



| | | |
|--------------------------------|-------------------------|------------------------------|
| Veículo: Diário do Pará | | |
| Data: 20/08/2017 | Caderno: Toda Up | Página: 20/21 |
| Assunto: Anuário | | |
| Tipo: Notícia | Ação: Espontânea | Classificação: Neutra |

CLUBE DE CRIATIVOS VAI LANÇAR ANUÁRIO SOBRE O CÍRIO

COMPILAÇÃO EM FORMA DE MOSTRA DIGITAL VAI JUNTAR O QUE DE MELHOR JÁ FOI CRIADO PELA PUBLICIDADE PARAENSE, EM DIFERENTES DÉCADAS, ALUSIVO À FESTA MAIS IMPORTANTE DO ESTADO

Não precisa nem ser nascido e criado em Belém para saber que o Círio de Nazaré parece fazer aflorar o melhor dos paraenses, em absolutamente todos os aspectos. Na propaganda então, nem se fala. E uma iniciativa do Clube de Criativos do Pará (CCPA) pretende compilar o que de melhor já foi feito e continua sendo feito em homenagens a Nossa Senhora.

"A Propaganda na Berlinda" será uma mostra publicitária digital com peças institucionais temáticas criadas para celebrar e exaltar a figura da padroeira do Pará. Além de registrar e valorizar a nossa produção publicitária, e sendo um evento de grande força regional, a ideia é criar um paralelo com outras regiões, tornando este registro de grande valor para a propaganda regional e nacional. O resultado final dessa exposição dará origem a um anuário.

De acordo com a organização, a coletânea pretende contemplar o trabalho e a história de agências publicitárias tanto em atividade quanto as

criação com 23 anos de profissão, membro do CCPA e da comissão que organiza "A Propaganda na Berlinda", explica que não há qualquer intenção em criar um clima de competição entre as agências, muito pelo contrário. "A ideia é termos um registro histórico, com materiais de qualidade que as próprias agências selecionarão", explica.

"Ao colocarmos as peças lado a lado terá uma natural comparação entre elas por parte do visitante do site, onde a coletânea ficará hospedada. E com isso, podemos ter uma ideia de caminhos, visões, referências, ou seja, do nível da criatividade do Estado", analisa.

Também redator publicitário com atuação em diversas agências do Estado, o professor da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal do Pará (UFPA), Luiz LZ Cezar vê a iniciativa do CCPA como algo que vai permitir a elaboração de um material que irá servir como referencial histórico sobre a publicidade e a propaganda pro-





que já fecharam as suas portas. As inscrições são gratuitas e serão compostas por trabalhos institucionais produzidos para mídia impressa (jornal, revista, outdoor, frontlight) e digitais estáticas (posts de redes sociais). O período de veiculação destas peças é totalmente aberto, então podem participar criações de quaisquer décadas no passado até os dias atuais. Para participar, cada agência poderá enviar até 10 peças publicitárias cujo tema seja a festividade nazarena. Outros meios como televisão, rádio, entre outros, não participam desta primeira edição da mostra. O regulamento de participação ainda será divulgado.

Alexandre Helmut, redator e diretor de

duzida sobre o tema ao longo do tempo. "Outro ponto importante é que a coletânea servirá como material de pesquisa para trabalhos acadêmicos nas diversas faculdades e universidades existentes dentro e fora do Pará, já que o Círio é um evento religioso e cultural de abrangência nacional e internacional", pondera.

Para todos profissionais diretamente envolvidos em cada uma das peças que serão compiladas no anuário, o senso da homenagem. "Ao publicizar a memória da propaganda e da publicidade paraense premiam-se simbolicamente todos aqueles que contribuíram e contribuem para a história da profissão no Pará", conclui o docente.



SOBRE O CCPA:

▶ O mercado publicitário do Pará tem uma lacuna histórica: a ausência de um clube de criação. Depois de várias tentativas, um novo grupo de publicitários está tentando mudar isso. Fazem parte desta nova reunião profissionais da Galvão, Latina, DC3, Phocus e Mendes, entre outras. Como todo clube de criação, o objetivo fundamental é debater, estimular, promover, reconhecer e melhorar a qualidade criativa dos nossos profissionais e, por consequência, da propaganda paraense.

Em um primeiro momento, somente serão aceitas peças criadas para a mídia impressa e digital estática, de qualquer ano, independente de a agência em questão continuar em atividade ou não, informam Alexandre Helmut, que participa da organização d'A Propaganda na Berlinda e Luiz César, docente da Faculdade de Comunicação da UFPA

