

# Porquê continuar?

6 anos e 3 mandatos depois, foi preciso fazer uma reflexão mais longa sobre uma eventual recandidatura ao CCP, sobretudo para os 3 elementos que estão na direção desde 2018.

Quem já fez parte da direção do CCP sabe o óbvio: compensa, é um espaço de liberdade para fazer em benefício do mercado, para passar da opinião à ação e essa é uma grande motivação para quem gosta de fazer.

Mas estar no CCP também exige tempo, e não há bem mais precioso. Também exige estofo. Na vontade de fazer e de ajudar ao progresso da atividade, é preciso ter uma visão, princípios e valores, e isso implica ter dissidentes, gente que discorda - o que é excelente, mas também dá muito trabalho.

Para esta reflexão também contribuiu a vontade dos membros da direção que se juntaram mais recentemente. A sua energia, sentido de missão e disponibilidade pesaram muito nesta decisão.

E por falar em membros recentes e pessoas com sentido de missão, é com muita alegria que anunciamos a adição de uma nova vogal na nossa lista: para fazer face a um número crescente de iniciativas, a Judite Mota está de volta ao Clube.

A Judite Mota foi presidente do Clube de 2004 a 2008, acompanhou e conhece bem o percurso do Clube nos últimos anos, e está disponível para ajudar no trabalho que ainda está por fazer.

Por sabermos que também o CCP é uma associação de pessoas, por termos vontade de continuar a trabalhar juntos, por sentirmos que ainda há trabalho por fazer e por nos sentirmos com a energia necessária, a atual direção recandidata-se com os seguintes objetivos:

1. Reconhecimento do talento no mercado nacional, ajudando a estabelecer padrões de qualidade e dando palco aos que neles se destacam.
  - a. O Festival do CCP deverá continuar a ser a maior referência no panorama da criatividade nacional.
  - b. Os rankings deverão refletir os melhores profissionais em cada disciplina do Festival.
  - c. O Festival deverá ter um papel pedagógico no mercado, promovendo o envolvimento e a participação dos sócios, e para isso a votação do Júri Shortlist aberta a todos os sócios deverá continuar.

- d. O CCP deverá continuar a promover iniciativas e ferramentas (próprias ou em parceria) que promovam o melhor trabalho e os profissionais do mercado, como a plataforma “Mostra” e outras.
2. Renovação do talento, contribuindo para a formação de uma nova geração de profissionais diversa.
    - a. A relação do CCP com as escolas de criatividade em todo o país deverá manter-se
    - b. Os programas dirigidos a jovens criativos deverão continuar a ser uma prioridade do Clube
    - c. O programa Zona II deverá continuar e amadurecer
  3. Internacionalização do trabalho português
    - a. A relação do CCP com o Art Directors Club of Europe e com o One Club of Creativity deverá manter-se, como ligação estratégica a uma montra global do trabalho criativo nacional
    - b. As parcerias entre o CCP e diferentes associações e festivais de criatividade no mundo deverão manter-se, com o objetivo de reforçar ali a presença portuguesa, através de jurados, palestrantes ou outra representação
  4. Dignificação da criatividade e da profissão
    - a. O Clube deverá encontrar uma sede permanente que dê casa às suas atividades e as dignifique
    - b. O Clube continuará as suas parcerias com outras associações nacionais e meios de comunicação que deem visibilidade e valor à comunicação criativa nacional
    - c. O Clube deverá contribuir para a reflexão sobre como pode a comunicação criativa contribuir para uma sociedade mais justa
    - d. O Clube deverá explorar parcerias e iniciativas que promovam a reflexão sobre melhores práticas para a indústria a vários níveis - quer em termos de inovação e adaptação a novos tempos, tendências, desafios, plataformas e tecnologias, como em termos de ética, sustentabilidade, cultura laboral e responsabilidade social.
  5. Descentralização da criatividade no território nacional
    - a. O Clube investirá em fazer pelo menos um evento criativo por ano fora de Lisboa
    - b. Sempre que possível, o Clube promoverá a integração de profissionais nacionais que trabalham fora de Lisboa nas suas atividades, nomeadamente nas Tertúlias, no Festival e na Portfolio Night.
  6. Transformação do Clube dos Criativos no Clube da Criatividade
    - a. Temos noção que este é um processo longo e em curso. O Clube deverá continuar a incluir nas suas atividades as

diferentes disciplinas que trabalham na criatividade em comunicação.

- b. A relação com os anunciantes deverá ser aprofundada, através dos Briefs Abertos, do Festival ou de outras iniciativas em parceria

7. Promoção de um mercado mais inclusivo, equitativo e participativo

- a. Dar continuidade a iniciativas que valorizem a igualdade de género, como o Podcast Clube das Criativas entre outras.
- b. Estudar e implementar novas iniciativas que visam a paridade, a inclusão e a ética.

8. Relação com as Agências Associadas

- a. O Clube manterá uma relação regular com as agências sócias, na pessoa dos seus Diretores Criativos, com o objectivo de melhor refletir e dar resposta aos seus desafios criativos, quer ao nível da representação, quer ao nível da formação.

## LISTA A

Biénio 2024\_2026

### DIREÇÃO

Susana Albuquerque - Presidente (sócio nº18)  
Pedro Mesquita - Vice-presidente (sócio nº142)  
José Maria Machado - Tesoureiro (sócio nº 305)  
Andreia Ribeiro - 1º vogal (sócio nº 242)  
Mafalda Quintela - 2º vogal (sócio nº 54)  
Daniel Caeiro - 3º vogal (sócio nº458)  
Judite Mota - 4º vogal (sócio nº 3)

### CONSELHO FISCAL

Mário Mandacarú – Presidente (sócio nº 5)  
BDO, SA – Representada por Anabela Vaz Borges– 1º vogal (sócio nº86)  
Maria Magalhães – 2º vogal (sócio nº130)

### ASSEMBLEIA GERAL

Luís Alvoeiro - Presidente (sócio nº14)  
Luís Mileu - Vice-presidente (sócio nº 64)  
José Ricardo Monteiro – Secretário (sócio nº 34)

Porta voz / Delegado: Susana Albuquerque, sócia nº 18