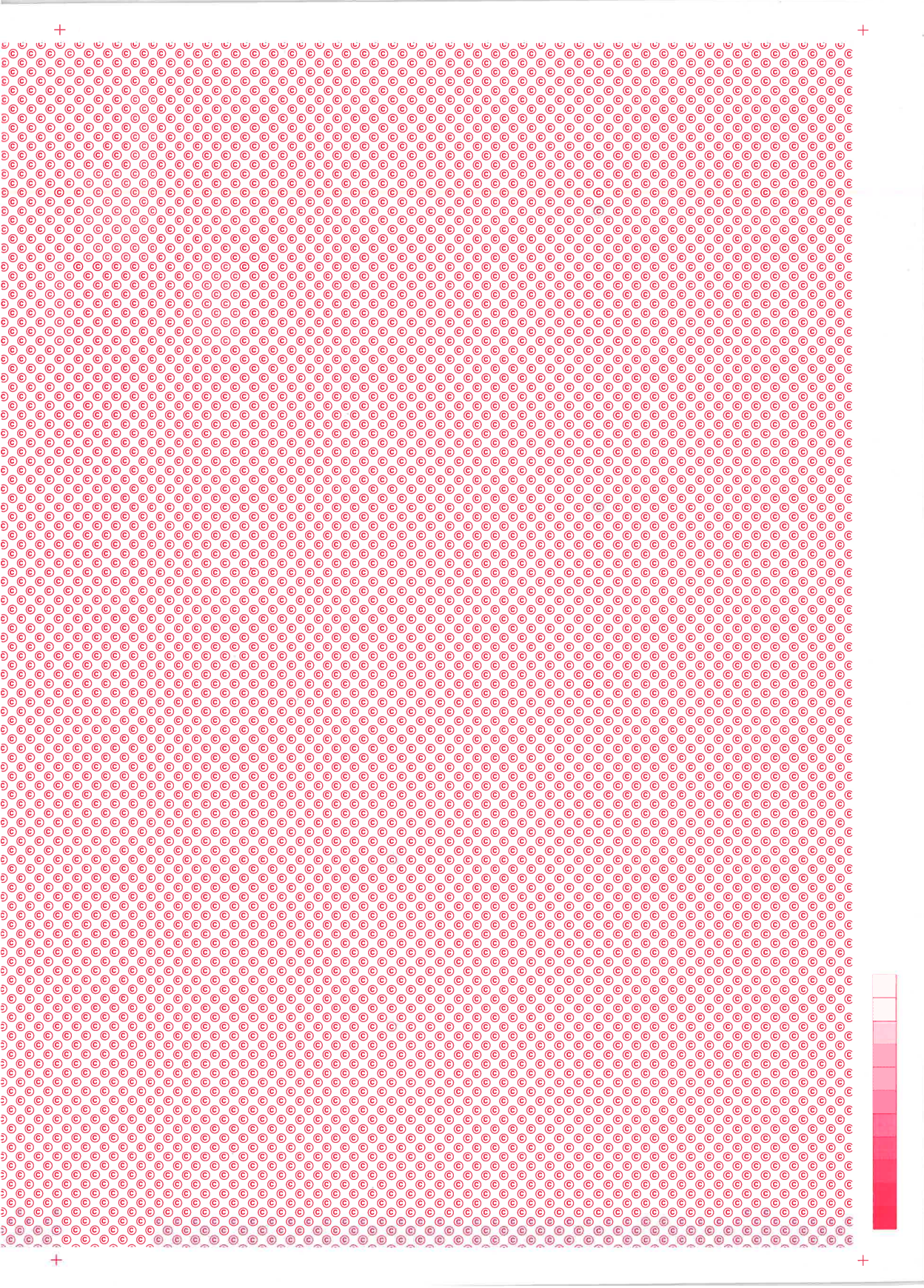
+

02 + RÁDIO

# 023 + CAMPANHA RÁDIO











<b>'Mor:</b> Amo-te muito...	Luv: I love you so much...
<b>Marta:</b> Eu também...	Martha: You too...
(som de chamada em espera)	(call waiting tone)
<b>Marta:</b> 'Mor espera aí, tenho aqui outra chamada. (som de tecla) Estou?	Martha: Hang on luv, I've got another call. (sound of button) Hello?
<b>Razão</b> (com um ar repreendedor): Olá Marta...	Voice of Reason (a reprehensive tone): Hello
<b>Marta:</b> Quem fala?	Martha...
<b>Razão:</b> É a Razão.	Martha: Who's speaking?
<b>Marta:</b> O que é que eu fiz?!	Voice of Reason: The voice of reason.
<b>Razão:</b> Já viste há quanto tempo estás ao telefone?	Martha: What have I done?! Voice of Reason: Have you any idea how long you've been on the phone?
<b>Marta:</b> (suspiro) Razões do coração...	Martha: (sigh) Reasons of the heart...
<b>Razão:</b> Pois, desconheço. Mas, pela Novis, uma chamada de Lisboa para o Porto à noite e fim-de-semana só custa cinco cêntimos e noventa e cinco por minuto. É mais ou menos do que costumás pagar?	Voice of Reason: ... which I know not of. But with Novis, a call from Lisbon to Porto in the evenings or weekends is only five cents ninety five a minute. Is that more or less than you usually pay?
<b>Marta:</b> Pois, é menos...	Martha: You're right, it's less...
<b>Vo:</b> Mais gente fizesse contas, mais gente mudava para a Novis.	Vo: If more people did the maths, more people would change to Novis.
<b>Marta:</b> (som de tecla) ... 'Mor, já te ligo. Estão-me a chamar.	Martha: (sound of button)...Luv, I'll ring you back. Someone's calling me.
<b>'Mor:</b> A chamar onde?	Luv: Who?
<b>Marta:</b> ... À razão.	Martha: ... The voice of reason.
<b>Vo:</b> A razão fala pela Novis.	Voice of Reason: The voice of reason speaks through Novis.





**Campanha Rádio Bronze # Título: Mãe Agência: BBDO Portugal Anunciante: Novis Director Criativo: Pedro Bidarra Director de Arte: Rogério Serrasqueiro Redactor: Nuno Jerónimo Data 1ª Inserção: Fevereiro 03 Responsável Anunciante: Inês Valadas Produtora de Som: Indigo**

<b>Sfx:</b> toque de telefone	Sfx: the telephone rings
<b>Filha</b> (ao telefone): Mãe?	Daughter (down the phone): Mum?
<b>Mãe:</b> Olá, filha.	Mother: Hello, darling.
<b>Filha:</b> Ó mãe, a mãe chegou a mudar para a Novis?	Daughter: Mum, have you changed to Novis yet?
	Mother: Not yet, dear.
<b>Mãe:</b> Ah... ainda não, filha.	Daughter: Oh Mum! (Sigh) Do the maths...
<b>Filha:</b> Ó mãe! (suspiro) Faça as contas...	Mother: I know, but...
<b>Mãe:</b> Pois, mas...	Daughter: Mum, why don't you listen to the
<b>Filha:</b> A mãe sabe que eu estou com a Razão...	voice of reason?
<b>Mãe:</b> Pois, eu sei...	Mother: Well...
<b>Filha:</b> Então eu vou passar.	Daughter: ...I'll put her on.
<b>Razão:</b> Estou? Olá.	Voice of Reason: Hello.
<b>Mãe:</b> Olá, como está?	Mother: Hello, how are you?
<b>Razão:</b> Pela Novis, uma chamada para um fixo em França ao fim-de-semana só custa dez cêntimos e setenta por minuto. Isto é mais ou menos do que paga?	Voice of Reason: With Novis, a call to a fixed phone in France is only 10 cents seventy a minute. Is that more or less than you usually pay?
<b>Vo:</b> Mais gente fizesse contas, mais gente mudava para a Novis.	Vo: If more people did the maths, more people would change to Novis.
<b>Mãe:</b> Pois, eu sei. Mas sabe como é... a inércia. ...Estou? Estou?! Olha, perdi a Razão.	Mother: Yes, you're right. But you know how it is ...inertia. ...Hello? ...Hello? Oh no, I've lost the
<b>Vo:</b> A razão fala pela Novis.	voice of reason.
Chamadas com IVA incluído.	Vo: The voice of reason speaks through Novis. Calls include VAT

+

+



1

+

+



5º ANUÁRIO

Clube de Criativos de Portugal CCP



Categoria patrocinada por Category sponsored by:

SAGRES

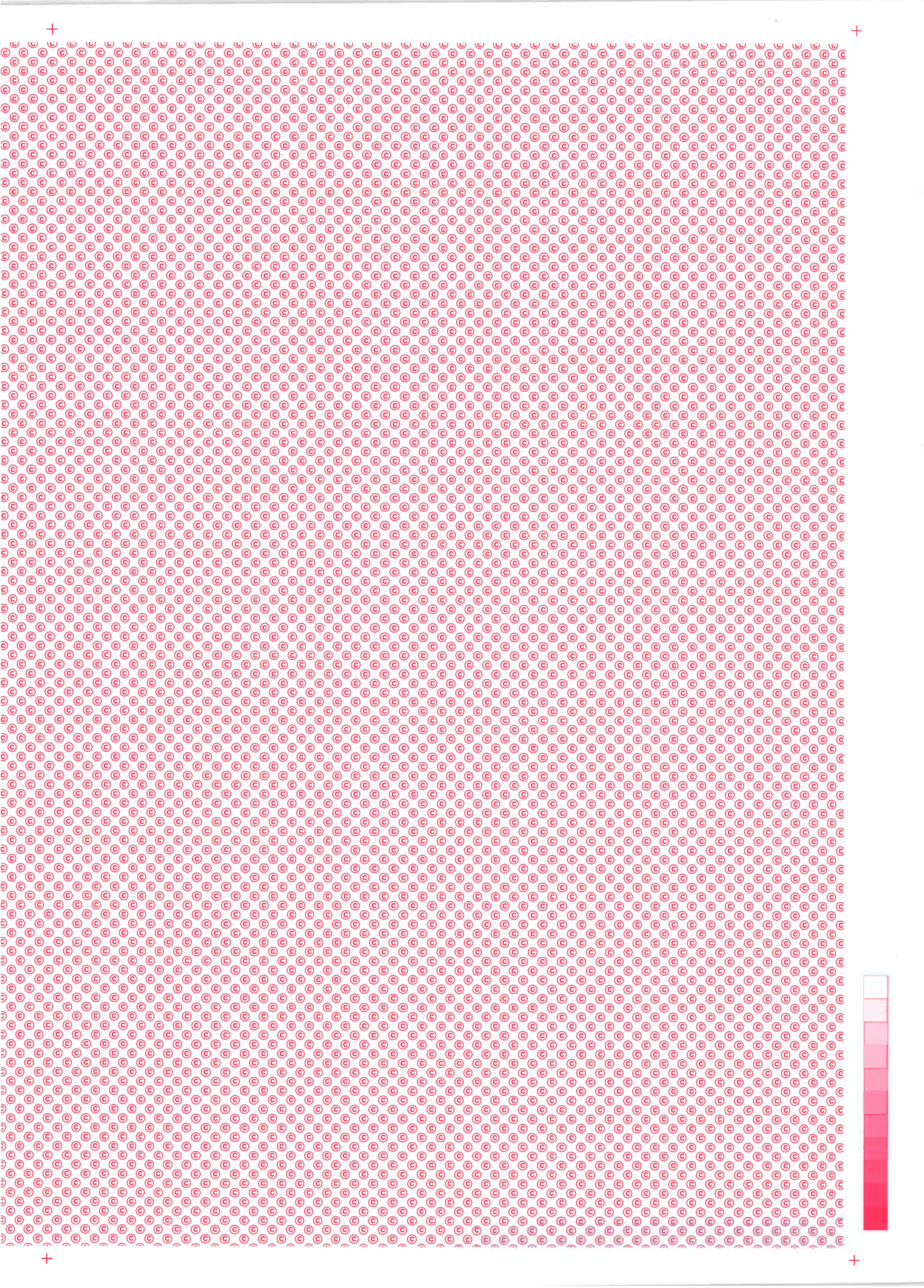


03+IMPRESA

# 031+ANÚNCIOS IMPRESA









**Imprensa Ouro # Título: Rádio Agência: TBWA / Epg Anunciante: TMN Director Criativo: Leandro Alvarez Director de Arte: Gezo Marques Redactor: João Ribeiro Data 1ª Inserção: Janeiro 03 Responsável Anunciante: Margarida Cunha Retoque Digital: Marzia Carré**

FM 88 91 94 97 100 103 106 MHz

Rádio Mimo

Sintonize a sua rádio onde quiser com o Mimo Must FM.

Modelo Mimo FM - Rádio de bolso com tecnologia de sintonização automática. Disponível em lojas de informática e eletrónica. Preço: 49,90 €. TMN, uma marca da Vodafone.

Sintonize a sua rádio onde quiser com o Mimo Must FM.  
Get Tuned wherever you are with Mimo Must FM.



**Imprensa Prata # Título: Morgue Agência: Bates Portugal Anunciante: Press Mundo Director Criativo: Pedro Ferreira / Judite Mota Director de Arte: Pedro Ferreira Redactor: Judite Mota Fotografia / Ilustrador: Getty Image Data 1ª Inserção: Setembro 02**

PlayStation 2

revista oficial ps2. vive vidas extra.

**PlayStation 2**  
The Getaway

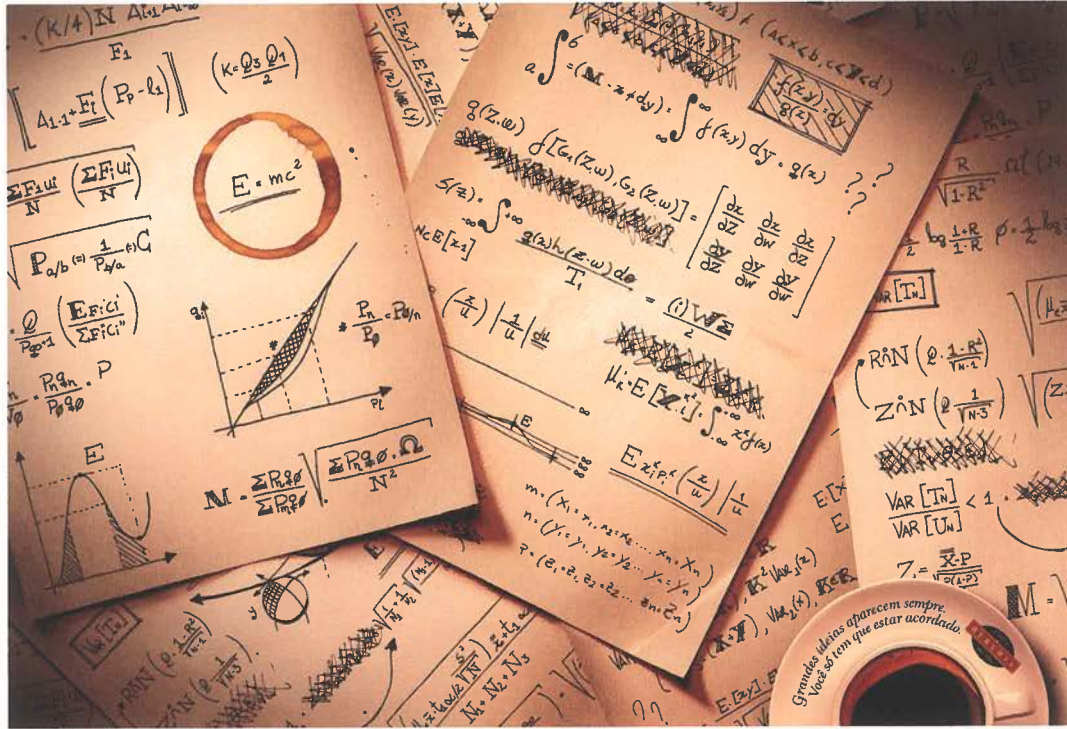
PlayStation 2  
Race Drive  
The Getaway

oferta a dvd. 11 demos jogáveis.

news, reviews, previews, agora em português.



**Imprensa Prata #** Título: E=MC2 Agência: Leo Burnett Anunciante: Café Herédia Director Criativo: Alexandre Okada Director de Arte: Carsus Dias Redactor: Alexandre Okada Fotografia / Ilustrador: Picto Data 1ª Inserção: 01 Junho 02 Responsável Anunciante: Sebastião Herédia Foto Producer: Pedro Domingos



"Great Ideas Always Come. You Just Have to Stay Awake."



**Imprensa Bronze # Título: Furacão Agência: Bates Portugal Anunciante: Press Mundo – National Geographic Criativo: Pedro Ferreira / Judite Mota Director de Arte: Pedro Ferreira Redactor: Judite Mota Fotografia / Ilustrador: National Geographic Data 1ª Inserção: Agosto 02**



You are here.



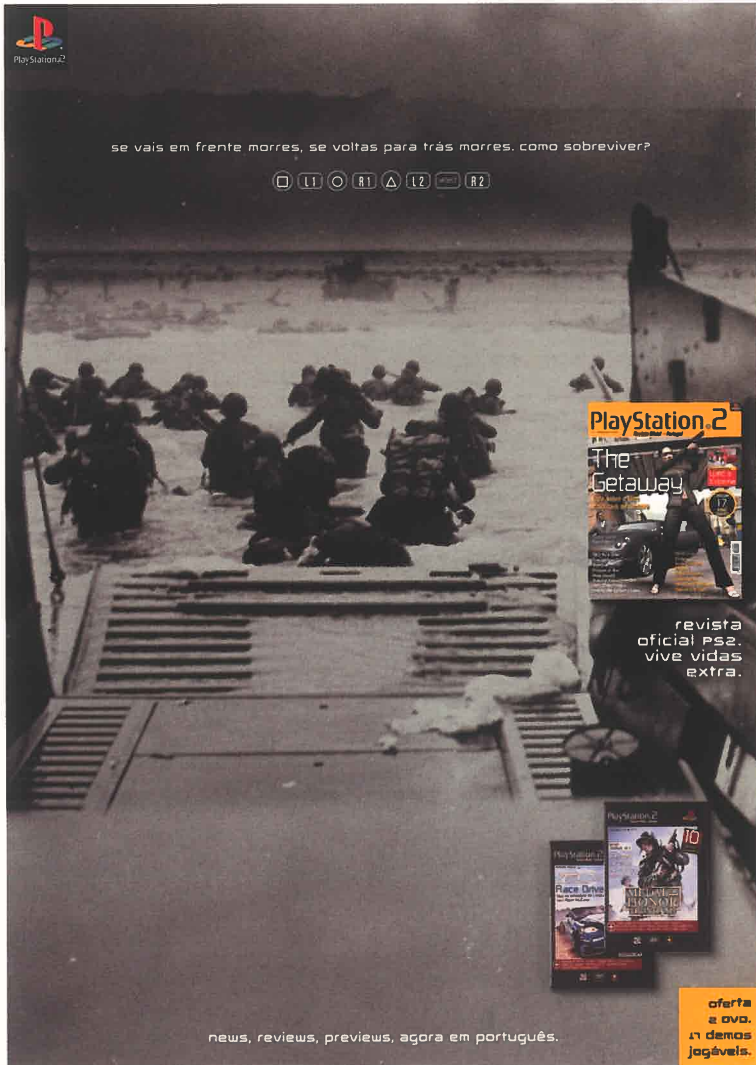
**Imprensa Bronze #** Título: Fotografia Agência: J. Walter Thompson Anunciante: FIMA Director Criativo: João Espírito Santo Director de Arte: Pedro Magalhães Redactor: Rui Soares Fotografia / Ilustrador: Francisco Prata Data 1ª Inserção: Junho 02 Responsável Anunciante: Dr. Nuno Silva Foto Producer: Jaime Graça Retoque Digital: Alexandre Garcia



**Imprensa Shortlist # Título: Anthrax – Pó Talco Agência: Bates Portugal Anunciante: Press Mundo – National Geographic Director Criativo: Pedro Ferreira / Judite Mota Director de Arte: Maria João Andrade Redactor: Gonçalo Viana Data 1ª Inserção: 15 Dezembro 02 Responsável Anunciante: Pedro Araújo Sá**



1. Please open.
2. If this was Anthrax you would be contaminated.



PlayStation 2

se vais em frente morres, se voltas para trás morres. como sobreviver?

□ L1 ○ R1 △ L2 R2

PlayStation 2  
The Getaway

revista oficial PS2.  
vive vidas extra.

PlayStation 2  
Race Driver

PlayStation 2  
10  
MILLION DOLLAR BOUNTY

oferta a DVD. 17 demos jogáveis.

news, reviews, previews, agora em português.

If you go forward you'll die. If you go backwards you'll die. If you don't move you'll die.  
PS2. Live extra lives.



  <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> omaha beach</p> <p>Sua família e amigos agradecem a sua presença à mesa de jantar, depois de uma rajada de Maschinengewehr 43 o ter trespassado nas palas da Normandia.</p>	  <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> omaha beach</p> <p>Seus filhos agradecem a sua presença na festa de Natal da Escola, depois de atropelado por uma Mauser Kar 98 e após o desembarque.</p>	  <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> omaha beach</p> <p>Seus antigos colegas de Uctu agradecem a sua presença para o café no jantar anual do classe de 76, depois de atropelado por uma Sturmgevehr 44 t.</p>	  <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> omaha beach</p> <p>Seu chefe pede-lhe que não falte à reunião marcada com os clientes Arabes, depois de ter sido atropelado por uma Fabrikmittlegevehr 42 em plena missão.</p>
  <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> omaha beach</p> <p>Sua família e amigos agradecem a sua presença no casamento do irmão, depois de ter sido baleado com uma Mauser Gewehr 98.</p>	  <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> omaha beach</p> <p>Seu chefe pede-lhe pela segunda vez para que não falte à reunião marcada com os clientes Arabes, depois de ter sido atropelado por um Stiehandgrenate.</p>	  <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> omaha beach</p> <p>Seus amigos agradecem a sua presença no jantar convívio do primeiro fim de semana, depois de atropelado por uma Scopel Gewehr 43 perto de um bunker inimigo.</p>	  <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> omaha beach</p> <p>Sua esposa e filhos agradecem a sua companhia à mesa antes que o jantar termine, depois de ter sido atingido pelo canhão de um tanque Panzer 4.</p>
  <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> omaha beach</p> <p>Seus amigos agradecem a sua presença na despedida de solteiro do João na primeira semana, depois de ter sido atingido por um raio de um Nebelwerfer.</p>	  <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> medal: silver star</p> <p>Seus vizinhos agradecem a sua presença na reunião mensal do condomínio, depois de ter sido atropelado por um Panzerfetrivehagen quando tentava ouvir os ordens do seu capitão.</p>	 <p><b>revista oficial ps2. vive vidas extra.</b></p>	
  <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> omaha beach</p> <p>Seus sogros ficaram eternamente agradecidos pela sua presença amanhã para um lance, depois de ter sido baleado por uma MP40 SMG quando passaram pelo arame farpado.</p>	  <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> omaha beach</p> <p>Sua esposa pede-lhe que retire os jornais de cima da mesa da sala, depois de ter terem acertado em cheio com uma Stiehandgrenate quando fugia do fogo amigo.</p>	  <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> medal: the legion of merit</p> <p>Seus filhos agradecem que lhes ajude com os trabalhos de casa, depois de ter ficado em pedaços após uma rajada de Maschinengewehr MP40 SMG.</p>	 <p><b>oferta e eva. 2 damas jogáveis.</b></p>

**Imprensa Shortlist # Título:** Presépio Agência: Bates Portugal **Anunciante:** Press Mundo **Director Criativo:** Pedro Ferreira / Judite Mota **Director de Arte:** Filipa Gonçalves / Pedro Ferreira **Redactor:** Nuno Leal **Fotografia / Ilustrador:** Filipe Rebelo **Data 1ª Inserção:** 05 Dezembro 02 **Responsável Anunciante:** Pedro Araújo Sá **Foto Producer:** Nair Monteiro

PlayStation 2

este natal receba 10 demos jogáveis.

PlayStation 2  
Jogos para o Natal  
revista oficial esp.  
vive vidas extra.

neto, rei, reis, previews, agora em português

**Imprensa Shortlist # Título: Canal Erótico Agência: BBDO Portugal Anunciante: Optimus Director Criativo: Gonçalo Morais Leitão Director de Arte: Joaquim Pena Redactor: Gonçalo Morais Leitão Data 1ª Inserção: Agosto '12 Responsável Anunciante: Ana Mota**



**Canal Erótico Optimus.** Kamasutra, horóscopo sexual e ideias ousadas no seu telemóvel. **OPTIMUS** 

“Canal Erótico Optimus. Kamasutra, horóscopo sexual e ideias ousadas no seu telemóvel.”  
“Optimus Erotic Channel. Kamasutra, sexual horoscope and wild ideas on your mobile.”



De que mais precisa um homem senão de um pedaço de mar - e um barco com o nome da amiga, e uma linha e um anzol para pescar? E enquanto pescando, enquanto esperando, de que mais precisa um homem senão de suas mãos, uma para o caniço, outra para o queixo, que é para ele poder se perder no infinito, e uma garrafa de cachaça para puxar a tristeza, e um pouco de pensamento para pensar até se perder no infinito...

De que mais precisa um homem senão de um pedaço de terra — um pedaço bem verde de terra — e uma casa, não grande, branquinha, com uma horta e um modesto pomar; e um jardim — que um jardim é importante — carregado de flor de cheirar?

E enquanto morando, enquanto esperando, de que mais precisa um homem senão de suas mãos para mexer a terra e arranhar uns acordes de violão quando a noite se faz de luar, e uma garrafa de uísque para puxar mistério, que casa sem mistério não tem valor de se morar...

De que mais precisa um homem senão de um amigo para ele gostar, um amigo bem seco, bem simples, desses que nem precisa falar — basta olhar — um desses que desmereça um pouco da amizade, de um amigo para paz e para briga, um amigo de paz e de bar?

E enquanto passando, enquanto esperando, de que mais precisa um homem senão de suas mãos para apertar as mãos do amigo depois das ausências, e para bater nas costas do amigo, e para discutir com o amigo e para servir bebida na vontade ao amigo?

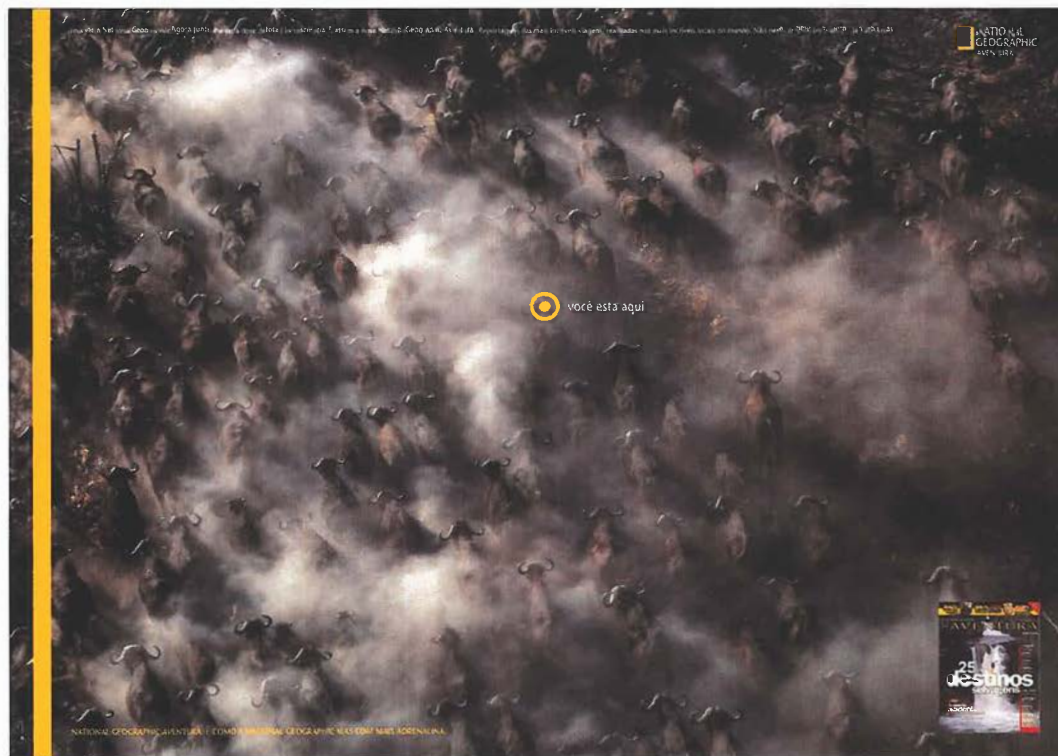
De que mais precisa um homem senão de uma mulher para ele amar, uma mulher com dois seios e um ventre, e uma certa expressão singular? E enquanto pensando, enquanto esperando, de que mais precisa um homem senão de um carinho de mulher quando a tristeza o derruba, ou o destino o carrega em sua onda sem rumo?

Sim, de que mais precisa um homem senão de suas mãos e da mulher — as únicas coisas livres que lhe restam para lutar pelo mar, pelo terra, pelo amigo...

Se uma página o faz pensar, imagine um livro.

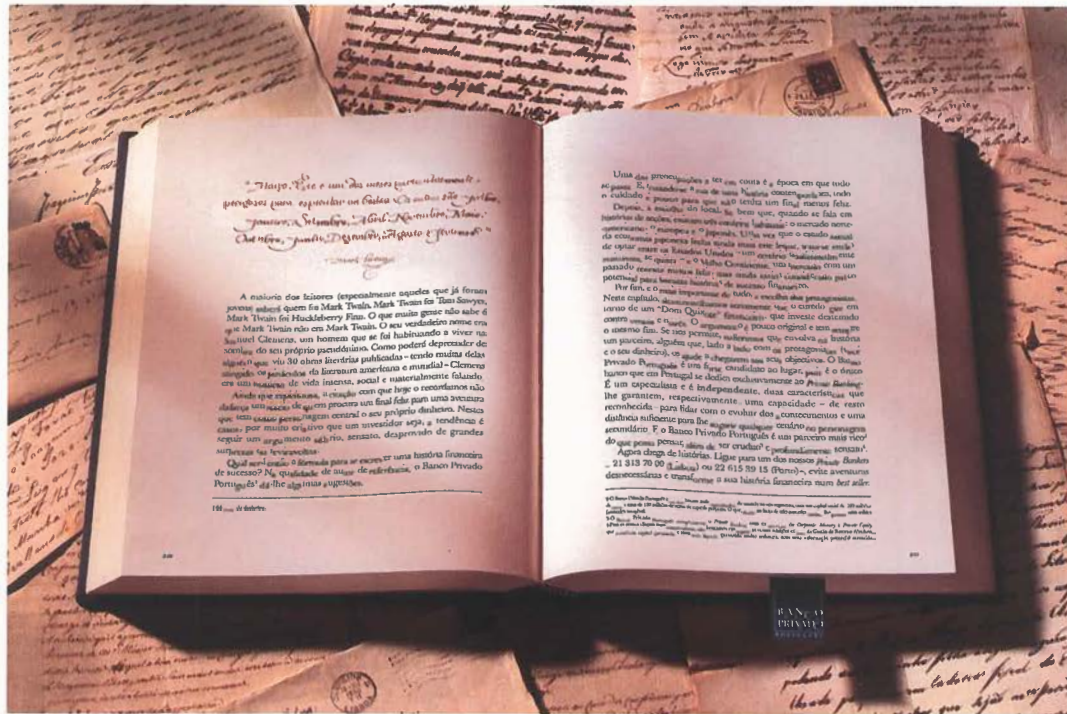
LIBRAIRIE  
FERIN

Imprensa Shortlist # Título: Gnus Agência: Bates Portugal Anunciante: Press Mundo – National Geographic Director Criativo: Pedro Ferreira / Judite Mota Director de Arte: Pedro Ferreira Redactor: Judite Mota Fotografia / Ilustrador: National Geographic Data 1ª Inserção: Agosto 02



You are here.

**Imprensa Shortlist # Título:** Mark Twain **Agência:** BBDO Portugal **Anunciante:** BPP **Director Criativo:** Pedro Bidarra **Director de Arte:** Rogério Serrasqueiro **Redactor:** Nuno Jerónimo **Fotografia / Ilustrador:** Sais de Prata **Data 1ª Inserção:** Janeiro 02 **Responsável Anunciante:** Manuel Rendeiro **Foto Producer:** Nuno Calado



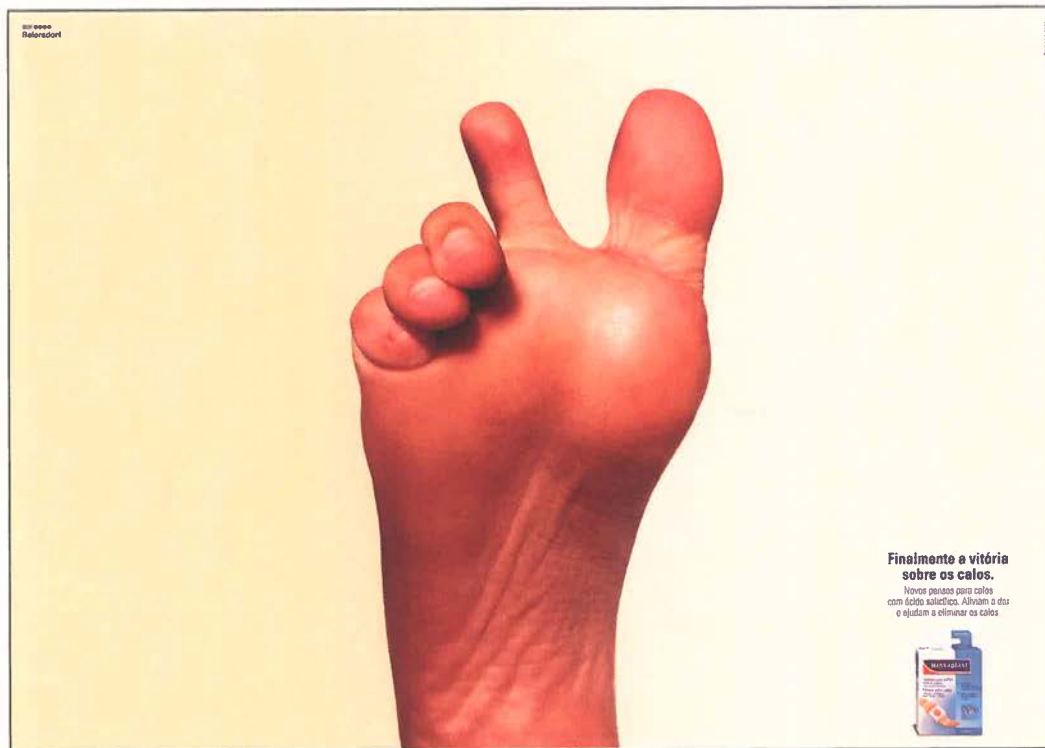
“Março. Este mês é um dos meses particularmente perigosos para especular na bolsa. Os outros são Julho, Janeiro, Setembro Abril, novembro, Maio, Outubro, Junho, Dezembro, Agosto e Fevereiro.”  
 Mark Twain  
 “March. This is one of the peculiarly dangerous months to speculate in stocks in. The others are July, January, September, April, November, May, October, June, December, August, and February.”  
 Mark Twain

**Imprensa Shortlist # Título:** Baliza **Agência:** Euro RSCG MRT **Anunciante:** Continente **Director Criativo:** Jorge Teixeira **Director de Arte:** Paulo Ramalho **Redactor:** Mário Nascimento **Fotografia / Ilustrador:** Chico Aragão **Retoque Digital:** Bruno Simões



Ô campeão dos preços baixos saúda o campeão dos golos. Força Selecção!  
The champion of low prices cheers the champion of goals. Go National Team.

**Imprensa Shortlist # Título: Pé Agência: TBWA / Epg Anunciante: BDF Director Criativo: Leandro Alvarez Director de Arte: Sara Ferreira Redactor: José Vieira Fotografia / Ilustrador: Jorg Bregulla Data 1ª Inserção: 01 Maio 02 Responsável Anunciante: César Calderon Foto Producer: António Serrano Retoque Digital: Marzia Carré**



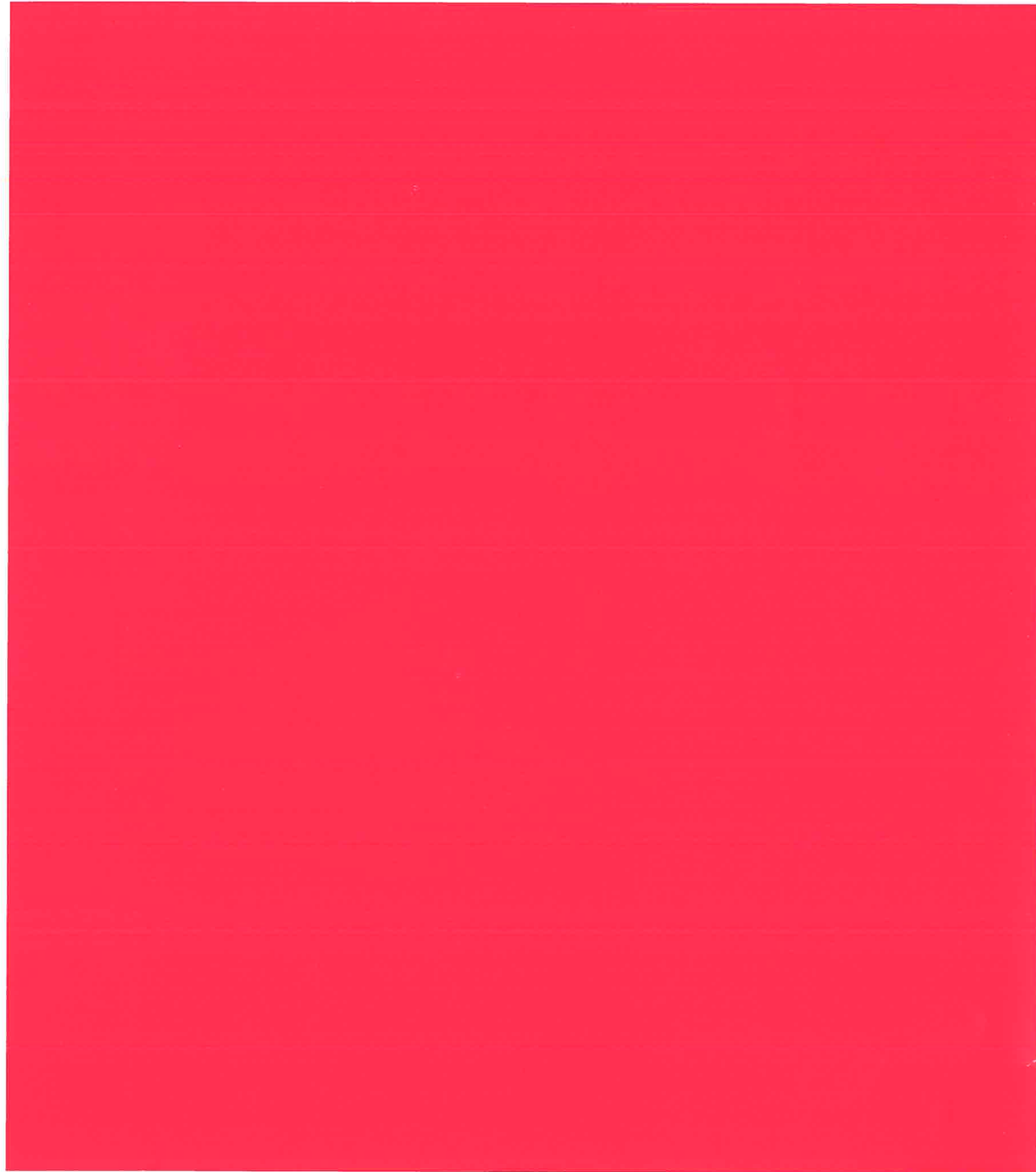
**Finalmente a vitória sobre os calos.**

Novos pontos para calos com ácido salicílico. Aliviam a dor e ajudam a eliminar os calos.



Finalmente a vitória sobre os calos.  
Finally the victory over corns.





5º ANUÁRIO

Clube de Criativos de Portugal CCP



Categoria patrocinada por Category sponsored by:

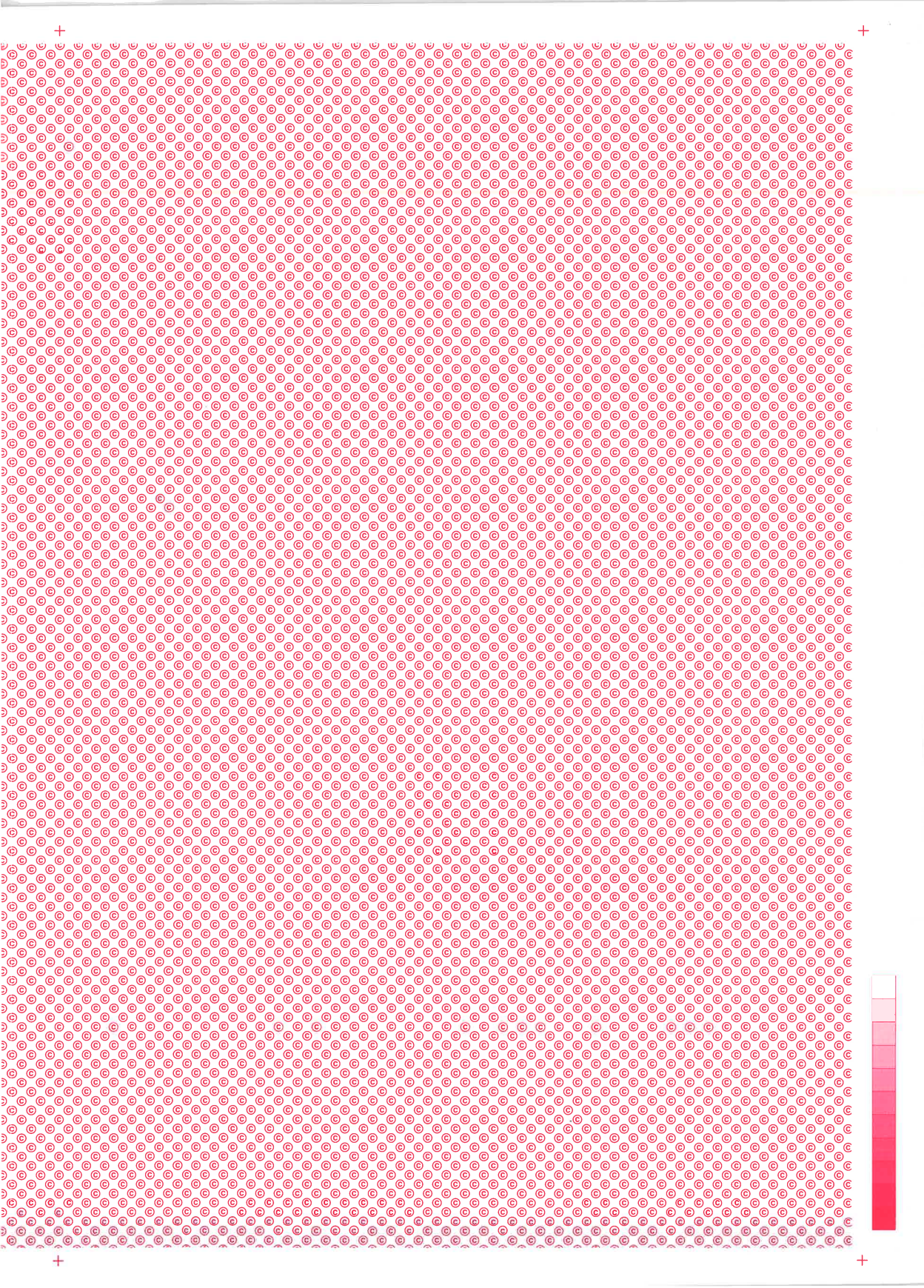
**SAGRES**



03+IMPRESA

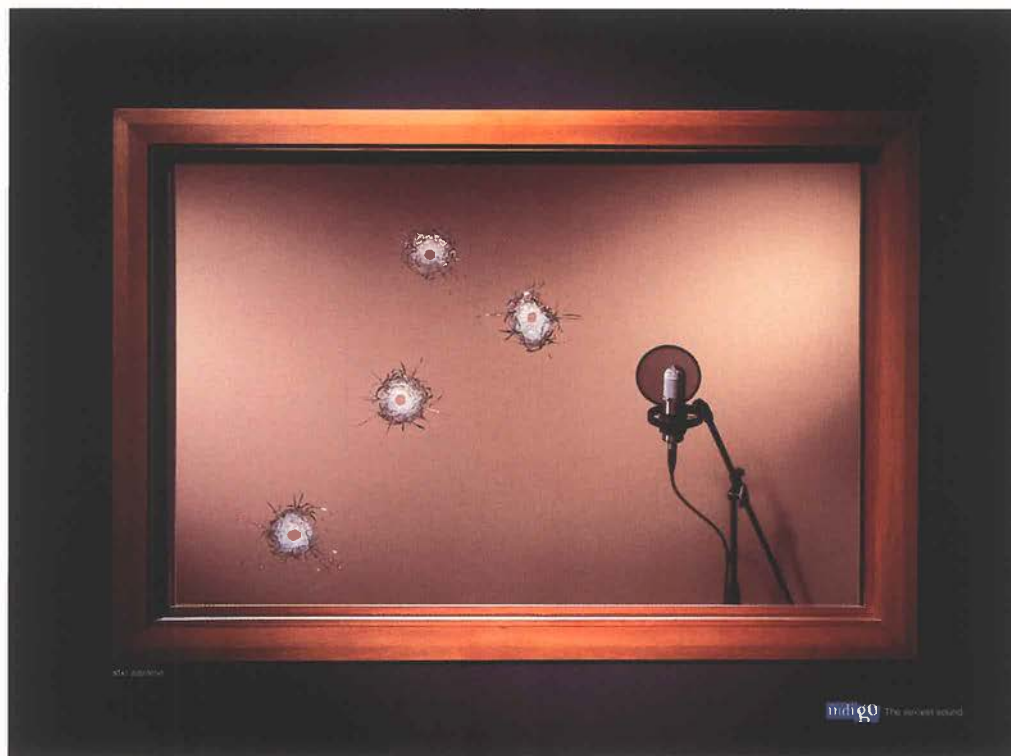
# 032+CAMPANHA IMPRESA







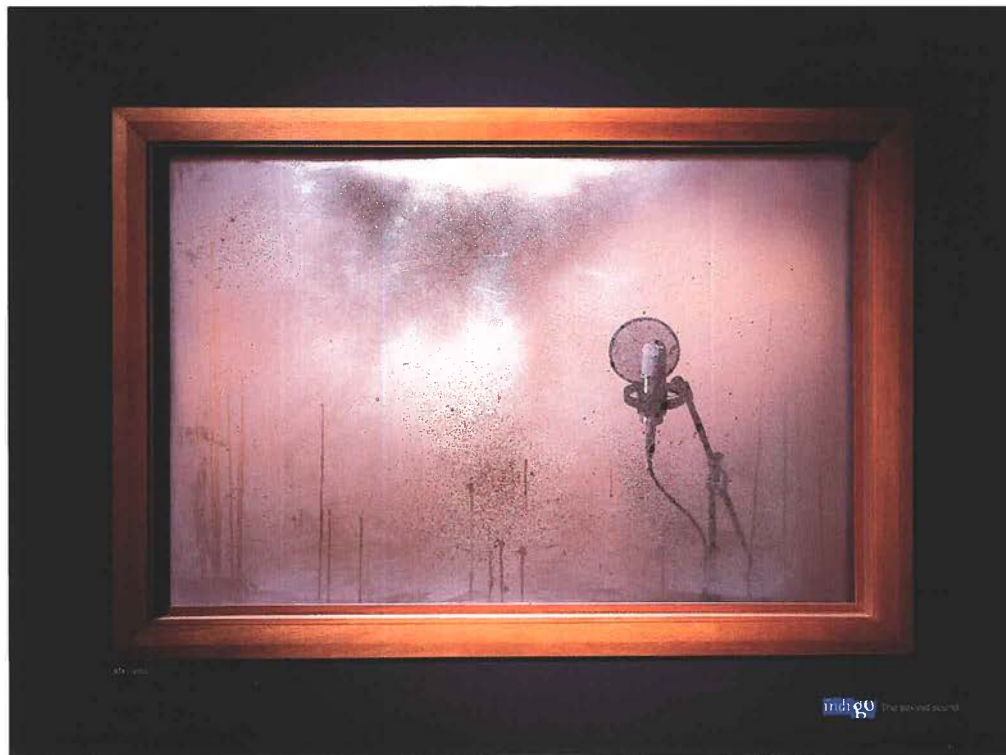
**Campanha Imprensa Prata # Título:** Adultério **Agência:** BBDO Portugal **Anunciante:** Indigo **Director Criativo:** Pedro Bidarra / Gonçalo Morais Leitão **Director de Arte:** José Heitor / Marco Dias **Redactor:** Pedro Bidarra / Gonçalo Morais Leitão **Fotografia / Ilustrador:** Paulo Davide / Luís Miguel **Data 1ª Inserção:** Dezembro 02 **Responsável Anunciante:** Marta Correia **Foto Producer:** Nuno Calado



"Indigo o som mais sexy."  
"Indigo the sexiest sound."



**Campanha Imprensa Prata #** Título: Amor Agência: BBD0 Portugal Anunciante: Indigo Director Criativo: Pedro Bidarra / Gonçalo Morais Leitão Director de Arte: José Heitor / Marco Dias Redactor: Pedro Bidarra / Gonçalo Morais Leitão Fotografia / Ilustrador: Paulo Davide / Luís Miguel Data 1ª Inserção: Dezembro 02 Responsável Anunciante: Marta Correia Foto Producer: Nuno Calado



"Indigo o som mais sexy."  
"Indigo the sexiest sound."



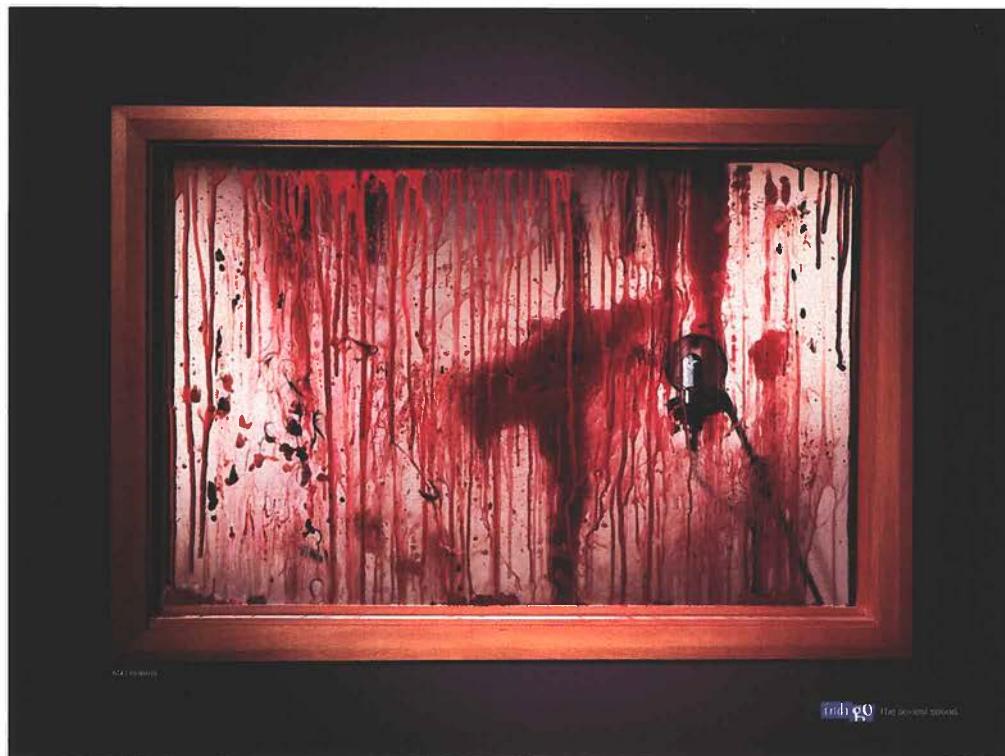
**Campanha Imprensa Prata # Título: Paixão Agência: BBDO Portugal Anunciante: Indigo Director Criativo: Pedro Bidarra / Gonçalo Morais Leitão Director de Arte: José Heitor / Marco Dias Redactor: Pedro Bidarra / Gonçalo Morais Leitão Fotografia / Ilustrador: Paulo Davide / Luís Miguel Data 1ª Inserção: Dezembro 02 Responsável Anunciante: Marta Correia Foto Producer: Nuno Calado**



"Indigo o som mais sexy."  
"Indigo the sexiest sound."



**Campanha Imprensa Prata # Título:** Ciúme **Agência:** BBD0 Portugal **Anunciante:** Indigo **Director Criativo:** Pedro Bidarra / Gonçalo Morais Leitão **Director de Arte:** José Heitor / Marco Dias **Redactor:** Pedro Bidarra / Gonçalo Morais Leitão **Fotografia / Ilustrador:** Paulo Davide / Luís Miguel **Data 1ª Inserção:** Dezembro 02 **Responsável Anunciante:** Marta Correia **Foto Producer:** Nuno Calado



"Indigo o som mais sexy."  
"Indigo the sexiest sound."



**Campanha Imprensa Bronze # Título:** Lançamento PSX2 **Agência:** Bates Portugal **Anunciante:** Press Mundo  
**Director Criativo:** Pedro Ferreira / **Judite Mota** **Director de Arte:** Pedro Ferreira **Redactor:** Judite Mota /  
**Nuno Leal** **Fotografia / Ilustrador:** Banco de Imagem **Data 1ª Inserção:** 15 Outubro 02 **Responsável Anunciante:**  
Pedro Araújo Sá

PlayStation 2  
Dante es!  
Dante D&D.  
& mais  
jogáveis.

hasta  
la victoria  
siempre

tips, tricks, cheats, agona em português.

revista  
oficial PS2.  
vive vidas  
extra.





**Campanha Imprensa Bronze # Título: Lançamento PSX2 Agência: Bates Portugal Anunciante: Press Mundo**  
**Director Criativo: Pedro Ferreira / Judite Mota Director de Arte: Pedro Ferreira Redactor: Judite Mota /**  
**Nuno Leal Fotografia / Ilustrador: Banco de Imagem Data 1ª Inserção: 15 Outubro 02 Responsável Anunciante:**  
**Pedro Araújo Sá**

PlayStation 2

revista oficial ps2. vive vidas extra.

PlayStation 2  
**PRIMAL**  
O melhor jogo de aventuras de sempre

PlayStation 2  
Colin McRae Rally 3

news, reviews, previews, agora em português.

oferta ovo. 3 demos jogáveis, incluindo Colin McRae Rally 3.



**Campanha Imprensa Bronze # Título:** Lançamento PSX2 **Agência:** Bates Portugal **Anunciante:** Press Mundo  
**Director Criativo:** Pedro Ferreira / **Judite Mota** **Director de Arte:** Pedro Ferreira **Redactor:** Judite Mota /  
**Nuno Leal** **Fotografia / Ilustrador:** Banco de Imagem **Data 1ª Inserção:** 15 Outubro 02 **Responsável Anunciante:**  
Pedro Araújo Sá

PlayStation 2

revista oficial Ps2. vive vidas extra.

PlayStation 2  
The Getaway

NO  
You indicate and identify your Personal Effects in this form. All Personal Effects must be identified and listed on this form. If you are not sure of the correct identification, please contact the PlayStation 2 Helpdesk.

City Hospital  
Address  
Room  
Floor  
Ward

ATTACH TO PERSONAL EFFECTS

Did you bring any of these items to the hospital?  
Yes / No

Did you bring any of these items to the hospital?  
Yes / No

news, reviews, previews, agora em português

oferta a DVD. e demos jogáveis.



**Campanha Imprensa Bronze # Título: Lançamento PS2 Agência: Bates Portugal Anunciante: Press Mundo**  
**Director Criativo: Pedro Ferreira / Judite Mota Director de Arte: Pedro Ferreira Redactor: Judite Mota /**  
**Nuno Leal Fotografia / Ilustrador: Banco de Imagem Data 1ª Inserção: 15 Outubro 02 Responsável Anunciante:**  
**Pedro Araújo Sá**

PlayStation 2

se vais em frente morres, se voltas para trás morres. como sobreviver?

□ L1 O R1 △ L2 ○ R2

PlayStation 2  
The Getaway

revista oficial ps2. vive vidas extra.

PlayStation 2  
Race Driver Challenge

oferta nova. e d'amos ja góveis.

news, reviews, previews, agora em português.



**Campanha Imprensa Bronze # Título: Lançamento PSX2 Agência: Bates Portugal Anunciante: Press Mundo**  
**Director Criativo: Pedro Ferreira / Judite Mota Director de Arte: Pedro Ferreira Redactor: Judite Mota /**  
**Nuno Leal Fotografia / Ilustrador: Banco de Imagem Data 1ª Inserção: 15 Outubro 02 Responsável Anunciante:**  
**Pedro Araújo Sá**

 <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> omaha beach</p> <p>Sua família e amigos agradecem a sua presença à mesa de jantar, depois de uma rajada de Maschinengewehr 43 o ter trespassado nas praias da Normandia</p>	 <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> omaha beach</p> <p>Seus filhos agradecem a sua presença na festa de Natal da Escola, depois de atirado por uma Mauser Kar 98 k após o desembarque</p>	 <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> omaha beach</p> <p>Seus antigos colegas de liana agradecem a sua presença para o café no jantar anual da classe de 76, depois de abatido por uma Sturmgevehr 44 s.</p>	 <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> omaha beach</p> <p>Seu chefe pede-lhe que não falte à reunião marcada com os clientes árabes, depois de ter sido atingido por uma Fallschirmjägerwehr 42 em plena missão</p>
 <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> omaha beach</p> <p>Sua família e amigos agradecem a sua presença no casamento do irmão, depois de ter sido baleado com uma Mauser Gewehr 98</p>	 <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> omaha beach</p> <p>Seu chefe pede-lhe pela segunda vez para que não falte à reunião marcada com os clientes árabes, depois de ter sido atingido por um Stollhandgrenade.</p>	 <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> omaha beach</p> <p>Seus antigos agradecem a sua presença no jantar convívio do próximo fim de semana, depois de atingido por uma Scoped Gewehr 43 perto de um bunker inimigo</p>	 <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> omaha beach</p> <p>Sua esposa e filhos agradecem a sua companhia à mesa antes que o jantar termine, depois de ter sido atingido pelo canhão de um tanque Panzer 4</p>
 <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> omaha beach</p> <p>Seus amigos agradecem a sua presença na despedida de solteiro do João na próxima semana, depois de ter sido atingido por um míssil de um Hebebohrer</p>	 <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> medal silver star</p> <p>Seus vizinhos agradecem a sua presença na reunião mensal do condomínio, depois de ter sido atingido por um Patzertriebwagen quando tentava ouvir as ordens do seu capitão.</p>	 <p><b>revista oficial pss. vive vidas extra.</b></p>	
 <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> omaha beach</p> <p>Seus sogros ficaram extremamente agradecidos pela sua presença amanhã para um lanche, depois de ter sido baleado por uma MP40 S&amp;W quando passava pelo arame farrapo</p>	 <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> omaha beach</p> <p>Sua esposa pede-lhe que entre os jantares de cima da mesa da sala, depois de ter acertado em cheio com uma Stollhandgrenade quando fugia do fogo inimigo.</p>	 <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> medal: the legion of merit</p> <p>Seus filhos agradecem que lhes ajude com os trabalhos de casa, depois de ter ficado em pedicós após uma rajada de Maschinengewehr MP40 S&amp;W.</p>	 <p><b>oferta a dvd. e demais jogáveis.</b></p>



**Campanha Imprensa Bronze # Título:** Lançamento PSX2 **Agência:** Bates Portugal **Anunciante:** Press Mundo  
**Director Criativo:** Pedro Ferreira / **Judite Mota** **Director de Arte:** Pedro Ferreira **Redactor:** Judite Mota /  
**Nuno Leal** **Fotografia / Ilustrador:** Banco de Imagem **Data 1ª Inserção:** 15 Outubro 02 **Responsável Anunciante:**  
Pedro Araújo Sá

PlayStation 2

este natal receba  
10 demos jogáveis.

PlayStation 2  
Jogos para o Natal

revista oficial ps2  
vive vidas extra.

news, reviews, previews, agora em português.

The advertisement features a large, detailed Christmas tree constructed from various PlayStation 2 game characters and creatures, including pterosaurs and a star on top. The tree is set against a dark background. In the top left corner is the PlayStation 2 logo. In the top right, there is a PlayStation 2 console and a magazine cover titled 'Jogos para o Natal' with the text 'este natal receba 10 demos jogáveis.' and 'revista oficial ps2 vive vidas extra.' At the bottom of the tree, the text 'news, reviews, previews, agora em português.' is visible.

+

+

©

+

+



5º ANUÁRIO

Clube de Criativos de Portugal CCP



Categoria patrocinada por Category sponsored by:

**BAMBU**



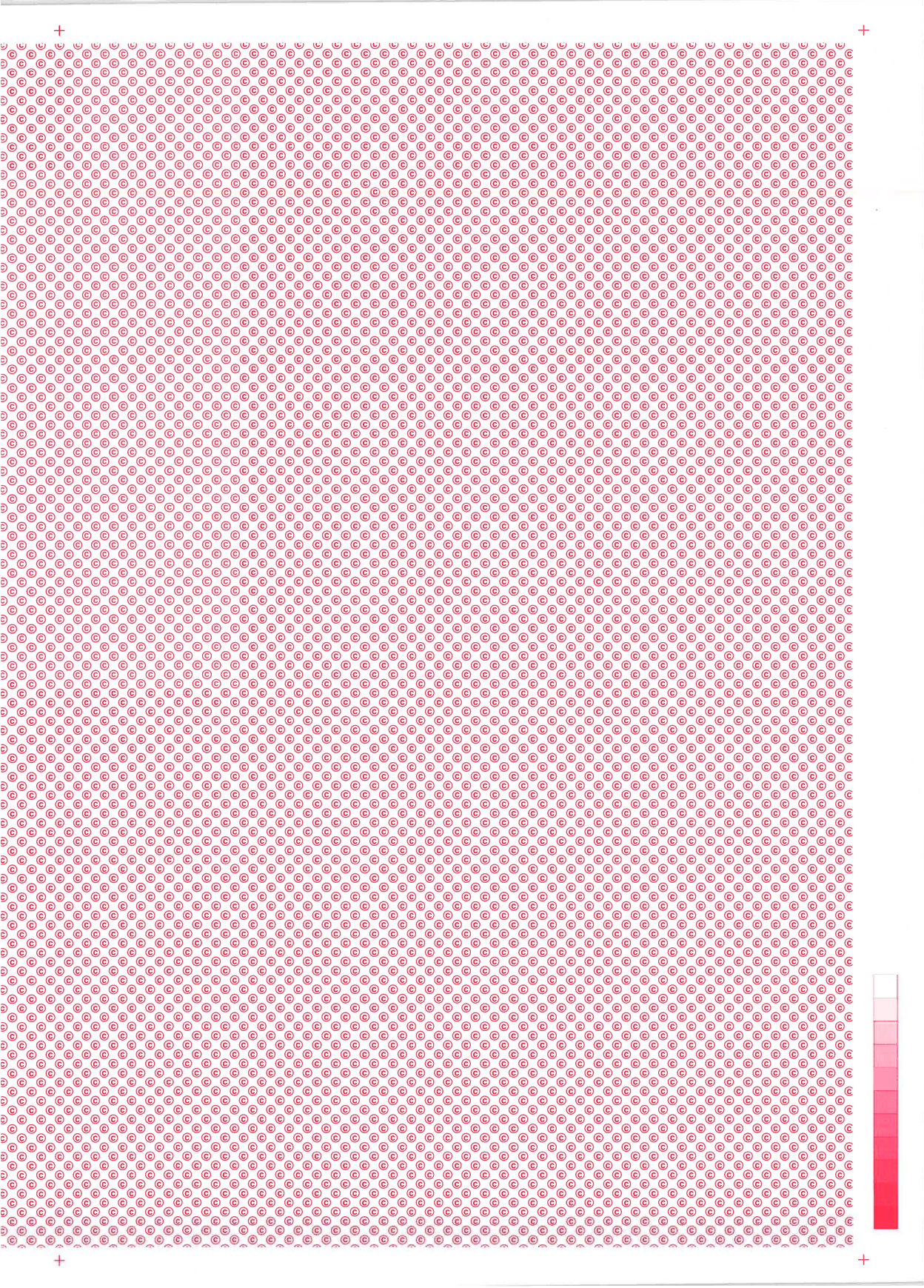
03+IMPRENSA

# 033+ MELHOR COPY

Categoria Técnica

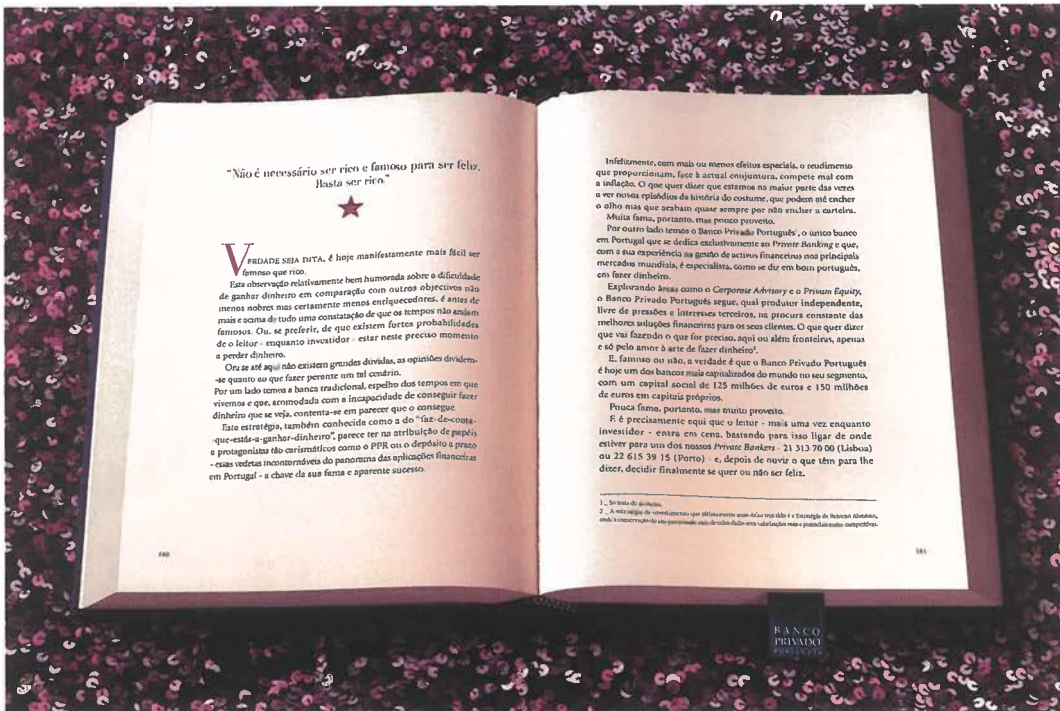








**Melhor Copy Imprensa Prémio # Título:** Alan Alda **Agência:** BBDO Portugal **Anunciante:** BPP **Director Criativo:** Pedro Bidarra  
**Director de Arte:** Paulo Afonso **Redactor:** Tiago Viegas **Fotografia / Ilustrador:** Sais de Prata **Data 1ª Inserção:** Novembro 02  
**Responsável Anunciante:** Manuel Rendeiro **Foto Producer:** Nuno Calado








“Não é necessário ser rico e famoso para ser feliz. Basta ser rico.”

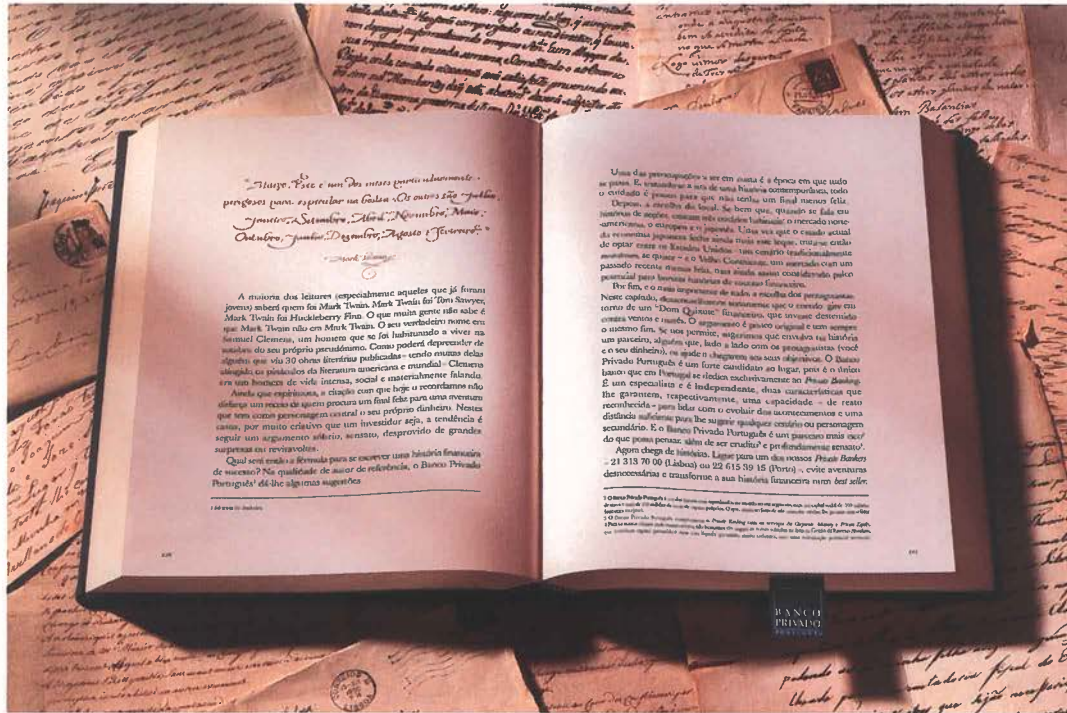
Alan Alda

“It isn't necessary to be rich and famous to be happy. It's only necessary to be rich.”

Alan Alda

  <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> omaha beach</p> <p>Sua família e amigos agradecem a sua presença à mesa de jantar, depois de uma rajada de Maschinengewehr 43 o ter trespassado nas praias da Normandia.</p>	  <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> omaha beach</p> <p>Seus filhos agradecem a sua presença na festa de Natal da Escola, depois de atingido por uma Messer Kar 98 e após o desembarque.</p>	  <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> omaha beach</p> <p>Seus antigos colegas de liceu agradecem a sua presença para o café no jantar anual da classe de 76, depois de abando por uma Sturmgewehr 44 s.</p>	  <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> omaha beach</p> <p>Seu chefe pede-lhe que não faça a reunião marcada com os clientes árabes, depois de ter sido atingido por uma Fallschirmjägerwehr 42 em plena missão.</p>
  <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> omaha beach</p> <p>Sua família e amigos agradecem a sua presença no casamento do irmão, depois de ter sido baleado com uma Messer Gewehr 98.</p>	  <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> omaha beach</p> <p>Seu chefe pede-lhe pela segunda vez para que não falte à reunião marcada com os clientes árabes, depois de ter sido atingido por um Stetthandgranate.</p>	  <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> omaha beach</p> <p>Seus amigos agradecem a sua presença no jantar aniversário do próximo fim de semana, depois de atingido por uma Scoped Gewehr 43 perto de um bunker inimigo.</p>	  <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> omaha beach</p> <p>Sua esposa e filhos agradecem a sua presença à mesa antes que o jantar anorexia, depois de ter sido atingido pelo canhão de um tanque Panther 4.</p>
  <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> omaha beach</p> <p>Seus amigos agradecem a sua presença na despedida de solteiro do irmão na próxima semana, depois de ter sido atingido por um míssil de um Nebelwerfer.</p>	  <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> medal: silver star</p> <p>Seus vinhos agradecem a sua presença no reunião mensal do condomínio, depois de ter sido atingido por um Panzertriebwagen quando tentava ouvir as ordens do seu capitão.</p>	 <p>revista oficial ps2. vive vidas extra.</p>	
  <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> omaha beach</p> <p>Sua sogros ficaram eternamente agradecidos pela sua presença amanhã para um lance, depois de ter sido baleado por uma MP40 SMG quando passava pelo arame farpado.</p>	  <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> omaha beach</p> <p>Sua esposa pede-lhe que retire os jornais de cima da mesa da sala, depois de ter terminado acordado em cheio com uma Stielhandgranate quando fugia do fogo inimigo.</p>	  <p><b>PEDRO A. LÁZARO</b> medal: the legion of merit</p> <p>Seus filhos agradecem que lhes ajude com os trabalhos de casa, depois de ter ficado em pedações após uma rajada de Maschinengewehr MP40 SMG.</p>	 <p>oferta a dois jogadores.</p>

**Melhor Copy Imprensa Shortlist # Título:** Mark Twain **Agência:** BBDO Portugal **Anunciante:** BPP **Director Criativo:** Pedro Bidarra **Director de Arte:** Rogério Serrasqueiro **Redactor:** Nuno Jerónimo **Fotografia / Ilustrador:** Sais de Prata **Data 1ª Inserção:** Janeiro 02 **Responsável Anunciante:** Manuel Rendeiro **Foto Producer:** Nuno Calado



“Março. Este mês é um dos meses particularmente perigosos para especular na bolsa. Os outros são Julho, Janeiro, Setembro, Abril, Novembro, Maio, Outubro, Junho, Dezembro, Agosto e Fevereiro.”

Mark Twain

“March. This is one of the peculiarly dangerous months to speculate in stocks in. The others are July, January, September, April, November, May, October, June, December, August, and February.”

Mark Twain



5º ANUÁRIO

Clube de Criativos de Portugal CCP



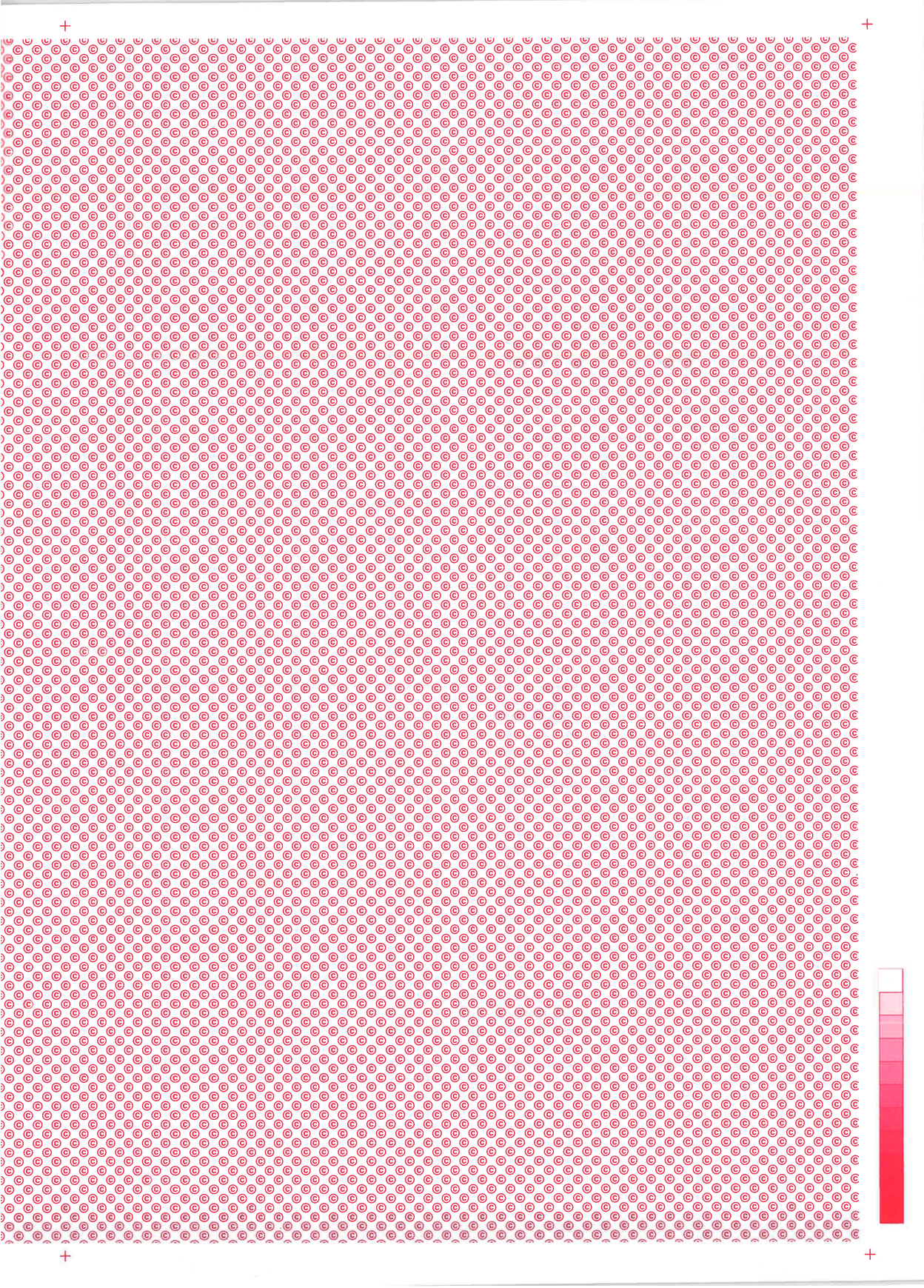
Categoria patrocinada por Category sponsored by: **KRYPTON**

03+IMPRENSA

# 035+ MELHOR DIRECÇÃO DE ARTE

Categoria Técnica







**Melhor Direcção de Arte Imprensa Prémio # Título: Furacão Agência: Bates Portugal Anunciante: National Geographic Aventura**  
**Director Criativo: Pedro Ferreira / Judite Mota Director de Arte: Pedro Ferreira Redactor: Judite Mota Data 1ª Inserção: 01 Maio 02**





**Melhor Direcção de Arte Imprensa Shortlist # Título:** Antrax – Envelope Amarelo **Agência:** Bates Portugal  
**Anunciante:** Press Mundo **Director Criativo:** Pedro Ferreira / Judite Mota **Director de Arte:** Maria João Andrade  
**Redactor:** Gonçalo Viana **Fotografia / Ilustrador:** Filipe Rebelo **Data 1ª Inserção:** 15 Novembro 02  
**Responsável Anunciante:** Pedro Araújo Sá **Foto Producer:** Cristina Prayce **Retoque Digital:** Máquina Invisível



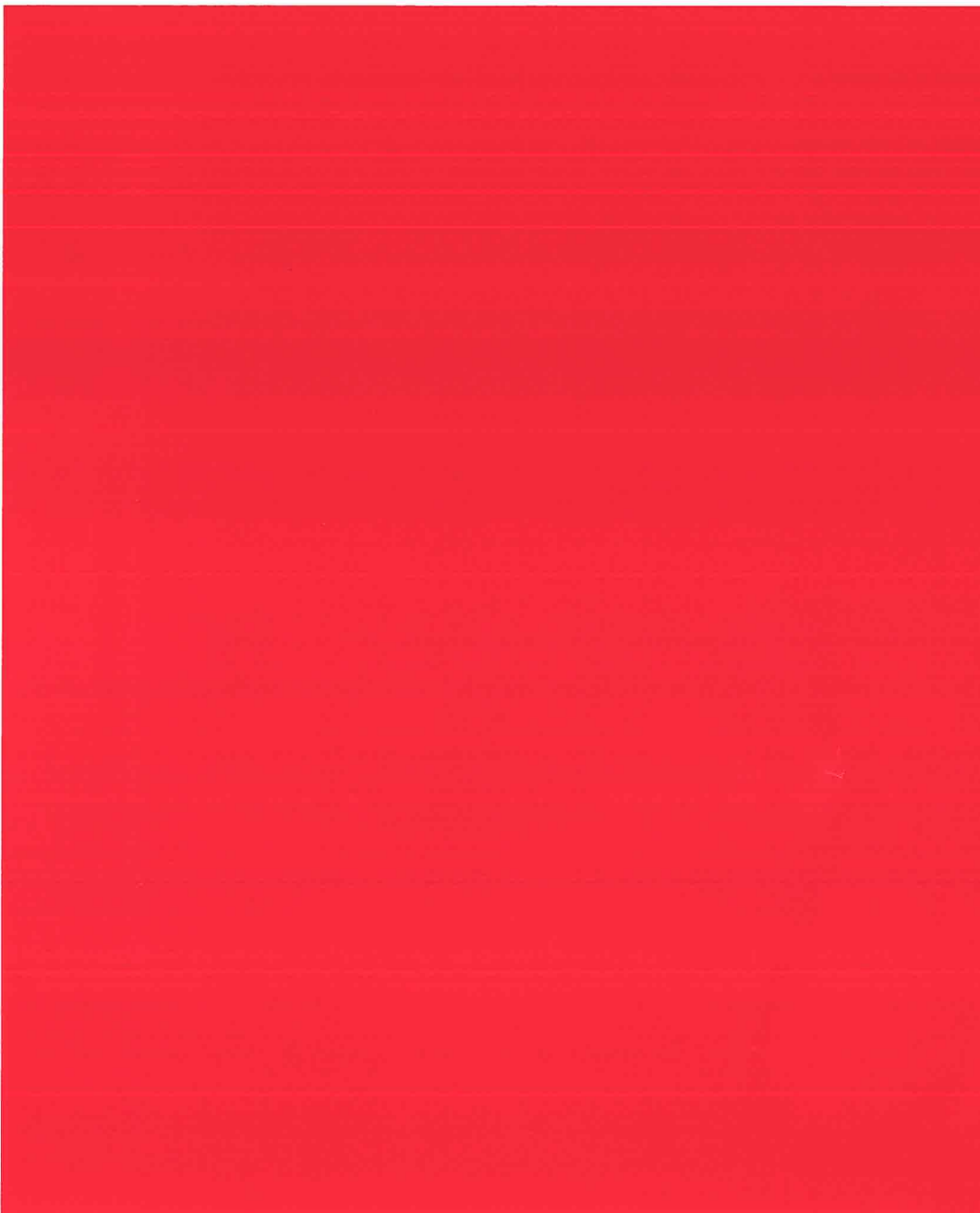
+

+



+

+



5º ANUÁRIO

Clube de Criativos de Portugal CCP

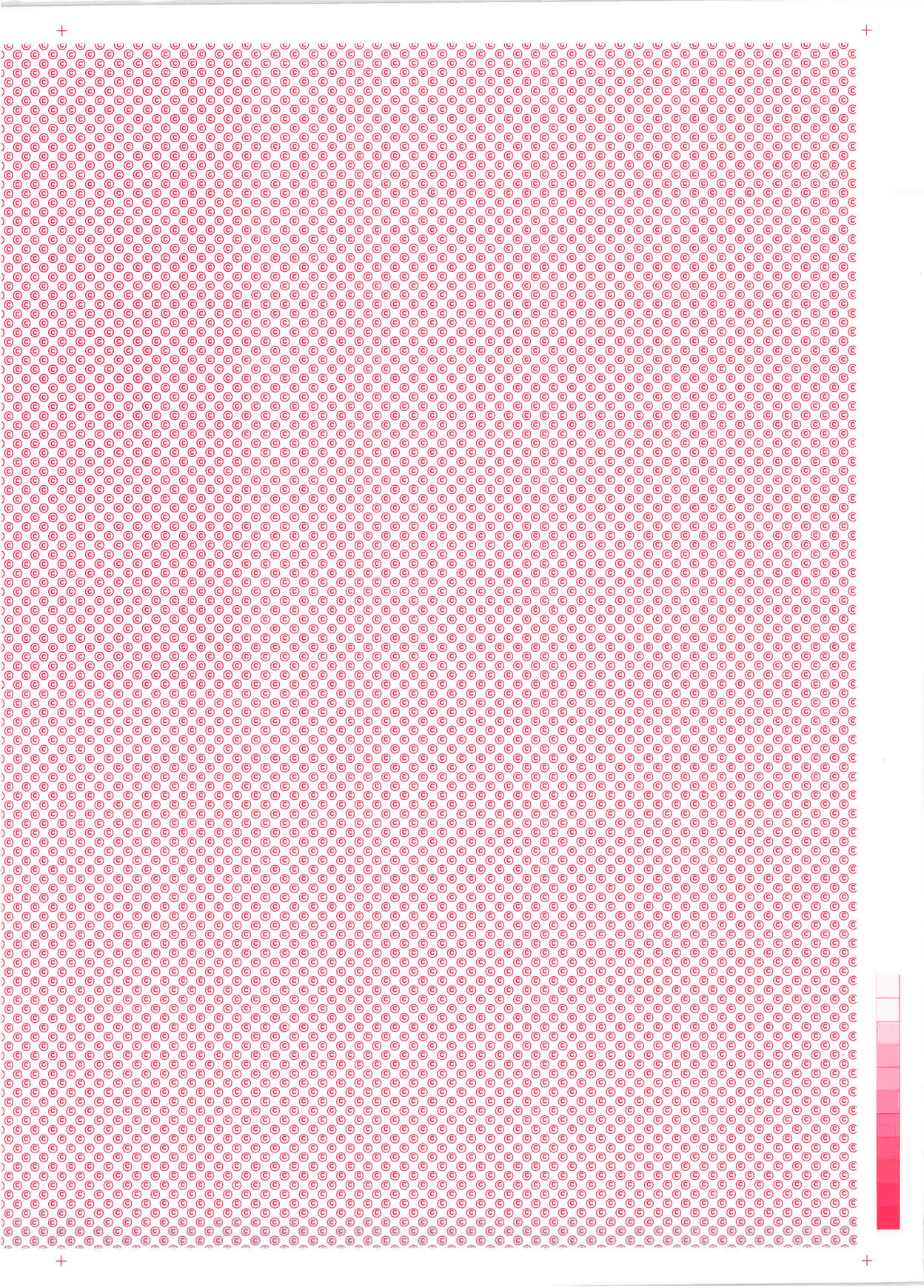


Categoria patrocinada por Category sponsored by: CTT

04 + OUTDOOR

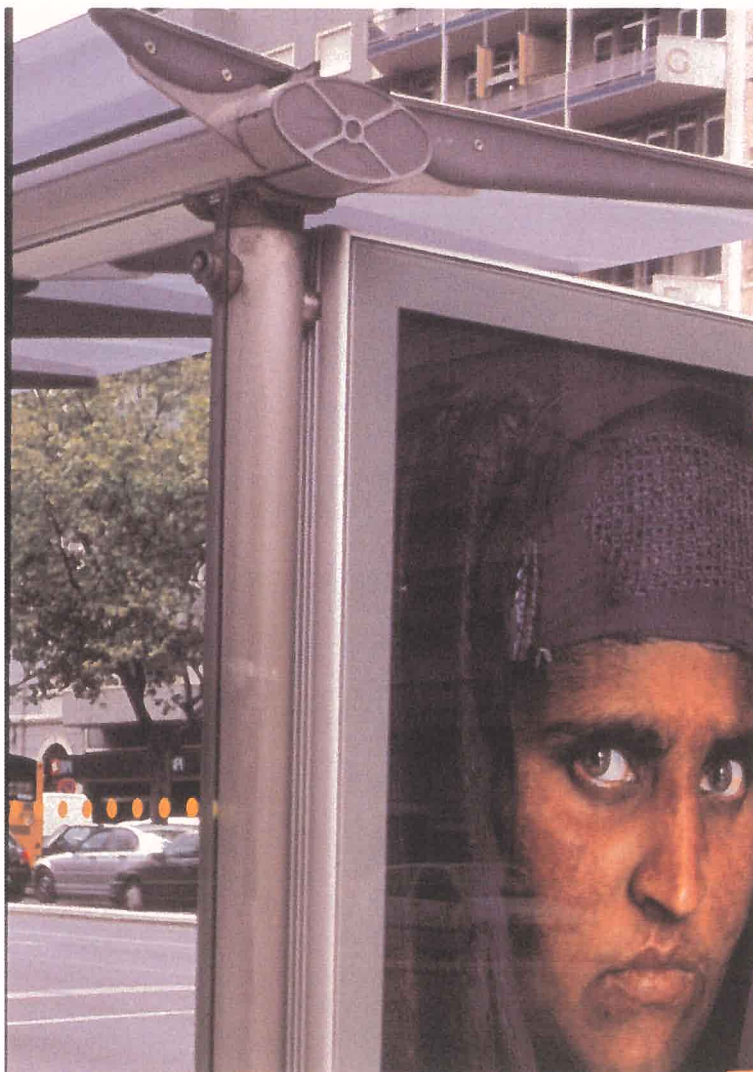
041 + OUTDOOR







**Outdoor Ouro # Título: Rapariga Afegã Agência: Bates Portugal Anunciante: National Geography**  
**Director Criativo: Pedro Ferreira / Judite Mota Director de Arte: Nuno Tristão Redactor: António Páscoa**  
**Data 1ª Inserção: Abril 02**



We found her 17 years later.



**Outdoor Prata # Título: Basta Apertar Agência: Leo Burnett Anunciante: Heinz Director Criativo: Alexandre Okada Director de Arte: Paulo Pinto Redactor: Luís Vilaça / Alexandre Okada Data 1ª Inserção: 03 Março 02 Responsável Anunciante: Miryam Smit Foto Producer: Pedro Domingos**



Heinz Basta Apertar  
"Just Squeeze"



**Outdoor Bronze # Título: A Fazer Voz Grossa Agência: Young & Rubicam Anunciante: Bacardi Martini Director Criativo: Albano Homem de Melo Director de Arte: João Madeira Redactor: Marco Figueiredo**

SUA IMPORTAÇÃO: BDA LULA IMPORTAÇÃO

**A FAZER  
A VOZ GROSSA  
DESDE 1946.**

**SÃO DOMINGOS. A ÁGUA. ARDENTE.**

A fazer voz grossa  
Acting in a thick voice



**Outdoor Shortlist # Título:** Gatos **Agência:** Bates Portugal **Anunciante:** National Geographic Director Criativo: Pedro Ferreira / Judite Mota **Director de Arte:** Maria João Andrade **Redactor:** Nuno Silva **Fotografia / Ilustrador:** Filipe Rebelo **Data 1ª Inserção:** 15 Janeiro 03 **Responsável Anunciante:** Pedro Araújo e Sá **Retoque Digital:** Máquina Invisível

NATIONAL GEOGRAPHIC PORTUGAL

JANEIRO É O MÊS DOS GATOS.

19º PRIMEIRO FILME DA NATIONAL GEOGRAPHIC, ESTREIA EM PORTUGAL

ESPECIAL  
HIDROSTERA  
DECEMBRO DE 1999A

NATIONAL GEOGRAPHIC PT JANEIRO 2003

NATIONAL GEOGRAPHIC PORTUGAL

**Gatos**  
Obra-Prima da Natureza

China  
A Grande Muralla

Japão  
Animais no Inverno

Egipto  
Tesouros Secretos

Não perca a National Geographic de Janeiro. Já à venda.

+

+

©

+

+



5º ANUÁRIO

Clube de Criativos de Portugal CCP



Categoria patrocinada por Category sponsored by:

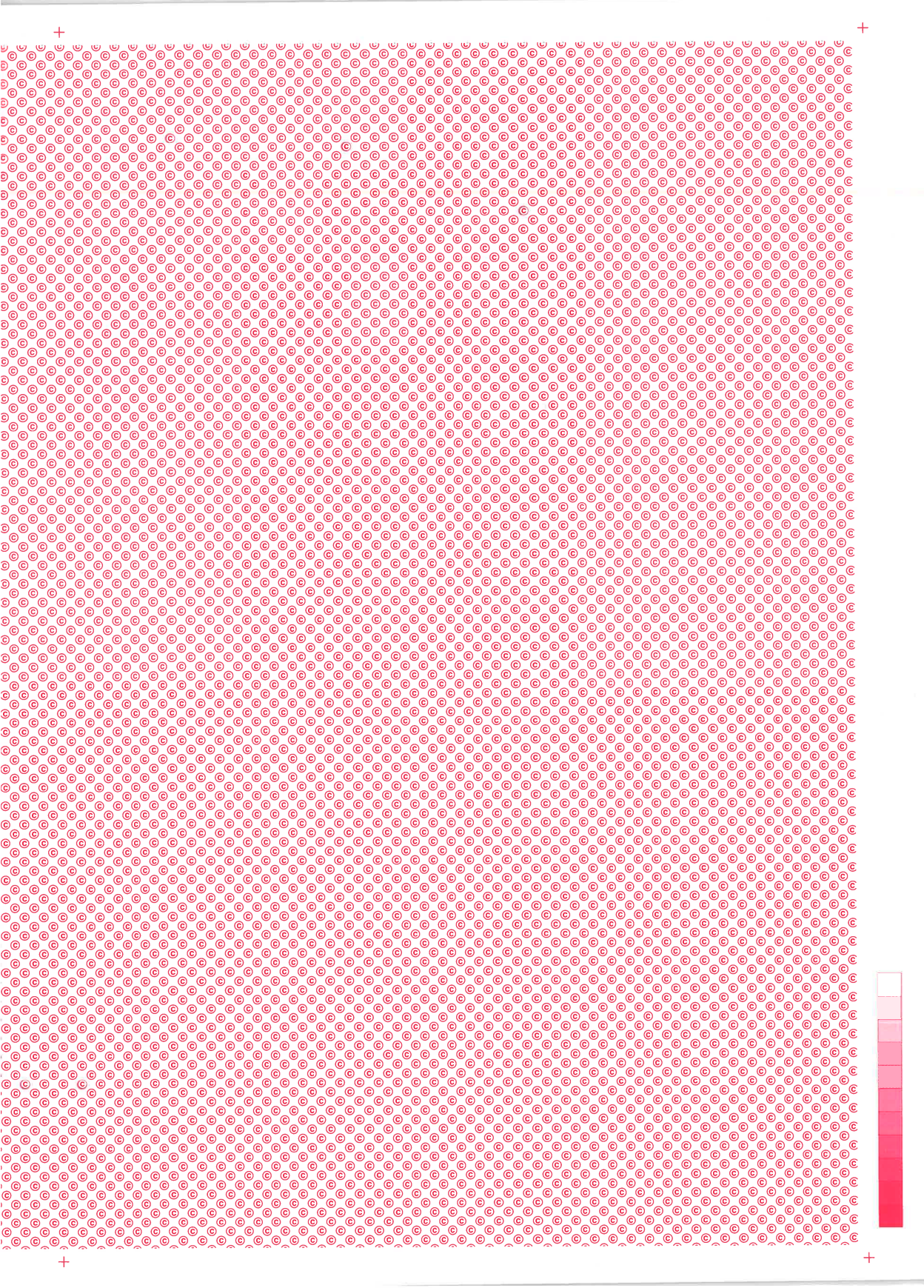
JC DECAUX



04 + OUTDOOR

# 042 + CAMPANHA OUTDOOR







**Campanha Outdoor Prata # Título:** Fragrance **Agência:** GreyHome **Anunciante:** Renova **Director Criativo:** José Ricardo Cabaço  
**Director de Arte:** José Ricardo Cabaço **Fotografia / Ilustrador:** Pedro Cláudio **Data 1ª Inserção:** 01 Março 02 **Responsável Anunciante:**  
Luís Saramago **Retoque Digital:** Foto 7





**Campanha Outdoor Prata # Título:** Fresh & Clean **Agência:** GreyHome **Anunciante:** Renova **Director Criativo:** José Ricardo Cabaço  
**Director de Arte:** José Ricardo Cabaço **Fotografia / Ilustrador:** Pedro Cláudio **Data 1ª Inserção:** 01 Março 02 **Responsável Anunciante:**  
Luís Saramago **Retoque Digital:** Foto 7





**Campanha Outdoor Prata # Título:** Super **Agência:** GreyHome **Anunciante:** Renova **Director Criativo:** José Ricardo Cabaço  
**Director de Arte:** José Ricardo Cabaço **Fotografia / Ilustrador:** Pedro Cláudio Data 1ª **Inserção:** 01 Março 02 **Responsável Anunciante:**  
Luís Saramago **Retoque Digital:** Foto 7







**Campanha Outdoor Prata # Título:** Progress **Agência:** GreyHome **Anunciante:** Renova **Director Criativo:** José Ricardo Cabaço  
**Director de Arte:** José Ricardo Cabaço **Fotografia / Ilustrador:** Pedro Cláudio **Data 1ª Inserção:** 01 Março 02 **Responsável Anunciante:**  
Luís Saramago **Retoque Digital:** Foto 7



**Campanha Outdoor Shortlist # Título:** Moda Lisboa **Agência:** Leo Burnett **Anunciante:** Kellogg's **Director Criativo:** Alexandre Okada **Director de Arte:** Vera Machado **Redactor:** Cristina Leão / Alexandre Okada **Fotografia / Ilustrador:** Picto Data **1ª Inserção:** 24 Outubro 02 **Responsável Anunciante:** João Marques **Foto Producer:** Pedro Domingos



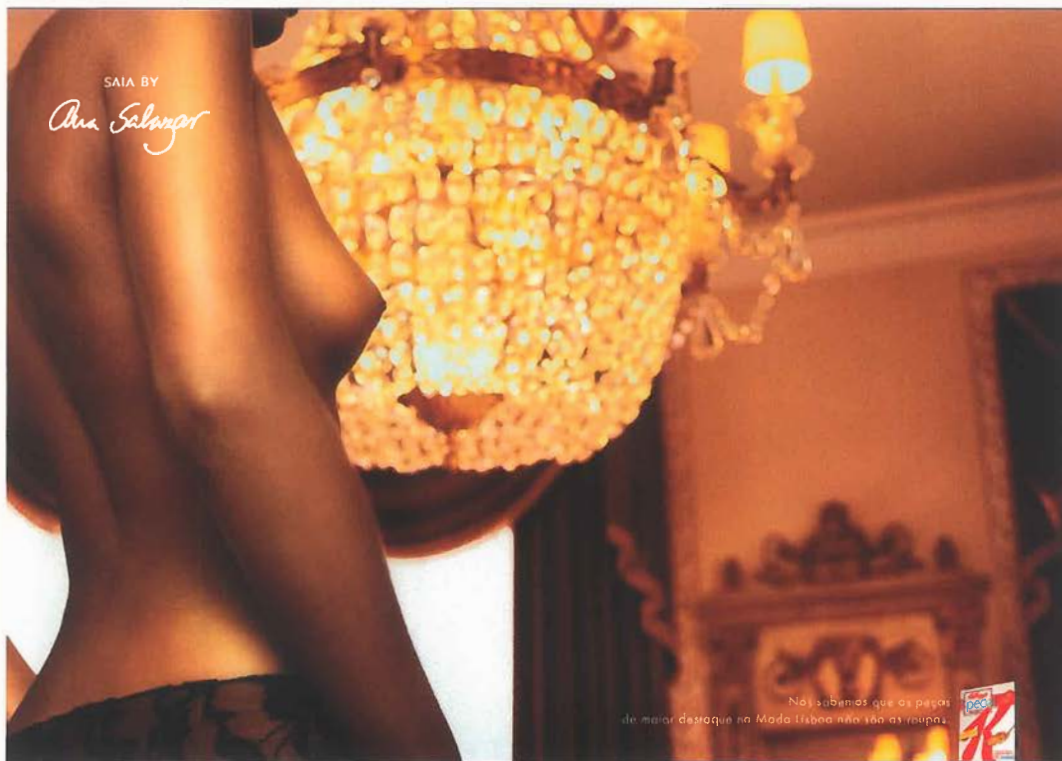
Pants By Anna Westwood. We know that the highlights of Lisbon Fashion Week aren't clothes.

**Campanha Outdoor Shortlist # Título:** Moda Lisboa **Agência:** Leo Burnett **Anunciante:** Kellogg's **Director Criativo:** Alexandre Okada **Director de Arte:** Vera Machado **Redactor:** Cristina Leão / Alexandre Okada **Fotografia / Ilustrador:** Picto **Data 1ª Inserção:** 24 Outubro 02 **Responsável Anunciante:** João Marques **Foto Producer:** Pedro Domingos



Shoes by Alex de La Renta. We know that the highlights of Lisbon Fashion Week aren't clothes.

**Campanha Outdoor Shortlist # Título:** Moda Lisboa **Agência:** Leo Burnett **Anunciante:** Kellogg's **Director Criativo:** Alexandre Okada **Director de Arte:** Vera Machado **Redactor:** Cristina Leão / Alexandre Okada **Fotografia / Ilustrador:** Picto Data **1ª Inserção:** 24 Outubro 02 **Responsável Anunciante:** João Marques **Foto Producer:** Pedro Domingos



Skirt By Vivienne McQueen. We know that the highlights of Lisbon Fashion Week aren't clothes.



5º ANUÁRIO

Clube de Criativos de Portugal CCP



Categoria patrocinada por Category sponsored by: **JC DECAUX**

**VER A 2ª PARTE DO 5º ANUÁRIO CCP**