

CARLOS ROBERTO FERNANDES

**Interface Arte/Propaganda
no Brasil (1975-1984) a partir
da análise de Anúncios em Revistas,
nos Anuários do Clube de Criação de São Paulo.**

CAMPINAS, 2004

**UNICAMP
BIBLIOTECA CENTRAL
SEÇÃO CIRCULANTE**

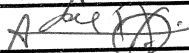
200409072

Universidade Estadual de Campinas
Instituto de Artes
Doutorado em Multimeios

**Interface Arte/Propaganda
no Brasil (1975-1984) a partir
da análise de Anúncios em Revistas,
nos Anuários do Clube de Criação de São Paulo.**

CARLOS ROBERTO FERNANDES

Este exemplar é a redação final da
Tese defendida pelo Sr. Carlos
Roberto Fernandes e aprovada
pela Comissão Julgadora em
19/02/2004


Prof. Dr. Adilson José Ruiz

Tese apresentada ao Curso de Doutorado em
Multimeios, do Instituto de Artes da UNICAMP -
Universidade Estadual de Campinas, como
requisito parcial para obtenção do título de
Doutor em Ciências da Comunicação, com a
orientação do Prof. Dr. Adilson Ruiz.

CAMPINAS, 2004

DADE	30
CHAMADA	T/Unicamp
F391i	
EX	
MBBO BC	58842
OC.	16.112.04
C	☐
D	☒
REÇO	10.00
DATA	02.07.04
CPD	

CM00200924-0

B, b, d: 317696

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA
BIBLIOTECA CENTRAL DA UNICAMP

F391i

Fernandes, Carlos Roberto.

Interface arte e propaganda no Brasil (1975-1984)
a partir da análise de anúncios em revistas, nos Anuários
do Clube de Criação de São Paulo / Carlos Roberto
Fernandes. – Campinas, SP : [s.n.], 2004.

Orientador: Adilson Ruiz.

Tese (doutorado) - Universidade Estadual de Campinas,
Instituto de Artes.

1. Propaganda – Brasil – 1975-1984. 2. Arte – Brasil.
3. Comunicação visual – Brasil. 4. Publicidade. I. Ruiz,
Adilson José. II. Universidade Estadual de Campinas.
Instituto de Artes. III. Título.

COMISSÃO JULGADORA

TESE PARA OBTENÇÃO DO TÍTULO DE DOUTOR

Presidente Orientador: Prof. Dr. Adilson José Ruiz

2º Examinador: Prof. Dr. Heliodoro Teixeira Bastos Filho

3º Examinador: Prof. Dr. João-Francisco Duarte Junior

4º Examinador: Prof. Dr. João Wanderley Geraldi

5º Examinador: Prof. Dr. Marco Antonio Alves do Valle

Campinas, 19 de Fevereiro de 2004

Para Carmita, Daniel e Bruna.

Ao Prof. Dr. Ivan Santo Barbosa, pelo início do projeto;
ao meu orientador Prof. Dr. Adilson José Ruiz, pela
acolhida e acompanhamento deste trabalho;
ao Clube de Criação de São Paulo pela gentileza da
cessão de seus anuários;
à Carmita e à Denise que viabilizaram toda preparação
para a impressão;
e aos amigos pelo incentivo;
meus agradecimentos.

FERNANDES, C.R. *Interface Arte e Propaganda no Brasil (1975-1984) a partir da análise de anúncios de revistas, nos Anuários do Clube de Criação de São Paulo*. Campinas, 2004. 367 p. Tese (Doutor em Ciência da Comunicação) – Instituto de Artes, Universidade Estadual de Campinas, UNICAMP.

RESUMO

Esta tese objetiva evidenciar as técnicas de elaboração de anúncios de revistas considerados de qualidade, analisando os trabalhos publicados nos Anuários do Clube de Criação de São Paulo no período de 1975 a 1984, selecionados por diversos júris, constituídos durante a década. Classificá-los, primeiramente, por grupos definidos pela composição plástica, levando em conta os elementos visuais e estruturais das peças, avaliando as influências possíveis das experiências simultâneas ocorridas no campo das artes visuais. A escolha dos Anuários do Clube de Criação de São Paulo deveu-se à singularidade da publicação no período, tratando-se de empreendimento meritório dos profissionais de propaganda, especialistas nessa área da Comunicação. Com os resultados aferidos, apresenta os comentários das variações constatadas, especificando os processos técnicos utilizados na produção gráfica de peças publicitárias, no período anterior à informatização geral do mercado; os elementos estruturais da composição compartilhados com obras das artes plásticas convencionais – pinturas, gravuras –, obras catalogadas desde o começo do século passado; a classificação, em grupos dos anúncios, observando a composição plástica, o enquadramento das imagens e a diversidade de produtos; a interface publicidade/artes plásticas demonstrada pela influência da Pop Art e da Minimal Art onde a intertextualidade, as figuras de retórica presentes no discurso gráfico aparecem como fator de persuasão na apresentação das mensagens publicitárias.

FERNANDES, C.R. *Interface Arte e Propaganda no Brasil (1975-1984) a partir da análise de anúncios de revistas, nos Anuários do Clube de Criação de São Paulo*. Campinas, 2004. 367 p. Tese (Doutor em Ciência da Comunicação) – Instituto de Artes, Universidade Estadual de Campinas, UNICAMP.

RÉSUMÉ

L'objectif de ce travail est celui de mettre en évidence les techniques d'élaboration des annonces des magazines, considérés comme des annonces publicitaires de qualité. On a utilisé comme *corpus* le matériel qui est dans les "Anuários do Clube de Criação de S. Paulo – 1975/1984" les matériaux ont été sélectionnés par des divers jurys qui ont été constitués pendant toute la décennie. D'abord, on les a classés, par la composition plastique, en tenant compte des éléments visuels et structuraux des pièces et en même temps essayant de trouver les influences subies par les arts visuels. Après l'analyse du matériel, les variations se présentent, et on passe à détailler les processus techniques; les éléments structuraux de leur composition qui sont les mêmes dans les oeuvres d'art conventionnels; des oeuvres cataloguées dès le début du siècle dernier; les classements des annonces en observant la composition plastique, l'encadrement des images et la diversité des produits; l'interface publicité/arts plastiques démontrés par l'influence de la *Pop Art* et la *Minimal Art* où l'intertextualité, les images rhétoriques présentées par le discours se manifestent comme moyen de persuasion.

SUMÁRIO

Resumo	07
Introdução	25
Capítulo I	27
Primórdios da Publicidade	27
Capítulo II	33
2.1 A Década de 70	33
2.2 O Clube de Criação de São Paulo	35
2.3 A publicação dos Primeiros Anuários	38
Capítulo III	41
3.1 Peculiaridades da Produção Gráfica no período 1975-1984	41
3.1.1 Briefing	42
3.1.2 Idéia	42
3.1.3 Rough	42
3.1.4 Layout	43
3.1.5 Arte Final	44
3.1.6 Impressão	44
Capítulo IV	49
4.1 Elementos Estruturais	49
4.1.1 Diagonal	51
4.1.2 Centro Físico	51
4.1.3 Eixo de Equilíbrio	51
4.1.4 Eixo de Sustentação	51
4.1.5 Secção Áurea	51
4.1.6 Centro Visual	52
4.2 Análise dos anúncios com base nos elementos estruturais	52
4.2.1 Genópsia	52
Capítulo V	65
5.1 Elementos Visuais na composição do anúncio	65
5.1.1 Texto	66
5.1.2 Ilustração	69
5.1.3 Cor	70
5.2 Classificação de Anúncios com base nos Elementos Visuais	73
5.2.1 Grande Texto	73
5.2.2 Predominância do Texto	74
5.2.3 Grande Ilustração	74
5.2.4 Predominância da Ilustração	76
5.2.5 Equivalência Texto/Ilustração	76
5.3 Demonstrativo da distribuição dos anúncios classificados quanto aos elementos visuais no período 1975/1984	77
5.3.1 Grupo Grande Texto	77
5.3.2 Predominância do Texto	78
5.3.3 Grande Ilustração	79
5.3.4 Predominância da Ilustração	80

5.3.5 Equivalência Texto/Ilustração	81
5.4 Enquadramento	
5.4.1 Grande Plano Geral	82
5.4.2 Plano Geral	83
5.4.3 Plano de Conjunto	84
5.4.4 Plano Americano	85
5.4.5 Plano Médio	86
5.4.6 Plano Próximo	87
5.4.7 Primeiro Plano	88
5.4.8 Detalhe	89
5.5 Anúncios classificados pela utilização de recursos de imagem e texto e conteúdo temático	90
5.5.1 Hipérbole	91
5.5.2 Prosopopéia	92
5.5.3 Metáfora	93
5.5.4 Paradoxo	94
5.5.5 Paráfrase	95
5.5.6 Silepse	96
5.5.7 Plágio	97
5.5.8 Citações	98
5.5.9 Ambiguidade	99
5.5.10 Dizeres Populares	100
5.5.11 Referência Verbal	101
5.5.12 Referência visual	102
5.5.13 Identidade Própria	103
5.5.14 Ênfase no Logotipo	104
5.5.15 Alto Contraste	105
5.5.16 Ilustração/Desenho	106
5.6 Gráficos organizados a partir da classificação dos anúncios quanto aos elementos visuais Texto e Ilustração	107
5.6.1 – Anuário 1 – Gráfico 1	107
5.6.2 – Anuário 2 – Gráfico 2	107
5.6.3 – Anuário 3 – Gráfico 3	108
5.6.4 – Anuário 4 – Gráfico 4	108
5.6.5 – Anuário 5 – Gráfico 5	109
5.6.6 – Anuário 6 – Gráfico 6	109
5.6.7 – Anuário 7 – Gráfico 7	110
5.6.8 – Anuário 8 – Gráfico 8	110
5.6.9 – Anuário 9 – Gráfico 9	111
5.6.10 – Anuário 10 – Gráfico 10	111
5.6.11 – Anuários 1 a 10 – Gráfico 11	112
5.7 Gráficos organizados a partir da classificação dos anúncios quanto aos Enquadramentos Cinematográficos	113
5.7.1 – Anuário 1 – Gráfico 12	113
5.7.2 – Anuário 2 – Gráfico 13	113
5.7.3 – Anuário 3 – Gráfico 14	114
5.7.4 – Anuário 4 – Gráfico 15	114
5.7.5 – Anuário 5 – Gráfico 16	115
5.7.6 – Anuário 6 – Gráfico 17	115
5.7.7 – Anuário 7 – Gráfico 18	116
5.7.8 – Anuário 8 – Gráfico 19	116

5.7.9 – Anuário 9 – Gráfico 20	117
5.7.10 – Anuário 10 – Gráfico 21	117
5.7.11 – Anuários 1 a 10 – Gráfico 22	118
Capítulo VI	119
6.1 – Interface Arte/Publicidade	119
6.2 – Pop Art, influências	141
6.3 – Minimal Art	153
6.4 – Considerações Finais	168
6.5 – Gráficos organizados a partir da classificação geral dos anúncios quanto às influências dos movimentos artísticos	175
6.5.1 – Anuário 01 – Gráfico 23	175
6.5.2 – Anuário 02 – Gráfico 24	175
6.5.3 – Anuário 03 – Gráfico 25	176
6.5.4 – Anuário 04 – Gráfico 26	176
6.5.5 – Anuário 05 – Gráfico 26	177
6.5.6 – Anuário 06 – Gráfico 27	177
6.5.7 – Anuário 07 – Gráfico 28	178
6.5.8 – Anuário 08 – Gráfico 29	178
6.5.9 – Anuário 09 – Gráfico 30	179
6.5.10 – Anuário 10 – Gráfico 31	179
6.5.11 – Anuários 01 a 10 – Gráfico 32	180
Conclusão	181
Índice das Pranchas	
Prancha 01 – Grande Texto	77
Prancha 02 – Predominância do Texto	78
Prancha 03 – Grande Ilustração	79
Prancha 04 – Predominância da Ilustração	80
Prancha 05 – Equivalência Texto/Ilustração	81
Prancha 06 – Grande Plano Geral	82
Prancha 07 – Plano Geral	83
Prancha 08 – Plano de Conjunto	84
Prancha 09 – Plano Americano	85
Prancha 10 – Plano Médio	86
Prancha 11 – Plano Próximo	87
Prancha 12 – Primeiro Plano	88
Prancha 13 – Detalhe	89
Índice das Ilustrações	
Ilustração 01 – Hipérbole – Anúncio 09/006	91
Ilustração 02 – Prosopopéia – Anúncio 09/014	92
Ilustração 03 – Metáfora – Anúncio 09/010	93
Ilustração 04 – Paradoxo – Anúncio 07/012	94
Ilustração 05 – Paráfrase – Anúncio 10/023	95
Ilustração 06 – Silepse – Anúncios 05/025 e 05/029	96
Ilustração 07 – Plágio – Anúncio 06/023	97
Ilustração 08 – Citações – Anúncio 08/052	98
Ilustração 09 – Ambigüidade – Anúncio 07/090	99
Ilustração 10 – Dizeres Populares – Anúncio 08/153	100

Ilustração 11 – Referência Verbal – Anúncio010/025	101
Ilustração 12 – Referência Visual – Anúncios 10/030 e 06/042	102
Ilustração 13 – Identidade Própria – Anúncios 01/0430e 08/006	103
Ilustração 14 – Ênfase no Logotipo – Anúncio 08/166	104
Ilustração 15 – Alto Contraste – Anúncio 04/047	105
Ilustração 16 – Ilustração/Desenho – Anúncio 06/014	106
Ilustração 17 – Anúncios 10,/049, 06/019, 10,/050, 06/018	158
Ilustração 18 – Anúncios 08/017, 08/019, 08/018, 06/054	159
Ilustração 19 – Anúncios 05/031, 09/009	160
Ilustração 20 – Anúncios 05/030, 09/005, 06/066, 08/103, 09/068	161
Ilustração 21 – Anúncios 02/011, 08/002, 06/003, 09/069, 08/052	162
Ilustração 22 – Anúncios 09/041, 08/088, 10,/023, 10,/028	163
Ilustração 23 – Anúncios 10/048, 08/016, 04/022	164
Ilustração 24 – Anúncios 08/172, 09/066, 06/058	165
Ilustração 25 – Anúncios 10/007, 10/037, 10/038, 02/008, 07/039, 06/068, 09/058, 01/057, 09/017, 03/004, 01/047, 01/015, 02/050, 03/040	166
Ilustração 26 – Anúncios 08/006, 06/047, 06/046, 08/007, 06/078, 08/030	167
 Índice das Figuras	
Figura 01 – Anúncio Deca – Diagonal	54
Figura 02 – Anúncio Lycra – Grade	54
Figura 03 – Anúncio Walita – Secção Áurea	55
Figura 04 – Anúncio Iane – Eixo de Equilíbrio/Secção Áurea	56
Figura 05 – Anúncio Lãs Cisne - Eixo de Equilíbrio/Sustentação Diagonal/Secção Áurea	57
Figura 06 – Anúncio Azaléia – Eixo de Equilíbrio/Sustentação/ Diagonais de partes recortadas	58
Figura 07 – Anúncio Difusora – Secções Modulares	59
Figura 08 – Anúncio Lycra – Diagonal e Secção Áurea	60
Figura 09 – Anúncio Boucinhas & Campos Consultores S/c Ltda. Diagonais, Eixos de Equilíbrio/Sustentação	61
Figura 10 – Anúncio Walita – Eixo de Equilíbrio/Secção Áurea	62
Figura 12 – Anúncio MPM – Grade	63
Figura 13 – Anúncio 05/027 – Levi's	126
Figura 14 – <i>Turquoise Marilyn</i> , Andy Warhol, 1962	126
Figura 15 – Anúncio 03/013 – Hoechst	127
Figura 16 – <i>Marilyn</i> , Andy Warhol, 1967	127
Figura 17 – Anúncio 08/043 – Teacher's	128
Figura 18 – <i>Tunafish Disaster</i> , Andy Warhol, 1963	128
Figura 19 – Anúncio Air France	129
Figura 20 – Anúncio Air France	129
Figura 21 – Anúncio Air France	129
Figura 22 – Valores Pessoais, René Magritte, 1932	129
Figura 23 – Anúncio 06/066 – Hydra - 1980	130
Figura 24 – No limar da Liberdade, René Magritte, 1929	130
Figura 25 – Anúncio 06/002 – Hilton – 1980 Cubismo -	133
Figura 26 – Salvador Dali – Surrealismo	134
Figura 27 – Anúncio 06/020 Hilton – 1980	134
Figura 28 – Família de Saltimbancos , Pablo Picasso	135

Figura 29 – Anúncio 06/021 – Hilton – 1980	135
Figura 30 – Composição com Vermelho, Amarelo e Azul, 1932	136
Figura 31 – Anúncio 06/022 – Hilton – 1980	136
Figura 32 – Henri Toulouse Lautrec	137
Figura 33 – Anúncio 06/023 – Hilton - 1980	137
Figura 34 – Anúncio 08/031 Pall Mall – 1982	138
Figura 35 – Anúncio 08/032 – Pall Mall – 1982	138
Figura 36 – Anúncio 08/033 – Pall Mall – 1982	139
Figura 37 – Anúncio 08/034 – Pall Mall – 1982	139
Figura 38 – Bolha Amarela, Marcelo Nitsche, 1968	143
Figura 39 – Nota de 2 Dolares (Frente e Verso) – Andy Warhol, 1962 e Anúncio 09/018	146
Figura 40 – Anúncios 06/039, 05/021	147
Figura 41 – <i>Colossal Fagend in Park Setting</i> , Claes Oldenburg	148
Figura 42 – <i>Cigarette</i> , Tony Smith, 1961-1966	149
Figura 43 – <i>Giant Fagend</i> , Claes Oldenburg, 1967	150
Figura 44 – <i>La Salle Blanche</i> , Marcel Broodthaers - 1975	151
Figura 45 – Anúncio 09/033 – Duratex – 1983	152
Figura 46 – Anúncio 09/052 – Vulcatex – 1983	153
Figura 47 – <i>Untitled</i> , Donald Judd, 1965	154
Figura 48 – <i>Monument 1 for V. Tatlin</i> , Dan Flavin, 1964	155
Figura 49 – <i>Trabum</i> , Carl André, 1977	156
Figura 50 – <i>Marrakech</i> , Frank Stela, 1964	157
Figura 51 – Anúncios 08/019 e 07/029	168
Figura 52 – Anúncios 01/032 e 01/019	169
Figura 53 – Anúncios 03/011 e 10,00/041	169
Figura 54 – Anúncios 06/038 e 03/013	170
Figura 55 – Anúncios 10,00/007 e 03/004	170
Figura 56 – Anúncios 06/003 e 07/022	171
Figura 57 – Anúncios 05/048 e 08/037	171
Figura 58 – Anúncios 07/049 e 01/012	172
Figura 59 – Anúncio 06/002	172
Figura 60 – Anúncio 05/030	173
Figura 61 – Anúncios 06/020 e 06/022	173
 Apêndice	 189
 Anexos	 209
 Bibliografia	 365

Introdução

É comum, no meio publicitário, a classificação de peças de propaganda com adjetivação amparada por vocábulos oriundos da terminologia das artes. Assim, o cartaz pode ser expressionista, o anúncio de TV surrealista, a campanha tal tem aspecto barroco, claras citações feitas pela propaganda do desenvolvimento de movimentos das artes plásticas e sua consequência como recuperação da história. É notória a interface arte/propaganda no que diz respeito à identificação de características plásticas, aparência formal, valores culturais, conceituais e mesmo tecnológicos oriundos do desenvolvimento da produção artística.

Os trabalhos que envolvem Arte e Propaganda e suas interfaces nos incitam a entender a porta de entrada das influências da produção artística internacional, que podem diretamente alterar a publicidade brasileira ou, anteriormente, realizar incursões pela produção artística nacional, produção essa que poderá posteriormente vir a ser absorvida pela propaganda.

O estabelecimento de um recorte, para abordagem do tema, requer a compreensão, primeiramente, de que no Brasil dos anos 50 a arte esteve voltada para experiências concretas em São Paulo e Neoconcretas no Rio de Janeiro. Nos anos 60, a Pop Art Internacional esteve mais presente na

produção artística paulista, iniciada pelo POP-Creto de Waldemar Cordeiro, enquanto que no Rio tínhamos a Nova Objetividade Brasileira, onde o Objeto estava carregado de ideologia política, resultado do Golpe Militar de 64.

O caminho da arte brasileira seguiu dividido por estes dois pólos onde, nos anos 70, as novas tecnologias terão sua continuidade no caminho tecnológico já esboçado pelo concretismo paulista. Portanto, se podemos falar de uma relação entre arte brasileira e propaganda, é necessário que abordemos este tema a partir de suas possíveis influências, logo a partir dos anos 70, estudando a gênese da publicidade brasileira nas interfaces escolhidas e seus desdobramentos até as influências pós-modernas dos anos 80.

Porém, antes de tratarmos da interface Arte/Propaganda, apresentaremos nos capítulos iniciais o cenário, o instrumental e os procedimentos técnicos utilizados no desenvolvimento dos anúncios publicitários veiculados por revistas assim como uma amostragem quantificada da diversidade de seus conteúdos temáticos.

CAPÍTULO I

Primórdios da Publicidade

Em meados do século XIX, o excesso de produção de diversos produtos, que não encontravam procura adequada nos mercados próximos, obrigou seus produtores a valerem-se de agentes nos grandes centros urbanos para promoverem a venda de suas mercadorias. Essas mercadorias eram oferecidas para atender possíveis demandas existentes em centros maiores e, geralmente, não produtores desses produtos.

Esses agentes, no princípio profissionais autônomos representando o produtor, compravam espaço nos jornais para publicarem anúncios. Posteriormente, com o aumento das solicitações de atendimento, organizaram-se em empresas, dando início a uma atividade mais planejada. Dessas empresas surgiram as agências de propaganda, as tetravós, evidentemente, das agências tais como as que conhecemos hoje.

Os anúncios impressos, antes disso, já eram freqüentes nos jornais brasileiros, sendo contratados diretamente pelo produtor, comerciante ou profissional liberal. Os primeiros anúncios veiculados nos jornais eram

constituídos apenas de texto, e não passavam de composições tipográficas¹. O tipógrafo era, na maioria das vezes, quem decidia sobre as características principais do anúncio, uma vez que detinha as informações das possibilidades e limitações do processo.

A tipografia utilizava tipos tirados, um a um, de uma caixa de caracteres. Esses tipos eram montados no componidor, equipamento onde é composto o texto do anúncio. Apesar da grande vantagem que a tipografia apresentou em relação às técnicas anteriores, com o passar dos séculos e, devido ao desenvolvimento que ela própria ajudou a criar, os mercados surgidos com a Revolução Industrial demandaram novas opções.

A indústria gráfica teve, portanto, significativo avanço técnico com o aparecimento da litografia², técnica que atraiu para as artes gráficas inúmeros artistas da época como comenta Rodrigues:

“Ela vem mudar completamente o panorama da gráfica do cartaz. Os grandes artistas vão aderir à nova técnica. Gavarni e Daumier são os primeiros. Edouard Manet foi talvez o primeiro a tratar o campo gráfico com características de arte, quando executou o cartaz

¹ Iniciada com Johannes Gutemberg, a Tipografia continuou sendo usada, predominantemente, frente a outras técnicas como a serigrafia, a litografia e a xilografia até a contemporaneidade, dado à facilidade de impressão de textos utilizando tipos móveis de metal reutilizáveis.

² “A invenção da litografia por Alois Senefelder (1796-1798) possibilitou um grande desenvolvimento à arte do cartaz. A impressão sem o clichê com relevo permitiu edições de grande tiragem, preço vantajoso, grandes formatos e uma gama enorme de tons, isto é, podia-se imprimir desde o negro ao mais claro dos cinzas em uma única impressão. Em 1827, a cromolitografia vem contribuir com uma técnica viável para impressão a cores pelo processo litográfico.” RODRIGUES, E.J. *O Cartaz em São Paulo*. São Paulo: Departamento de Informação e Documentação Artísticas, 1980, p. 27.

*que divulga o livro Les chats, em 1869. Se Manet introduziu a arte, Jules Chéret introduziu a linguagem no cartaz. Foi ele quem primeiro valorizou o motivo principal do cartaz, utilizando-se das cores e do campo gráfico, no sentido de evitar efeitos secundários. Produziu mais de mil cartazes. Em Paris, Toulouse Lautrec sem dúvida foi o artista que maior contribuição criativa trouxe ao cartaz. Ninguém como ele conseguiu maior compatibilidade entre o texto e a ilustração”.*³

O norte americano Richard Roc, em 1846, coloca no mercado a primeira rotativa para impressão que, conjuntamente com a invenção do linotipo⁴ por Ottmar Mergenthaler em 1867, agiliza a impressão e domina o cenário gráfico até meados do século passado.

Neste mesmo período dá-se o surgimento da fotografia⁵ que, nas décadas seguintes, altera a prática das artes gráficas; a gravação de clichês

³ RODRIGUES, E.J. *O Cartaz em São Paulo*. São Paulo: Departamento de Informação e Documentação Artísticas, 1980, p. 70.

⁴ A máquina linotipadora, surgida no final do século XIX, é composta por um teclado que, acionado por um operador, o linotipista, faz com que as formas correspondentes aos caracteres deslizem, uma após outra, compondo uma linha de texto. Esta linha de texto, constituída por formas que têm em seu bojo o volume negativo dos tipos, ou caracteres, se posiciona à frente de uma janela que se comunica com um recipiente abastecido com uma liga de estanho e chumbo em fusão. Esta liga metálica é injetada no espaço da linha composta pelas formas/caracteres que compõem parte do texto e, após resfriamento, é deslocada para um canal com a mesma largura da coluna de texto que vai sendo formada pela sequência de linhas digitadas.

⁵ “Em meados do século XX, cuja avassaladora revolução tecnológica produz intermináveis milagres eletrônicos, a fotografia também passou a ocupar uma posição inquestionável... “Foi só nos primórdios do século XX que o pleno impacto da fotografia sobre a comunicação se tornou uma realidade.” DONDIS, Donis A. *Sintaxe da Linguagem Visual*. São Paulo: Livraria Martins Fontes Editora Ltda., 2000, p. 213

torna possível a reprodução de imagens fotografadas⁶. A reprodução impressa de meios-tons e do *dégradé* contínuo da fotografia também é facultada aos desenhos, às ilustrações e à pintura.

O desenvolvimento das técnicas publicitárias dá-se pela incorporação das práticas inerentes às descobertas e invenções acontecidas desde meados do século XIX.

A propaganda se orienta, historicamente, para atingir grandes públicos e, a partir do início do século XX, sofre profundas alterações nas suas manifestações através de veículos gráficos. Isto se dá por influência do Cubismo, iniciado em Paris por Picasso e Braque, ou pelas experimentações de imagens fotográficas que começam a atingir olhares antes habituados apenas a desenhos e pinturas.

A primeira metade do século XX apresenta-se com um encadeamento de movimentos artísticos: Cubismo, Suprematismo, Construtivismo, Dadaísmo, Neoplasticismo, Futurismo, Surrealismo, Art Déco, Bauhaus. Junte-se a isso a eclosão de duas guerras mundiais, além de outras menores, que sacodem a Europa e abalam o mundo. A energia elétrica, a fotografia, o automóvel, o avião, a telefonia, o cinema, o rádio, o fonógrafo, os eletrodomésticos, o

⁶ A reprodução gráfica impressa dos meios tons da fotografia foi possibilitada no ano de 1853 pela descoberta de Talbot de um processo que permitia através da utilização de retículas (placas de cristal com uma trama de sulcos gravados) "...a reprodução descontínua, isto é, a decomposição da imagem em pequenas partes". CARRAMILLO NETO, Mário. *Contato Imediato com Produção Gráfica*. São Paulo: Global Editora e Distribuidora Ltda., 1987, p. 88.

gravador de som, a radiofoto, o teletipo, o *offset* e a televisão integram-se à vida das pessoas e dos artistas. A era da máquina sucede a era da natureza.

Outros tantos acontecimentos caminham num desfile de novas oportunidades que vão da arquitetura de Frank Lloyd Wright à publicação de *A Interpretação dos Sonhos*, por Sigmund Freud, passando pela enunciação da Teoria da Relatividade de Albert Einstein.

Na área publicitária, especificamente, a influência norte-americana pode ser notada desde as primeiras décadas do século XX⁷ intensificando-se nos anos 30, caminhando a passos largos no pós-guerra, e intensificando-se com a industrialização e a chegada das multinacionais.

No capítulo seguinte abordaremos acontecimentos importantes do decênio para o desenvolvimento da propaganda brasileira.

⁷ “Desde o final da década de 20 e início da década de 30 que as agências internacionais de publicidade começaram a chegar no Brasil trazendo novos profissionais, técnicas inovadoras e outros conceitos de trabalho no setor.(...) Na luta por maiores fatias do mercado, iniciou-se a internacionalização das agências de publicidade, um negócio rentável, entusiasmando proprietários de grandes agências nacionais.” *A Internacionalização da Publicidade Brasileira*, Débora Cristina Tavares – UMESP, no XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Campo Grande – MS

CAPÍTULO II

A grande diversidade de produtos novos no mercado, proporcionada pela implantação de um parque industrial no país, tem na experiência correlata do desenvolvimento da indústria gráfica uma equivalência comprovada.

2.1 A década de 70

O início da década de 70¹ foi um período de grande desenvolvimento para as Artes Gráficas, caracterizado por um avanço na qualidade da impressão em geral, avanço este superado somente pela total informatização da área ocorrida nos anos 80/90². O sistema *offset*, inteiramente consolidado, já se fazia presente na impressão de grandes jornais. Em 1973 o jornal A Folha de São Paulo colocava em funcionamento um maquinário de última geração

¹ No início da década de 70 o Brasil encontrava-se sob a obscuridade da ditadura militar instalada com o golpe de 64.

² “Podemos considerar que, até o ano de 1995, os chamados *layoutmans* produziam os *layouts* à mão, desenhando tipologias e fotos por intermédio de técnicas de desenhos rápidos e bem finalizados, mas, com as novas tecnologias da informática, o *layout* que era produzido, em sua maioria, artesanalmente passou hoje a ser feito com a ajuda de avançados *softwares* gráficos”. BERTOMEU, J.V.C. *Criação na Propaganda Impressa*. São Paulo: Editora Futura, 2002, pp. 71/72).

com capacidade para imprimir 1,5 milhão de exemplares, apesar de sua tiragem não atingir 400 mil.

A fotolitografia descaracterizava, há muito tempo, a aparência tipográfica das matérias e anúncios. Os anos 60³, com as agências altamente especializadas por opção feita, anteriormente, pelo modelo norte-americano, tinham consolidado o uso de fotografias que se equilibravam com as áreas de textos, numa versão chamada, no jargão publicitário da época, de “saia e blusa”.

Além dos jornais, as revistas de informação ganharam qualidade de impressão, e esta melhora estampou-se também na aparência dos anúncios veiculados.

O conteúdo desses anúncios expressava bem as transformações que ocorreram neste período. Fraldas descartáveis, maionese com limão, o primeiro cigarro em carteira flip-top, banheiras de hidromassagem eram anunciados como novidades, e os primeiros adoçantes artificiais, misturadores de água quente e fria eram apresentados ao público.

³ “Na década de 1960, a confecção de produção publicitária deixou definitivamente de ser arte para se tornar técnica. Buscou-se a imagem, as cores, formas e linguagem dentro da tecnologia e capacitação técnica disponível como forma de chamar a atenção e levar o público alvo a se persuadir por si próprio. A comunicação se tornou mais especializada por empregar construções frásicas embutidas ou complementadas por imagens para decidida leitura verbal e não verbal”. FREITAS, O.E.M.de. *A Busca do Fator Persuasivo na Publicidade Impressa*. São Paulo: Tese de Doutorado – USP, 2000, P.129.

Além disso, Aracy Balabanian podia anunciar sorrindo: “Emagreço com segurança porque uso AYDS.”⁴

Neste período, a Editora Abril aprimorou seu parque gráfico importando máquinas e técnicos da Itália, sendo que estes, depois de terminado o trabalho de instalação e treinamento, incorporaram-se à empresa ou foram absorvidos pelo mercado, alguns sendo contratados como instrutores pelo Senai, colaborando na formação de mão-de-obra qualificada.

Inúmeros eventos pontearam o início da década contribuindo para a evolução da arte em geral e particularmente da produção gráfica. Dois deles merecem destaque especial: a exposição da Bauhaus⁵ e a mostra do Push Pin Studio⁶, ambos ambientados no Masp, Museu de Arte de São Paulo, em 1973.

2.2 O Clube de Criação de São Paulo

Em 1975⁷, o Clube de Criação de São Paulo começa a publicação de seus anuários, empreendimento vitorioso, como há muito tempo se faz notar,

⁴ Revista Desfile, nº 80/maio de 1976, em suas páginas 34, 95 e 147.

⁵ A Bauhaus, importante escola criada na Alemanha, no primeiro quarto do século XX, por Gropius, Albers... entre outros, meio século depois chamava a atenção do mundo, como ainda hoje surpreende nossos jovens.

⁶ Push Pin, importante estúdio norte-americano de criação, liderado pelo designer e artista plástico Milton Graiser.

⁷ A repressão chegava ao máximo e o que era escondido nos porões passava às páginas dos jornais com a morte de Wladimir Herzog e Manuel Fiel Filho. Ernesto Geisel, o general-presidente da distensão lenta e gradual, enfrentava os falcões demitindo o general Ednardo D'Ávila Mello, do Comando do 2º Exército, e Sílvio Frota do ministério da Guerra.

possibilitando o registro organizado dos trabalhos selecionados e avaliados por um júri formado por profissionais renomados.

Na apresentação do Anuário nº 1 lemos:

”O importante, nesta altura, também não é adivinhar se o anuário vai virar um best-seller ou não. O importante é que o Clube de Criação de São Paulo, fomentador, com muita honra, do movimento ideológico de valorização profissional da criação, está colocando nas prateleiras o seu mais requintado produto.” (Anuário 1, 1975, p. 7)

No entanto, é oportuno lembrar que a sua criação acontece como uma reação à idéia de que a criatividade estava em baixa, como podemos concluir pelo que lemos no texto de apresentação:

“...um grupo de profissionais brasileiros ouviu em Nova Iorque, Jack Trout e Al Ries afirmarem que o posicionamento⁸ dispensava a criatividade. Antes disso, porém, a necessidade gregária já havia tentado inutilmente criar um clube, à semelhança de muitos outros existentes nas grandes cidades modernas. ...Os homens de criação do Brasil vinham acompanhando a propaganda americana há muitos anos e haviam assistido ao início da verdadeira revolução criativa de Bill Bernbach, lá pelos idos de 1955, quando os anúncios da Volkswagen e da Avis, assinados pela DDB, começaram a falar a verdade sobre produtos anunciados, dispensando os adjetivos elogiosos e grandiloqüentes que eram até então marca registrada dos anúncios. O

⁸ O Posicionamento surgia como a novidade da época.

automóvel “feio e pequeno” e a locadora de automóveis “segunda do mercado e por isso obrigada a fazer o melhor”, já haviam influenciado o grande número de publicitários brasileiros de forma incisiva. ...Até que no início de 1975, as discussões em torno dos problemas que a tecnocracia estavam impondo à criatividade, tornaram claro que o ambiente profissional estava amadurecido para a nova entidade e seu objetivo principal este anuário.” (Anuário 1, 1975, p. 8)

Em sua terceira edição, o que representava o Anuário nas palavras de seu presidente Jarbas José de Souza:

“Hoje, este nosso anuário representa, acima de tudo, um meio de consulta para saber quem são os profissionais que mobilizam a inteligência, a criatividade, quem são as agências que possuem esses talentos, e quem são os anunciantes que compram essa inteligência da nossa propaganda.” (Anuário 2, 1977)

Nas décadas seguintes, o Anuário do Clube de Criação de São Paulo se firmou como a mais importante publicação da produção publicitária brasileira.

Os homens de criação registram nos Anuários a qualidade do trabalho de criação publicitária desenvolvido no país.

As publicações sucedem-se e o Clube de Criação de São Paulo chega em 2003, ininterruptamente, à edição do 28º Anuário.

2.3 A Escolha dos Primeiros Anuários

A escolha dos dez primeiros anuários como ponto de partida para o trabalho deve-se às características técnicas encontradas nas peças elaboradas nesse período, tratando-se do primeiro registro organizado das artes visuais aplicadas e dos últimos anos da realização desse trabalhos gráficos em pranchetas, da mesma maneira como vinha sendo há décadas. Nos anos seguintes, com a popularização dos computadores, se fez notar uma revolução nas performances dos estúdios de criação, colocando à disposição dos designers gráficos uma parafernália de ferramentas, que se renovariam com uma rapidez espantosa e com novidades aparentemente inesgotáveis.

A escolha do período que antecede à informatização da elaboração de peças gráficas, entre as quais incluem-se as publicitárias, deve-se à oportunidade de analisarmos também as possíveis influências dos movimentos da arte ocorridas até esse momento. As performances artísticas possibilitadas pelo uso dos *softwares* para desenho e pintura, ocorrido na década seguinte, criaram outras bases para o processamento das várias etapas do trabalho. No entanto, no período 1975/1984 registrado pelas publicações do Anuário do Clube de Criação de São Paulo, os anúncios de revista eram processados através de técnicas muito parecidas com as ditas artísticas. Na fase inicial que encerrava em si o processo criativo, materiais como lápis, giz pastel, carvão, aquarela, óleo, acrílica simulavam as imagens e textos que no final

apareceriam como fotos, ilustrações e caracteres. Este procedimento técnico valia-se da simulação das técnicas de finalização, trazendo muita agilidade ao processo, uma vez que o *layoutman* resolvia na prancheta todas as operações economizando equipamentos e materiais. Estes profissionais, habilidosos ilustradores, geralmente vinham de formação autodidata, ou tinham freqüentado na adolescência algum curso específico⁹. Na maioria das agências, o *layoutman* trabalhava junto a um redator, formando uma dupla de criação, e ambos assumiam o trabalho depois da discussão do briefing. Esse trabalho tinha a supervisão do Diretor de Arte que era responsável pela aprovação, por parte da agência.

No capítulo seguinte demonstraremos as condições técnicas que ampararam o desenvolvimento dos trabalhos referidos acima.

⁹ No final da década de 60, Arturo Luiz Carrion organizou, para o Senac – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial de São Paulo, os primeiros cursos na área de Comunicação e Propaganda. Também é dessa época a criação da Escola Panamericana de Arte.

CAPÍTULO III

Neste capítulo apresentaremos as fases da elaboração do anúncio publicitário desde a encomenda do cliente-anunciante até o fornecimento dos fotolitos para impressão no veículo de comunicação.

3.1 Peculiaridades da Produção Gráfica no período 1975-1984

A produção gráfica neste período tem, predominantemente, técnicas anteriores à informatização, sendo executada no princípio manualmente e completada por processos fotomecânicos.¹

O desencadeamento do processo de produção de uma peça publicitária, como é comum a todas as modalidades de arte aplicada, depende de uma encomenda. Nesse caso, entende-se por encomenda a solicitação que uma empresa comercial ou industrial faz a uma agência de propaganda para a criação de uma campanha publicitária, divulgando um produto ou mesmo um

¹ Fotomecânico é o processo que permite a elaboração de fotolitos que são usados na gravação de matrizes gráficas para reprodução de caracteres e imagens.

serviço. As várias peças que comporão a campanha publicitária, entre elas o anúncio de revista, objeto de nossa análise em capítulos posteriores, são tratadas por vários profissionais, entre eles o leiautista (*layoutman*), o *designer* gráfico².

3.1.1 *Briefing*

A elaboração de um anúncio inicia-se com base no *Briefing*³, ocasião em que são discutidas exaustivamente as possibilidades dos conteúdos a serem abordados na criação.

3.1.2 *Idéia*

A *Idéia* – a fase da criação – encerra o significado que melhor exprime o ponto inicial do processo, que será desenvolvido em direção à finalização pretendida para o trabalho. A *idéia* deve concretizar-se rapidamente em vários “*roughs*”⁴.

3.1.3 *Rough*

² Na explicação de Donis A. DONDIS: “De modo como o conhecemos hoje, o *designer* gráfico só surgiu durante a verdadeira Revolução Industrial do século XIX, quando a sofisticação das técnicas de impressão e de confecção de papéis permitiu a criação de efeitos decorativos mais criativos na manipulação do texto e das ilustrações.” *In: Sintaxe da linguagem Visual*. São Paulo: Livraria Martins Fontes Editora Ltda., 2000, p. 206.

³ Do inglês, a flexão do verbo *to brief*, resumir, o *briefing* é a apresentação escrita, onde são inventariados sumariamente os objetivos da campanha publicitária, assim como as características principais do produto ou serviço.

⁴ Do inglês áspero, grosseiro, que poderia ser substituído pelo nosso bom e velho esboço.

O *Rough*, segunda fase da criação, esboço onde se procura materializar formas, anteriormente imaginadas, que contêm a estrutura da composição, possibilita o desenvolvimento da idéia. Donis A. Dondis assim se refere ao esboço:

*“Embora o esboço do design gráfico seja comparável ao esboço na pintura e na escultura, ele é mais literal. É muito útil para o designer em sua busca preliminar das possíveis soluções para um trabalho impresso, oferecendo-lhe a oportunidade de procurar, com grande liberdade, inúmeras variantes e modificações, ao longo de uma concepção visual única ou de uma série de alternativas temáticas”.*⁵

As várias possibilidades proporcionadas pelo registro rápido de esboços apresentam várias alternativas para a execução do layout.⁶

3.1.4 Layout

O *Layout*, a terceira fase do processo, o ponto alto da criação, pode ser entendido como a sugestão aprimorada do resultado que se pretende na arte final. O layout, neste período, exigia um domínio de técnicas especiais por parte do designer, que deveria simular, através de pinceladas executadas com diferentes materiais – guache, aquarela, ecoline etc – as manchas relativas ao texto e às ilustrações. Essas manchas consistiam em simulações dos

⁵ DONDIS, Donis A. *Sintaxe da Linguagem Visual*. São Paulo: Livraria Martins Fontes Editora Ltda., 2000, p. 207.

⁶ Expressão inglesa, essa sim de difícil substituição, que ao pé da letra quer dizer pôr para fora, pode ser entendida como sugestão aprimorada do resultado que se pretende na finalização do trabalho.

caracteres a serem empregados na composição dos blocos de textos e em representações da ilustração, fosse ela uma fotografia ou uma pintura. Protegendo o layout, o *overlay* consistia em uma folha de papel vegetal que recebia anotações complementares, determinando especificações para a arte final, além de informações quanto a modificações posteriores à aprovação. O resultado do *layout* deveria convencer o contratante, que aprovaria, ou não, a sequência imediata do trabalho, os preparativos para a arte final⁷.

3.1.5 Arte Final

A quarta fase, a elaboração da arte final, depende da fusão do trabalho de vários produtores que atenderão a determinações do *layout*, fornecendo textos e ilustrações, montados em operação chamada *paste-up*⁸. Nessa época, o serviço de *paste-up* executado em prancheta de desenho, utilizava cola benzina, estiletes, cartões Duplex, Triplex ou Supremo que, montados em várias camadas, resultavam na denominada prancha rígida.

3.1.6 Impressão

A impressão, quinta fase do processo, a mais técnica e industrial, inicia-se nas providências para a preparação dos originais, fotografados em

⁷Finalização do trabalho que seguirá para preparação da impressão.

⁸Do inglês, *paste-up*, o ato de colar, montar com cola.

máquinas especiais fotomecânicas⁹. Os filmes negativos são impressionados pela exposição à luz e, em seguida, montados, combinados, contatados dando origem ao fotolito¹⁰ final, chamado, na época, de filme limpo, que será empregado na gravação de matrizes metálicas.

O filme limpo, geralmente convertido em positivo, é o resultado de todas as operações de montagem de negativos, combinações de *bendays*, retículas, aplicações de fotografias em meio tom, desenhos a traço. Nos trabalhos em quadricromia é constituído de quatro de camadas de filme, uma para cada cor primária de tinta de impressão - magenta, ciano e amarelo – e uma para o preto.

Este sistema de cores pigmentárias, chamado Subtrativo¹¹, é representado pela sigla *CMYK*, onde C representa Cian (Azul), M Magenta, Y Yellow (amarelo) e K Black (preto) na impossibilidade de se usar o B, já consagrado para Blue (Azul) no sistema Aditivo¹² *RGB*, que representa a cor-luz, onde, ainda, R representa Red (vermelho) e G, Green (verde).

⁹ As máquinas utilizadas para fotografar originais, onde a arte final era colocada em uma base à frente da objetiva. Na parte superior, por uma janela, eram conferidos o foco e as dimensões pretendidas, exatamente no vidro onde seria colocado o filme a ser fotografado.

¹⁰ Nome da matriz gravada com luz, em pedra ou chapa metálica, mas, comumente, utilizado para denominar os filmes fotográficos que geravam essas matrizes.

¹¹ “As cores misturam-se com efeito subtrativo. O amarelo quando recebe o ciano perde parte de sua luminosidade, refletindo a cor verde. Se a essa mistura acrescentarmos o magenta o resultado será a subtração total, o preto”. FERNANDES, C. R. *Classificação de Primárias e Secundárias, uma contribuição ao Ensino da Cor*, Dissertação de Mestrado, UNICAMP. Campinas: 1995, pp 29/30.

¹² “Vermelho, verde e azul são consideradas cores primárias da luz, isto é, a luz branca subdivide-se nessas três. Podemos dizer que o vermelho corresponde a um terço da luz branca

A Quadricromia requer uma operação especial na fase de preparação dos fotolitos, operação esta denominada seleção de cores, na qual o original colorido, fotografia ou pintura é fotografado com a utilização de filtros especiais.

O filtro vermelho seleciona o ciano, ou seja, através dele passarão os raios magenta e amarelo que impressionarão o filme negativo. Na reversão para o positivo, esta área corresponderá ao ciano. O filtro verde separa o magenta, pois permite a passagem do amarelo e do ciano, que marcarão o filme negativo. Na obtenção do positivo esta área marcada corresponderá ao magenta. O mesmo acontecerá com a utilização do filtro Azul, que deixará passar magenta e ciano, deixando opaca a área correspondente a essas cores no negativo e transparente a área equivalente ao amarelo que será revertida no positivo¹³. Além destas três seleções, para completar a operação, fotografa-se mais uma vez o original, sem nenhum filtro, para o registro do preto.

A quadricromia, portanto, é uma tricromia¹⁴ com o acréscimo do preto, que servirá para reforçar as variações cromáticas do original reproduzido.

e se a ela adicionarmos o verde, também um terço da luz branca, obteremos o amarelo, uma cor formada com o equivalente a dois terços da luz branca. Se ao amarelo acrescentarmos o azul (um terço) atingiremos a adição máxima do branco (três terços).” Idem.

¹³ “Tecnicamente, para se conseguir a decomposição das três cores, fotografa-se do original três negativos distintos, interpondo filtros apropriados” CARRAMILLO NETO, Mário. *Contato Imediato com Produção Gráfica*. São Paulo: Global Editora,. 1987. p. 100.

¹⁴ Na tricromia, o preto é o produto da combinação Ciano, Magenta e Amarelo, que resulta insatisfatório devido à qualidade dos pigmentos, variação de entintamento na impressão ou deficiência da seleção de cores.

Com o jogo de filme limpo são gravadas as matrizes, chapas metálicas utilizadas nas máquinas ofsete ou os cilindros da rotogravura¹⁵, finalizando o processo de impressão.

No capítulo seguinte apresentaremos os elementos estruturais que são usados na composição do anúncio.

¹⁵“O processo apresenta uma vivacidade de cor e contraste bem mais acentuada que os outros processos de impressão e, sendo um processo rotativo, permite alta velocidade, facilitada pela rápida secagem da tinta a qual tem como veículo solvente químico (xilol, toluol). A alta tecnologia e o alto custo de confecção das matrizes restringem o sistema às altas tiragens.” CARRAMILLO NETO, Mário. *Contato Imediato com Produção Gráfica*. São Paulo: Global Editora,. 1987.p. 177.

CAPÍTULO IV

Os elementos estruturais da composição do anúncio são apresentados neste capítulo como similares àqueles usados em qualquer trabalho gráfico. No seu final, apresentaremos peças publicitárias analisadas com a identificação da estrutura utilizada.

4.1 Elementos estruturais

Os elementos estruturais são recursos gráficos que o artista utiliza na preparação de um trabalho, procurando obter uma aparência/aspecto de simetria/assimetria, regularidade/irregularidade, simplicidade/complexidade, unidade/fragmentação, economia/profusão, minimização/exagero e outras tantas, como afirma Donis A. Dondis, completando:

“Seria impossível enumerar todas as técnicas disponíveis, ou, se o fizéssemos, dar-lhes definições consistentes. Aqui, como acontece a

cada passo da estrutura dos meios de comunicação visual, a interpretação pessoal constitui um importante fator.”¹

A composição, no entanto, é muito analisada com foco nas Artes Plásticas, e é dessa análise que nos apropriaremos uma vez que o desenho gráfico, fundamentador da arte publicitária, utiliza os mesmos elementos do instrumental técnico e artístico para se consubstanciar.

Sobre um destes elementos, a secção áurea , DOCZI comenta:

“Leonardo, como também muitos mestres da Renascença, era um grande estudioso das proporções harmônicas, e chegou a ilustrar o livro sobre a secção áurea que o matemático Luca Pacioli escreveu, Divina Proportione, publicado em 1509 (fig. 143). Leonardo resumiu seus estudos sobre essas proporções com palavras notáveis: ‘...toda parte tem em si a predisposição de unir-se ao Todo, para que assim possa escapar à sua própria imperfeição’ ”²

A composição vale-se de elementos que são próprios da geometria plana, pontos e linhas encontrados, portanto, no plano, podendo utilizar um ou vários deles, aproveitando suas denominações. Além disso, cria uma estrutura para apoiar os elementos da composição, nominando as linhas imaginárias necessárias: Diagonais, Centro físico, Eixo de Equilíbrio, Eixo de Sustentação,

¹ DONDIS, Donis A. *Sintaxe da Linguagem Visual*. São Paulo: Livraria Martins Fontes Editora Ltda., 2000, p. 140.

² DOCZI, G. *O Poder dos Limites. - Harmonia & Proporções da Natureza Arte e Arquitetura*. São Paulo: Editora Mercuryo Ltda, 1990, p. 95.

Secção Áurea, Linha Dourada, Centro Visual ou Ótico e Margens, como encontramos em BALDOVI, FERNANDES, FREIRE.³

4.1.1 Diagonal

Diagonal é a linha que cruza a área do suporte, de um ângulo até seu oposto. No cruzamento das duas diagonais localiza-se o Centro Físico.

4.1.2 Centro Físico

O Centro Físico corresponde ao centro do suporte e por ele passam o Eixo de Equilíbrio e o Eixo de Sustentação, além das Diagonais que o determinaram.

4.1.3 Eixo de Equilíbrio

O Eixo de Equilíbrio é representado pela linha vertical imaginária que, passando pelo Centro Físico, divide a área do suporte em duas partes iguais.

4.1.4 Eixo de Sustentação

O Eixo de Sustentação é representado por uma linha horizontal imaginária que passa pelo centro físico, cruzando o Eixo de Equilíbrio. Ele separa o suporte em duas partes iguais e, em quatro partes iguais, quando apresenta-se junto com o Eixo de Equilíbrio.

4.1.5 Secção Áurea

³ BALDOVI, J.M., FERNANDES, C.R., FREIRE, W. Manual do Cartazista. Rio De Janeiro: Departamento Nacional do SENAC, 1982, pp. 31 a 40.

A Secção Áurea⁴ divide a área do suporte em partes desiguais, sendo essa divisão desigual determinada pelo Número Áureo⁵, correspondente a 0,618, que resulta da divisão da medida do lado menor pela medida do lado maior do Retângulo Áureo⁶. A linha que representa a Secção Áurea é chamada Linha Dourada.

4.1.6 Centro Visual

O Centro Visual ou ótico é o ponto determinado pela intersecção do Eixo de Equilíbrio com a Secção Áurea.

4.2 Análise dos anúncios com base nos Elementos Estruturais

Nas páginas seguintes demonstraremos a genópsia de anúncios, ou seja o estudo dos elementos estruturais que deram origem às composições.

4.2.1 Genópsia

O termo genópsia foi criado para atender, neste trabalho, a necessidade de nominar o estudo dos elementos estruturais utilizados para o desenvolvimento do projeto gráfico, ou seja os pontos de apoio da construção

⁴Secção Áurea é determinada pelo Número Áureo.

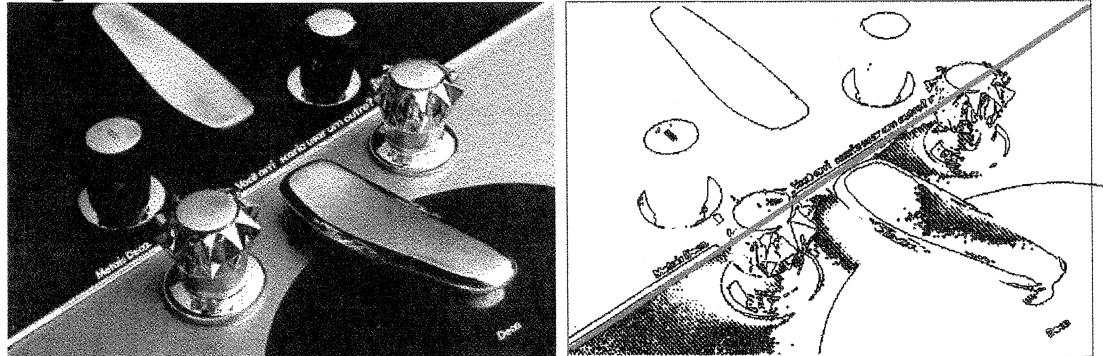
⁵ Número Áureo, próximo a 0,618, é obtido pela divisão do menor pelo maior dos seguintes pares : 5/8, 8/13, 13/21, 21/34 etc

⁶ Retângulo Áureo, aquele cujos lados têm a proporção equivalente a 5:8.

plástica do anúncio, onde se distribuem as massas dos elementos visuais, texto e ilustração.

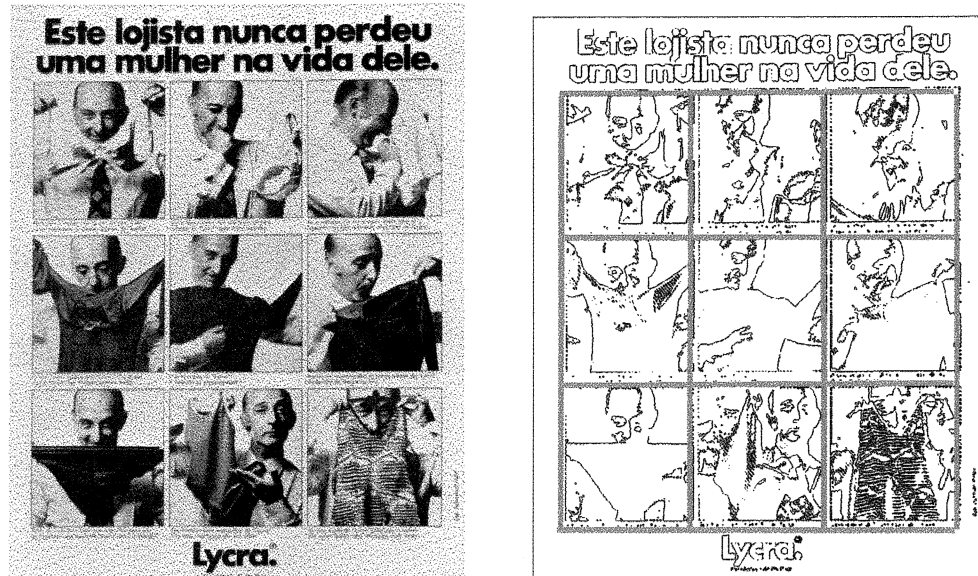
O trabalho efetiva-se da seguinte forma: toma-se o anúncio que se pretende analisar e projeta-se sobre ele as linhas que determinam os elementos estruturais até se encontrar as correspondências existentes. Vejamos nas páginas seguintes os exemplos onde demonstramos o resultado de várias análises em que aparecem diversos casos de utilização dos elementos estruturais, ou a coincidência de distribuição das massas das partes da composição incidindo sobre os referidos elementos.

Figura 1



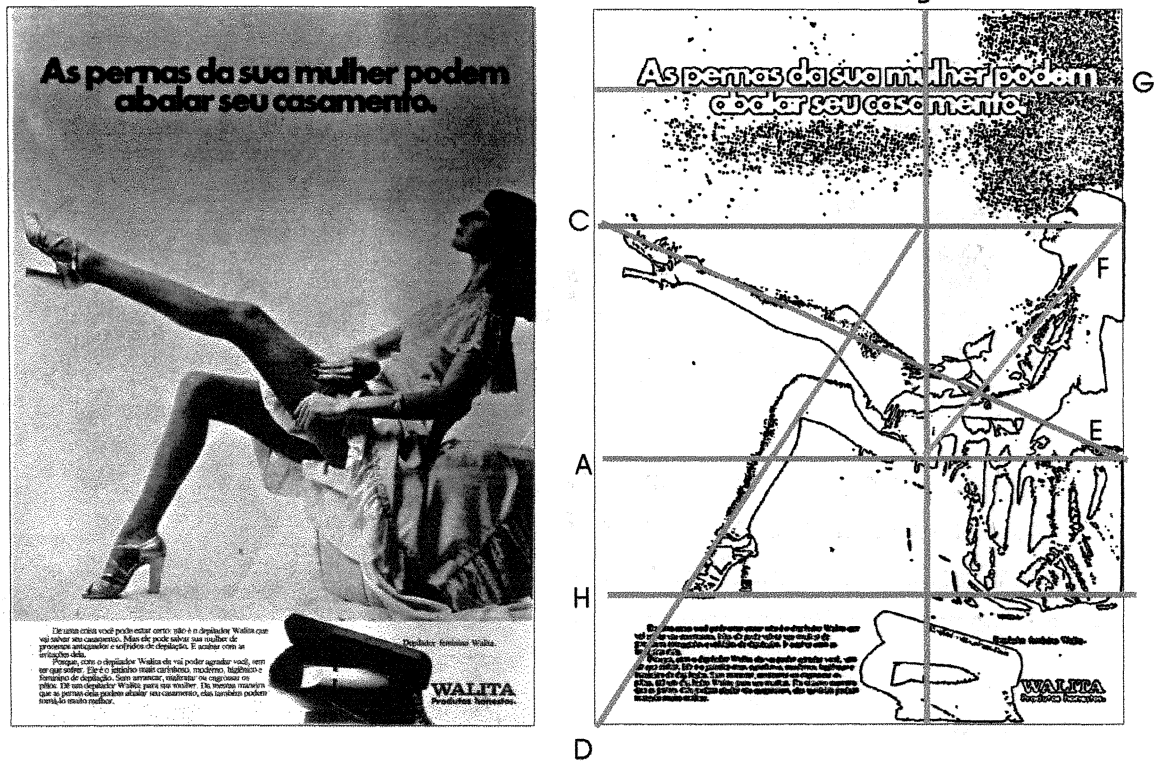
Neste anúncio , resolvido por uma grande foto, onde os componentes do produto estão dispostos assimetricamente, sendo a diagonal o elemento estrutural principal da composição. Um leve deslocamento para cima e para esquerda permite a colocação da marca no canto direito baixo (A)

Figura 2



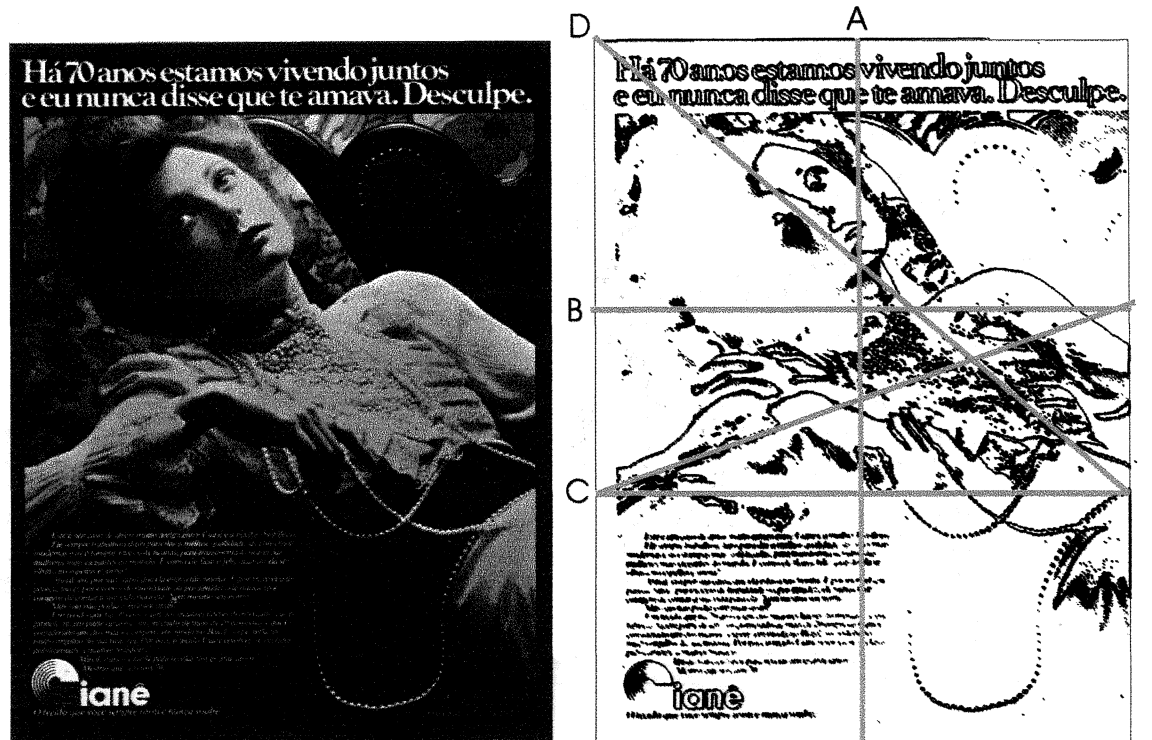
A Simetria predomina neste anúncio, em que a repetição das imagens foi planejada de forma regular com o uso de uma grade auxiliar, sendo encimado pelo Título, e assinado embaixo pela centralização do logotipo

Figura 3



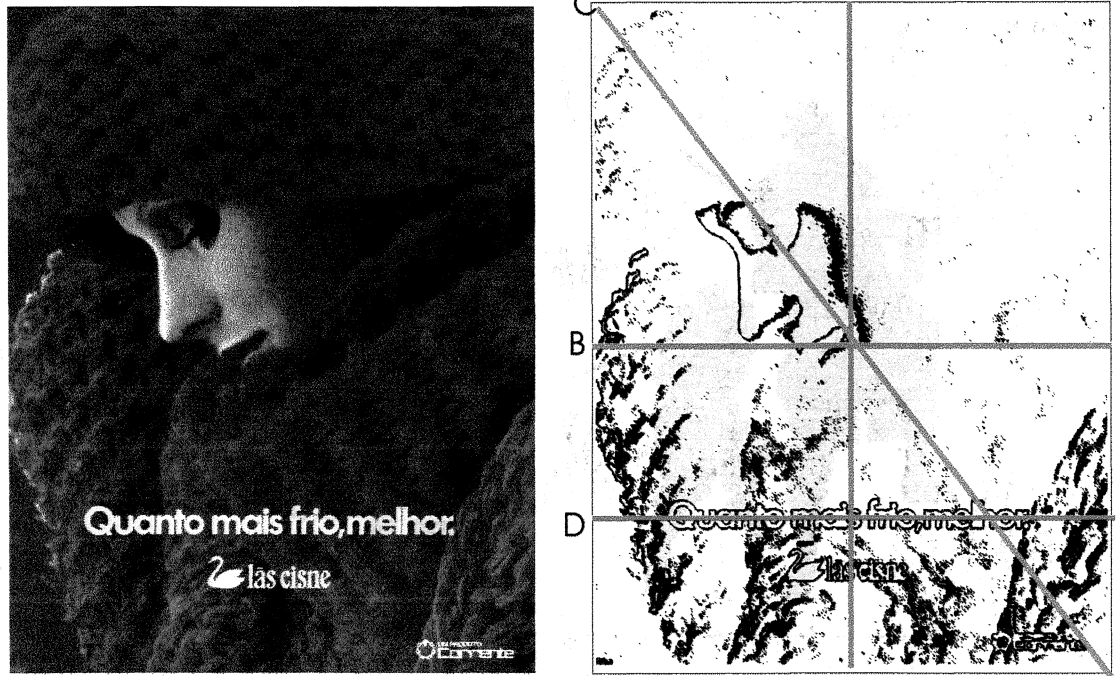
Na composição acima traçamos as secções A, B e C. Do canto esquerdo baixo traçamos D em direção ao encontro de C e B. Da extremidade direita de A, traçamos E até C, do lado esquerdo. Do encontro de A com B, traçamos F até a o lado direito de C. Observando o resultado das linhas traçadas em relação à imagem do anúncio notamos que a figura está apoiada na secção áurea, determinada por A, tendo a sua perna esquerda apontada para a secção C e a direita para o canto esquerdo baixo D. Sua cabeça aponta a extremidade direita da secção C. O texto do anúncio posiciona-se sobre H, que corresponde à secção áurea do segmento menor determinado pela secção C. O pé e o assento apoiam-se em H que corresponde à metade do segmento menor determinado pela secção A.

Figura 4



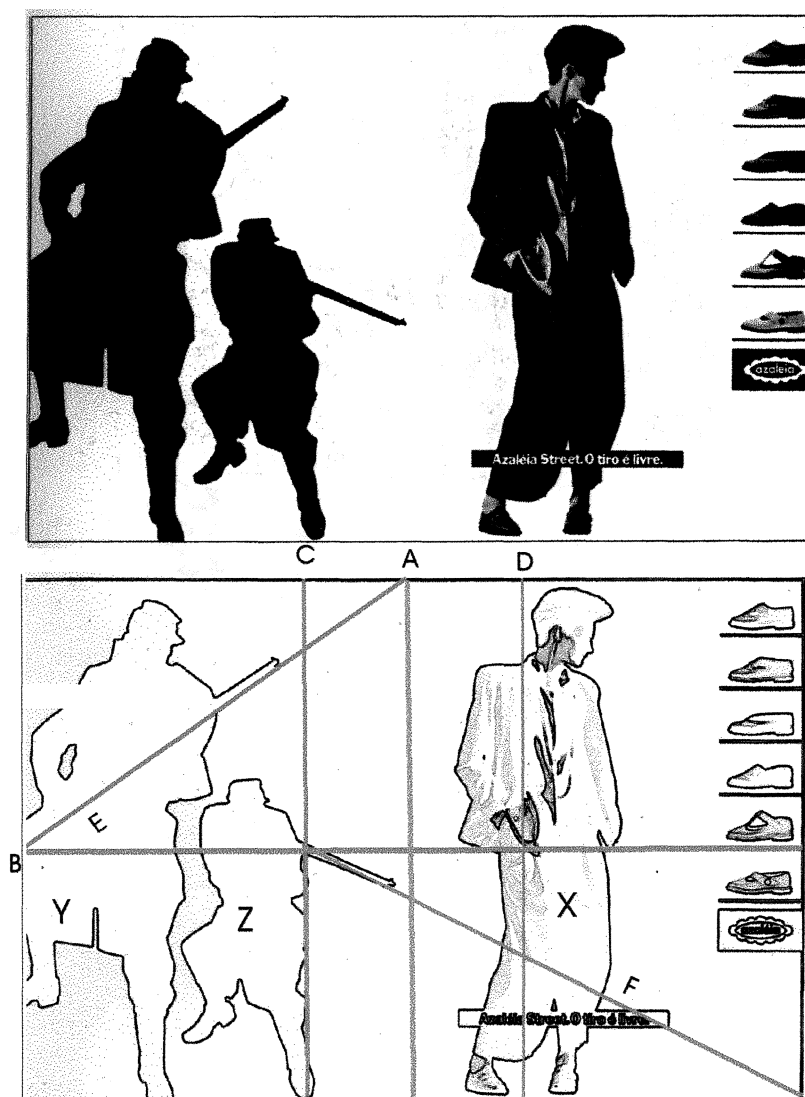
Na composição acima traçamos o eixo de equilíbrio A e as secções B e C. Do canto esquerdo alto traçamos D em direção à extremidade direita de C. Da extremidade direita de B, traçamos E até a extremidade direita de C. Analisando o resultado do traçado em relação à imagem do anúncio percebemos a figura da mulher inclinada com sua cabeça apontando o canto esquerdo alto do suporte..O Título encima o anúncio, estendendo-se na sua largura , alinhado à esquerda. O texto do anúncio também alinhado à esquerda e vazado sobre área escura da ilustração, posiciona-se sobre a metade esquerda da área determinada pela seção áurea na parte inferior. O logotipo e o slogan do produto encerram a mensagem também alinhados à esquerda.

Figura 5



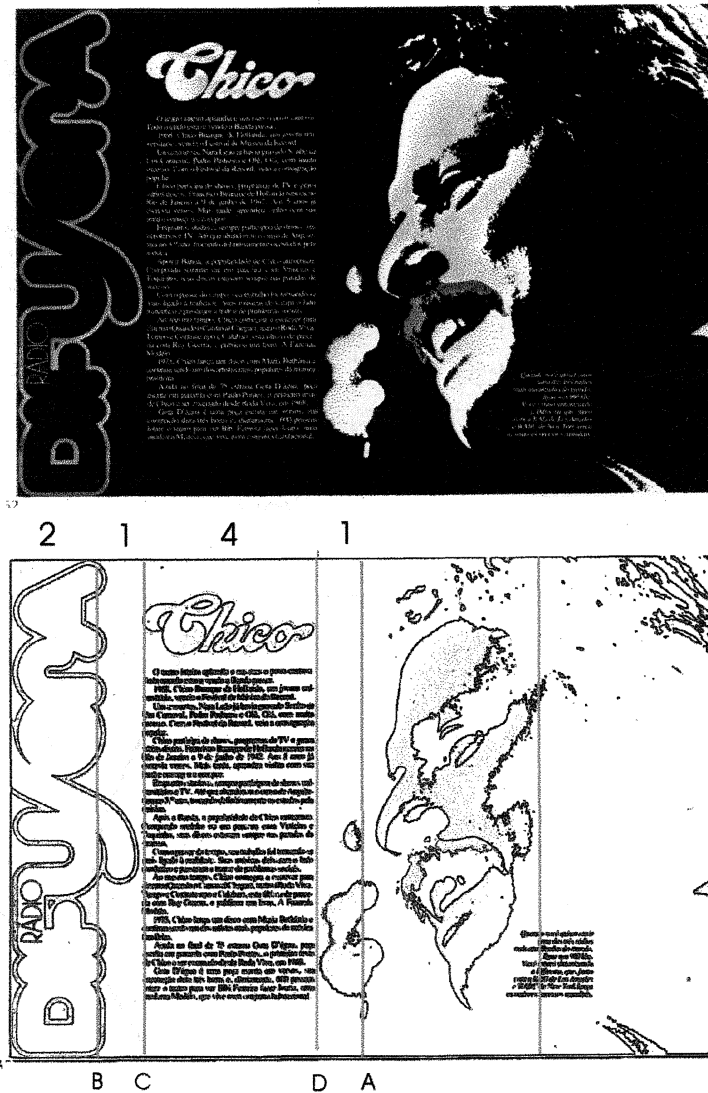
Na composição acima traçamos o eixo de equilíbrio A e o eixo de sustentação B. Do canto esquerdo alto traçamos a diagonal C em direção à extremidade oposta. Com D dividimos, ao meio, a metade inferior determinada pelo Eixo de Sustentação. Observando as linhas traçadas em relação à figura do anúncio, notamos a cabeça da modelo destacando-se das vestimentas escuras, inclinada num ângulo coincidente com a diagonal do retângulo suporte. O texto do anúncio, centralizado e vazado sobre área escura da fotografia, apoia-se na linha D situada na divisão proporcional a $\frac{1}{4}$ da altura. Logo abaixo, também centralizado, aparece o logotipo do produto. O logotipo do fabricante posiciona-se na extremidade direita baixa, contrapondo-se à área iluminada da cabeça que se projeta opostamente.

Figura 6



Traçados os Eixo de Equilíbrio A e Sustentação B, Secções Áureas C e D, linhas E partindo de B em direção a A, e linha F em direção ao ponto de encontro de A e B constatamos que a composição é definida por uma grande foto, na qual as figuras estão dispostas assimetricamente, sendo que a figura X, colocada sobre a secção áurea à direita, predomina numa área vazia e os atores à esquerda coadjuvam a cena localizados na parte demarcada por outra secção áurea à esquerda, tendo Y sua arma apontada para o centro alto do suporte e Z mira o canto direito baixo.

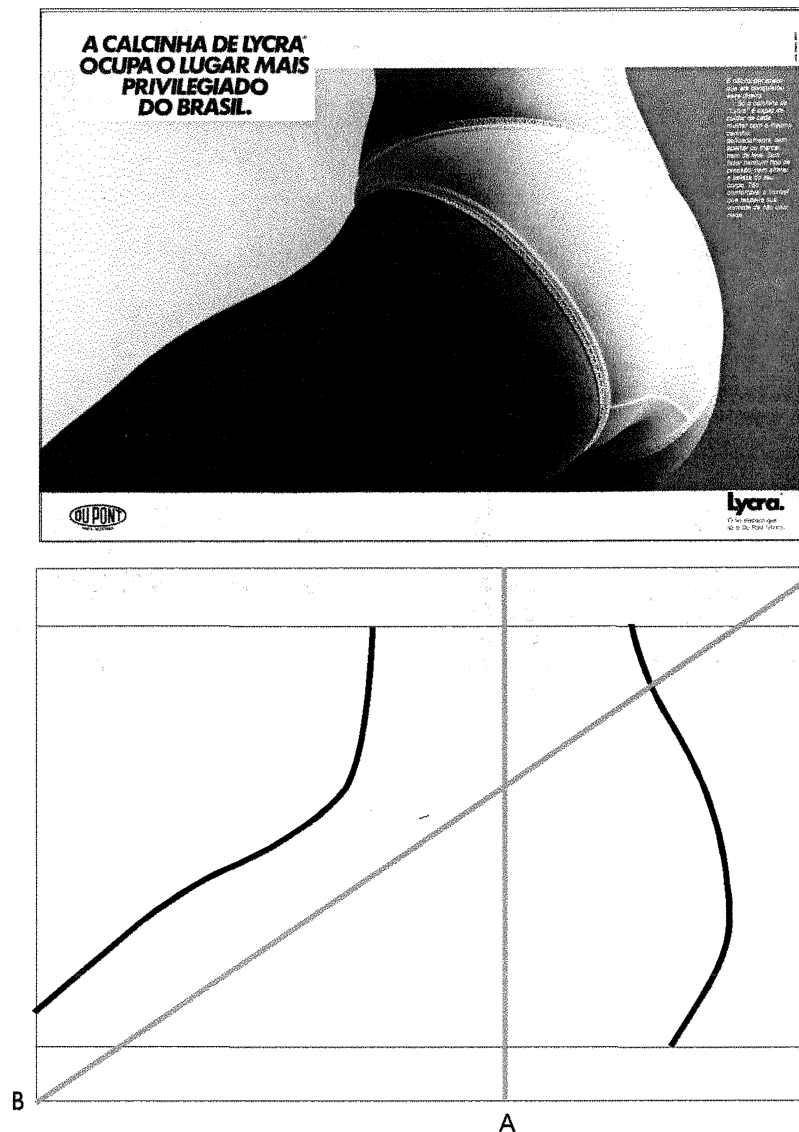
Figura 7



Traçada a linha A temos a divisão ao meio pelo Eixo de E equilíbrio, que separa a figura à direita da metade da esquerda, que é ocupada pelo texto distribuído nas proporções 2, 1, 4 e 1 demarcadas pelas linhas B, C e D e a metade da direita na proporção

A composição aparece representada por uma grande foto, transformada em alto-contraste, onde a a imagem aparece deslocada à direita, ocupando metade do suporte, e o texto distribui-se nas proporções demarcadas 2,2.

Figura 8



Traçadas as linhas que determinam a secção Áurea A e a Diagonal B, constatamos, numa composição simples, uma grande foto onde, no enquadramento de detalhe, notamos formas delimitadas por iluminação à direita, contrastada por contra-luz com emissão vindo da esquerda. A composição se apoia na diagonal B traçada do canto esquerdo baixo ao canto esquerdo alto e na secção áurea A, do sentido horizontal, à direita do suporte.

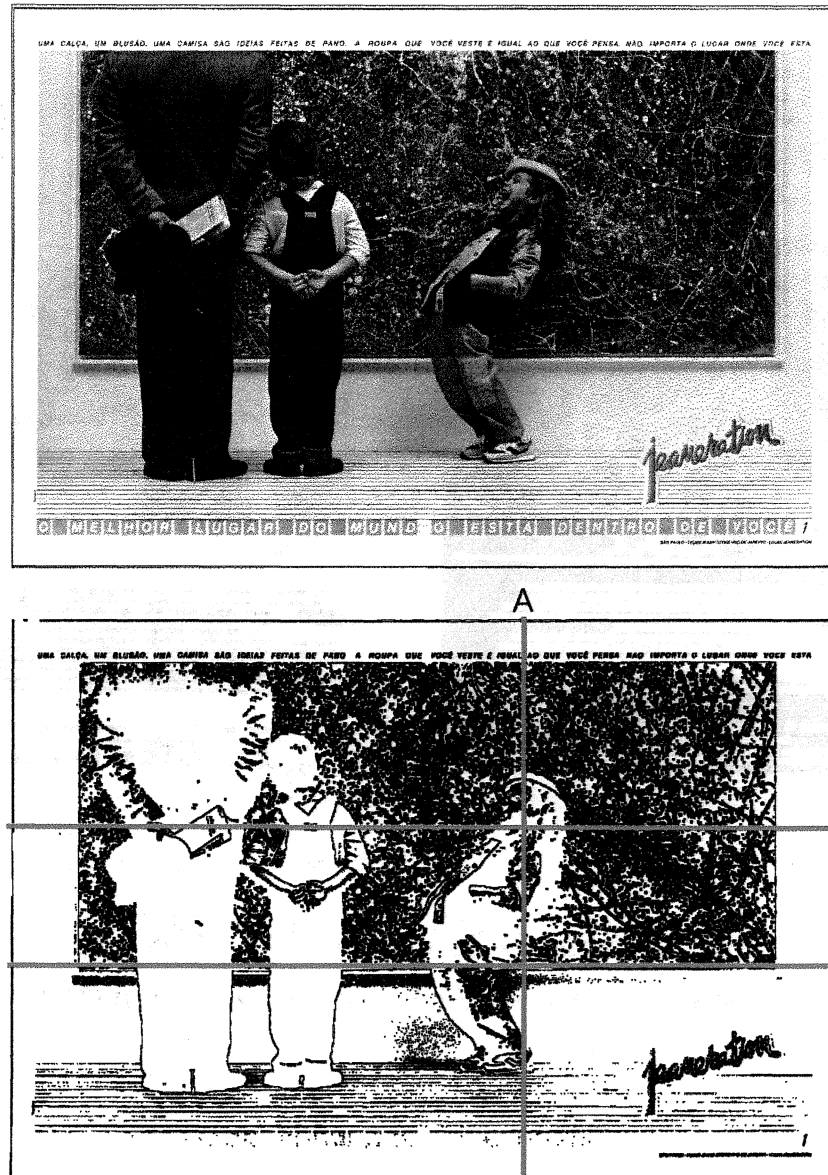
Figura 9



Na composição acima traçamos as diagonais A e B, o eixo de equilíbrio C e o Eixo de Sustentação D. Com E e F dividimos as duas metades obtendo quatro partes no sentido vertical.

O texto do anúncio, assim como a ilustração, foram posicionados centralizados, ocupando o espaço do suporte simetricamente, resultando numa composição regular e equilibrada.. A assinatura e o endereço da empresa encerram a mensagem, também centralizados.

Figura 10



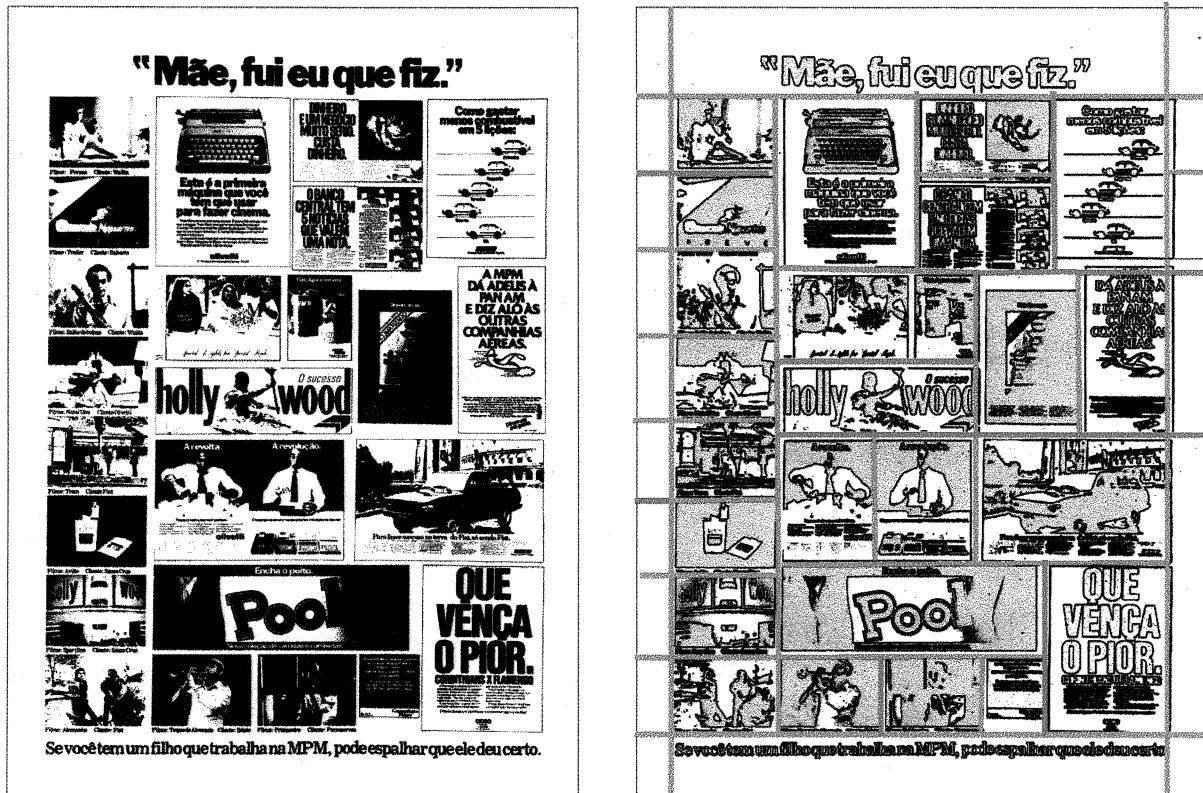
Traçadas as Secções Áureas A e B encontramos, na intersecção das duas linhas, o apoio da cabeça da menina, à direita, como ponto principal da composição que, com sua postura indicando movimento, realça o contraste com a imobilidade dos outros figurantes. A composição é estabilizada pela coincidência da base da tela, com a linha determinada pela secção Áurea C.

Figura 11



Composição baseada em traçado de grade.

Figura 12



Composição baseada em traçado de grade.

No capítulo seguinte apresentaremos os elementos visuais que integram a composição do anúncio: texto, ilustração e cor.

CAPÍTULO V

A mensagem publicitária do anúncio é transmitida pela combinação discursiva texto/ilustração, com ênfase adicional da utilização da cor. No final do capítulo serão apresentadas pranchas demonstrativas que ilustram as várias possibilidades de predominância de um elemento em relação ao outro: Grande Texto, Predominância do Texto, Grande Ilustração, Predominância da Ilustração e Equivalência Texto/Ilustração. Apresentaremos também uma sub-classificação do Grupo Grande Ilustração, levando em conta os diferentes enquadramentos cinematográficos da fotografia dos anúncios. Completando a análise dos elementos Texto/Ilustração, 2 grupos foram organizados: um que reúne anúncios que se valem de Figuras de Linguagem e outro apoiado em conteúdos temáticos similares.

5.1 Elementos Visuais na Composição do Anúncio

Qualquer composição plástica apoiada em suporte bidimensional, seja um anúncio impresso em página de revista, uma pintura executada sobre tela ou uma gravura estampada em papel de arroz, desenvolve-se a partir de projetos,

esboços ou *layouts* que possibilitam o estudo prévio da ocupação do campo a ser preenchido, antecipam o resultado pretendido na finalização e são o registro daquilo que uns chamam de inspiração, outros entendem como ato de criação e os psicólogos da *Gestalt*, em seus estudos, denominaram de *insigth*, a percepção imediata do todo. Esta idéia do todo é relevante para encaminharmos nossa proposta, uma vez que qualquer dessas composições e, especificamente, os anúncios que analisaremos, têm identidade única.

Não sendo mera reunião de elementos visuais mas a fusão deles, a composição de uma peça publicitária é constituída pela comunhão de três partes, que chamamos texto, ilustração e cor, que se apoiarão nos elementos estruturais, sendo que estes serão apagados por aqueles.

O texto e a ilustração serão analisados como um todo, e procuraremos demonstrar quando houver predominância de um sobre o outro.

5.1.1 Texto

Chamaremos texto o conjunto de caracteres (letras, sinais gráficos e símbolos) usados na mensagem publicitária como representação do discurso oral. O conjunto de todas as suas partes – Título, Sub-título, Texto Principal, Texto Secundário, Legenda, *Slogan*, Assinatura¹, ou seja, o todo, nos interessa

¹ BALDOVI, J.M., FERNANDES, C.R., FREIRE, W. *Manual do Cartazista*. Rio De Janeiro: Departamento Nacional do SENAC, 1982, pp. 49 a 52.

considerando a sua disposição em diversos tipos de alinhamentos² e ocupação do espaço do suporte.

Os caracteres que se prestam à composição do texto, com a aparência que conhecemos hoje, tiveram sua origem baseada nas inscrições da coluna de Trajano³ (no caso, as letras maiúsculas). Esses conjuntos de letras transformaram-se nas famílias chamadas Romanas, cuja característica principal é a terminação de seus traços em serifas, que são remates triangulares nas pontas de sua hastes ou fustes⁴. Em outro grupo, também serifado, o das Egípcias,⁵ os caracteres portam nas extremidades remates retangulares.

Os traços sem serifas das chamadas Antique pelos franceses e Grotesque pelos alemães recebem ainda denominações como Helvética, Suíça, Arial etc. Outra família desse grupo, a Futura, aparece mais

² Os tipos de alinhamentos possíveis: à esquerda, à direita, centralizado, bloqueado ou justificado.

³ Até o Renascimento as inscrições eram manuscritas e os textos, endereçados aos iniciados, utilizavam alfabetos góticos de difícil leitura. Com a democratização da leitura, nos séculos seguintes, a clareza na leitura passou a ser exigida e os profissionais gráficos dedicaram-se ao desenho e modelagem de tipos, que chegaram até nossos dias.

⁴ O corpo das letras é composto pela combinação de traços retos e curvos que recebem as seguintes denominações: os verticais e inclinados são chamados de barra ou haste, os horizontais trave ou fuste. Os curvos principais são denominados de barriga.

⁵ “Estas letras apenas tem de egípcias o seu nome. Parece que isto decorre do uso que delas se fez sobre os fardos trazidos do Egito após a campanha de Napoleão. Elas se caracterizam, principalmente, pelos seus acabamentos e pernas retangulares, cujas espessuras igualam quase o corpo das letras.”. CARRAMILLO NETO, Mário. *Contato Imediato com Produção Gráfica*. Global Editora, 1987. p. 28).

recentemente e oferece grande variação de grossuras de traços em versões que possibilitam manchas⁶ de texto mais claras ou mais escuras.

Grupo com grande variação de modelos, porém com uso menos constante é o da família Fantasia, também chamada Ornata.

Completando o conjunto das famílias de tipos, temos ainda as letras cursivas, inspiradas nos traços manuscritos.

Cada uma dessas famílias empresta aos textos suas características, suas qualidades de aparência. É comum atribuir-lhes atributos das pessoas identificando-as como gordas, magras, elegantes, alegres. Outras identificações freqüentes são as denominações antigas, modernas, jovens ou austeras.

Na elaboração de um anúncio essas características serão determinantes na concretização do clima que deve cercar o produto e, obviamente, os tipos que servirão para um anúncio de perfume serão bem diferentes daqueles empregados numa publicidade de cimento. Deve-se, também, levar em conta o público alvo que deverá receber a mensagem publicitária do anúncio.

⁶ O corpo das letras pode variar de tamanho (corpo 10, 12 etc.), de largura (Condensada, Normal ou Expandida) e quanto ao traço (Clara, Média ou Normal, Escura, Super escura), e quando inclinada é chamada Itálica. Dependendo da grossura dos seus traços, as manchas resultantes do agrupamento dos caracteres são mais claras ou mais escuras.

5.1.2 Ilustração

Chamamos de Ilustração qualquer imagem (desenho, pintura ou fotografia) usada para comunicar uma idéia, unanimar um conceito, anunciar um produto, seja por si, seja associada a um texto, complementando uma mensagem publicitária. A Ilustração pode conter tanto a imagem do produto quanto uma situação em que ele se insere oferecendo-se como determinação de comportamento ou simulando status glamouroso.

As ilustrações do começo do Século até a 2ª Guerra Mundial, na sua maioria, eram resolvidas com técnicas de desenho e pintura e enfocavam principalmente a imagem do produto.

Após a 2ª Guerra, as imagens veiculadas em anúncios passaram a se valer de fotografias. Cenários foram acrescentados aos produtos e modelos fotográficos ocuparam este espaço, tanto nos anúncios impressos como nos apresentados na televisão.

As ilustrações que aparecem nos anúncios dos anuários analisados são predominantemente fotográficas.

A “grande foto” passou a ser usada em anúncios de página simples e dupla e os profissionais das lentes foram definitivamente incorporados às equipes de produção gráfica, na maioria das vezes trabalhando como *freelancer*.

5.1.3 Cor

A cor, contida em todos os elementos, aparece dando ênfase ao anúncio, sendo sua eleição um cuidado especial na finalização do trabalho.

A cor é de muita importância na determinação do “clima”, na “atmosfera”, na dramaticidade de uma peça gráfica.

Diferentes culturas utilizam a cor não só como recurso estético, mas, como compara Johanes Itten, como um logograma ou hieróglifo. Para Itten, a classificação dos contrastes é ponto inicial para o estudo da estética da cor. Sua análise é apresentada em três enfoques: impressão, apreendida visualmente; expressão, que ocorre emocionalmente; construção, que adquire características simbólicas.⁷

Tanto nas ilustrações abstratas como nas figurativas podemos encontrar a valorização das cores com aspectos plásticos, sem correspondência com o mundo real ou com uma valorização emocional.

Na primeira classificação, a cor seria usada pela sua qualidade, pela sua semelhança. Na segunda, a cor participaria de uma transmissão de informação. Na terceira, as cores seriam usadas segundo um código conhecido por todos.

⁷ ITTEN, Johanes. *The Art of Color*. New York: Van Nostrand Reinhold Company, 1973, p. 17

Também, em três níveis, Donis A. Dondis nos apresenta o reconhecimento das mensagens visuais:

“Expressamos e recebemos mensagens visuais em três níveis: o representacional - aquilo que vemos e identificamos com base no meio ambiente e na experiência, o abstrato - a qualidade cinestésica de um fato visual reduzido a seus componentes visuais básicos e elementares, enfatizando os meios mais diretos, emocionais e mesmo primitivos da criação de mensagens, e o simbólico - o vasto universo de sistemas de símbolos codificados que o homem criou arbitrariamente e ao qual atribuiu significados”⁸.

No campo tecnológico os avanços da fotografia colocam à disposição dos criadores novas opções do uso da cor.

“No século XX as grandes transformações não mais podiam ser retratadas apenas pela pintura. A idéia de veracidade era consumada na fotografia, no cinema. A descoberta de processos coloridos de fotografia abrem caminhos para a reprodução da imagem em escala industrial nas artes gráficas. Processos são desenvolvidos e empregados na difusão de imagens novas e propiciam a vulgarização de imagens antigas, antes observadas somente em museus e galerias. As décadas seguintes passam a ser de uma cultura visual. A cor é sublimada na pintura, na fotografia, na moda, no cinema.

Fala-se, então, em cor como uma opção de preferência pessoal, de status econômico. As geladeiras não são mais brancas, os carros não mais cinzentos, neutros. A camisa do “velho” agora é vermelha. As

⁸ DONDIS, Donis A. Sintaxe da Linguagem Visual. São Paulo: Livraria Martins Fontes Editora Ltda., 2000, p. 85.

*cores entram e saem da moda.*⁹

Essas tendências passam a ser consideradas na hora de escolher a cor que predominará no fundo, ou que envolverá um elemento do texto ou ilustração.

Para conseguir-se isso com precisão na fase de impressão, a utilização de padrões começou a fazer parte da rotina da produção gráfica.

A utilização do *benday*¹⁰, nas artes finais para reproduzir tons e nuances, juntamente com a retícula¹¹, que possibilitava variação contínua de tonalidade ou intensidade, tinham um suporte técnico representado por sistemas cromáticos produzidos para garantir a finalidade da impressão como a escala Europa, para controle da quadricromia¹².

Sistemas de cor como o Pantone¹³, usado na fase de preparação para a impressão e no preparo das tintas para as máquinas impressoras, apareceram e se consolidaram.

⁹ FERNANDES, C. R. *Classificação de Primárias e Secundárias, uma contribuição ao Ensino da Cor*, Dissertação de Mestrado, UNICAMP. Campinas: 1995, pp 23/24.

¹⁰ Processo para reprodução de áreas graduadas de tonalidades “é usado na feitura de fundos, densidades neutras, transformações de traço em tonalidades e outros. Não serve para fotografar” CARRAMILO NETO, Mário. *Contato Imediato com Produção Gráfica*. São Paulo: Global Editora, 1987, pp. 97.

¹¹ Com o auxílio de retícula, “transforma-se o original, durante a reprodução, de uma modulação contínua para uma descontínua. Dessa maneira reproduzem-se claros e sombreados do original...” CARRAMILO NETO, Mário. *Contato Imediato com Produção Gráfica*. São Paulo: Global Editora, 1987, p. 88.

¹² Sistema que, combinando magenta, ciano, amarelo e preto, possibilita a reprodução de todas as cores do original, seja uma fotografia colorida ou desenho.

¹³ “A Pantone, Inc. é a primeira autoridade em cor e no fornecimento de sistemas de cor e em tecnologia de ponta para a seleção e comunicação correta da cor. O nome PANTONE é conhecido mundialmente como a linguagem padrão para a comunicação da cor desde o

5.2 Classificação de Anúncios com base nos Elementos Visuais

Texto e Ilustração

A observação do conjunto de anúncios selecionado e publicado pelos Anuários do Clube de Criação de São Paulo, no período 1975/1984, permitiu-nos a identificação de uma diversidade de composições plásticas que passamos a separar por grupos.

Esta análise atém-se aos Elementos Visuais, Texto e Ilustração, que representam as manchas gráficas expressivas da Composição e que são apresentados nos seguintes grupos possíveis:

Grande Texto

Predominância do Texto

Grande Ilustração

Predominância da Ilustração

Equivalência Texto/Ilustração

5.2.1 Grande Texto

Nos anúncios classificados neste grupo a composição é consumada pelo uso predominante do texto expresso por caracteres, sinais e símbolos

designer até o fabricante e desde o revendedor até o cliente, com 40 anos de experiência no mercado mundial.” Do site www.pantone.com

impressos que, além de garantirem a compreensão do conteúdo da mensagem, reforçam-na pelas características especiais das fontes ou famílias de letras, assim como seus traços e corpos escolhidos criteriosamente pelo autor.

As ilustrações, quando aparecem, são nitidamente complementares e se enquadram na composição em espaço definido pela ordenação de massas que privilegia todas as partes do texto. No período analisado a qualidade alcançada pela fotoletra e, a seguir, pela fotocomposição garantia um acabamento esmerado possibilitando a ampliação dos caracteres. O desenho dos tipos foi revelado numa escala maior e, o conjunto dos caracteres, passou a ter equivalência de uma ilustração abstrata, e ares de poesia visual. Entretanto, nota-se, junto a essa nova maneira de dispor o texto, uma tendência à simplificação, que também encontramos em muitas grandes fotos, característica de uma influência minimalista que analisaremos adiante em capítulo próprio.

5.2.2 Predominância do Texto

Nestes anúncios, apesar da ilustração ganhar maior importância, a massa dos textos ainda é predominante.

5.2.3 Grande Ilustração

A Grande Ilustração pode ser uma pintura, um desenho, ou uma fotografia. Na grande maioria dos anuários a grande ilustração é representada por uma Grande Foto, produzida para página simples ou dupla e aparece em anúncio geralmente sangrado¹⁴, encerrando em si o principal conteúdo da composição, cabendo ao texto uma função complementar. Os caracteres do texto, geralmente, sobrepõem-se nas áreas claras ou apresentam-se vazados nas escuras, situando-se em lugares previamente definidos no *layout* que determinou a foto e, menos freqüentemente, em áreas menores fora dela.

Muitas dessas fotografias, registradas em primeiro plano, tendem a uma simplicidade que é valorizada pela qualidade técnica de estúdio e equipamentos, que possibilitam um rigor de iluminação¹⁵ e proximidade de enquadramento. Essa qualidade da foto era garantida ainda pela fotolitografia, pela gravação de matrizes para o sistema ofsete até chegar às rotativas e à impressão em papel. Algumas recebiam, antes, retoque de aerógrafo¹⁶ (*air-blush*), técnica muito usada nas décadas anteriores para compensar alguma área da foto ou mesmo eliminar algum detalhe indesejado, realçar um contraste.

¹⁴ Sangrado é o nome que se dá ao anúncio cuja área de impressão ultrapassa as marcas de refilamento, ou seja, não é contornado por margens.

¹⁵ A qualidade dos filmes fotográficos da época que possibilitavam fotos em interiores com pouca luz, pode ser notada também no cinema como em Barry Lyndon de Stanley Kubrick, de 1975.

¹⁶ Instrumento composto de um corpo cilíndrico que, tendo acoplado um reservatório de tinta, permite, graças ao movimento de uma alavanca que controla uma agulha-pistão, a passagem pelo seu interior de ar comprimido que atomiza a tinta lançando-a sobre o papel em áreas

5.2.4 Predominância da Ilustração

Nestas composições a utilização de complementação da mensagem com textos mais significativos ainda não supera a predominância da imagem.

5.2.5 - Equivalência Texto/Ilustração

Este grupo reúne um número significativo de anúncios que são caracterizados por texto e ilustração complementares entre si, sendo difícil estabelecer determinação da predominância de um sobre o outro.

Nas páginas seguintes apresentaremos o resultado da análise dos anúncios, com base nas classificações apresentadas acima.

selecionadas por máscaras adesivas que funcionam como matrizes parciais para a execução de uma ilustração ou apenas um retoque.

5.3 Demonstrativo da distribuição dos anúncios classificados quanto aos elementos visuais no período 1975/1984.

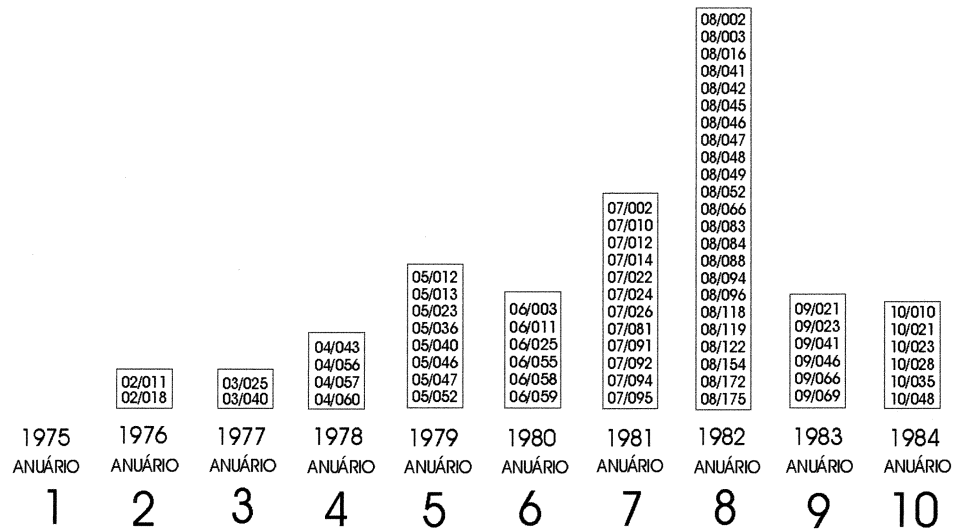
5.3.1 Grupo Grande Texto

PRANCHA 01

Demonstrativo da distribuição dos anúncios - 1975-1984
Elemento visual: Texto Classificação: Grande Texto



08/002



5.3.2 Predominância do Texto

PRANCHA 02

Demonstrativo da distribuição dos anúncios - 1975 a 1984
Elemento visual: Texto Classificação: Predominância do Texto

SABE POR QUE TODO MOTEL TEM AR CONDICIONADO?

Nem quente nem frio. Nem barra e nem lugares, o clima mesmo tem que ser bem temperado. A gente sabe disso. Os fabricantes de ar condicionado sabem disso, há muito tempo. Como uma boa ideia tem que ser aprovada até as últimas consequências, os donos de hotéis, motéis e chales aderiram ao clima de intimidade e descontração que os aparelhos criam o ano todo, seja verão, seja inverno. Um clima de primavera.

Com muito ar puro, permanentemente filtrado. Sem poeira e sem insetos.

Temperatura constante e simulação controlada, o que elimina o desconforto do calor e do frio excessivos.

Baixo nível de ruído, isolando completamente o ambiente da poluição externa - sonora e atmosférica.

É um pequeno detalhe: como os aparelhos têm baixo custo, todo mundo pode gozar desses benefícios, sem medo de um aumento nas contas. Da próxima vez que você sentir um fresquinho na cabeça ou um calor mais forte no corpo, lembre-se que os motéis tem aquela pequena americana que diz: em ambiente quente, com ar condicionado, inclui em até 20% a eficiência do homem para qualquer trabalho.

Com ar condicionado, esse mesmo ambiente tem uma produtividade 80% superior. E mesmo sendo isso em casa?

Pense num refrigerador e pegue um folheto com todas as explicações sobre ar condicionado.

Sabe como é, quando o seu desempenho está em jogo, é bom estar bem provido.




QUESTÃO DE DESEMPENHO.

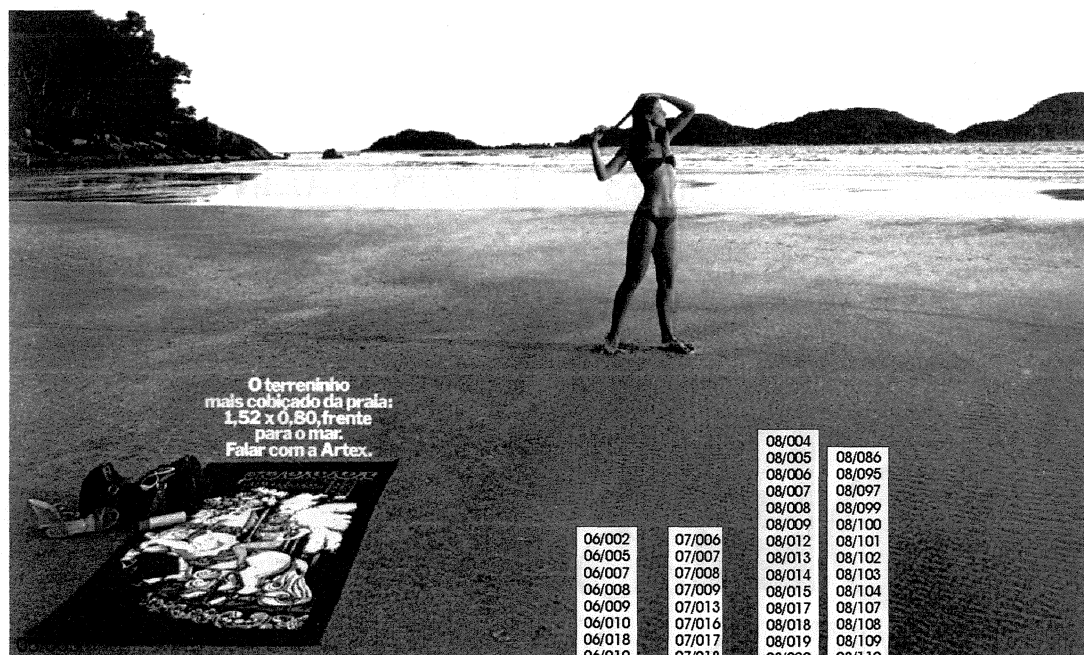
08/085

01/049 01/050 01/051 01/052 01/053 01/054 01/055	02/012 02/016 02/044	03/010	04/028 04/029 04/043 04/044 04/048	05/035	06/026 06/048 06/076	07/028 07/055 07/056 07/057	08/085	09/062	
1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984
ANUÁRIO	ANUÁRIO	ANUÁRIO	ANUÁRIO	ANUÁRIO	ANUÁRIO	ANUÁRIO	ANUÁRIO	ANUÁRIO	ANUÁRIO
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

5.3.3 Grande Ilustração

PRANCHA 03

Demonstrativo da distribuição dos anúncios - 1975 a 1984
Elemento visual: Ilustração Classificação: Grande Ilustração



05/003

01/002
01/009
01/010
01/011
01/013
01/015
01/016
01/017
01/018
01/019
01/020
01/022
01/026
01/028
01/029
01/030
01/034
01/036
01/037
01/040
01/041
01/042
01/043
01/044
01/046
01/047
01/048
01/056
01/057

02/003
02/004
02/008
02/009
02/010
02/013
02/015
02/032
02/033
02/034
02/035
02/037
02/038
02/042
02/049

03/002
03/003
03/004
03/018
03/021
03/031
03/035
03/036
03/037
03/039
03/040
03/041

04/002
04/003
04/004
04/007
04/008
04/012
04/014
04/015
04/021
04/023
04/024
04/026
04/030
04/033
04/035
04/039
04/047
04/049
04/051
04/052
04/053

05/003
05/004
05/005
05/006
05/008
05/009
05/014
05/015
05/022
05/025
05/026
05/027
05/028
05/029
05/030
05/031
05/032
05/038
05/043
05/047
05/051

06/002
06/005
06/007
06/008
06/009
06/010
06/018
06/019
06/020
06/021
06/022
06/023
06/028
06/029
06/030
06/032
06/033
06/034
06/036
06/037
06/038
06/039
06/043
06/044
06/045
06/046
06/047
06/049
06/050
06/051
06/052
06/054
06/060
06/061
06/062
06/063
06/064
06/065
06/066
06/067
06/068
06/069
06/070
06/071
06/077
06/078

07/006
07/007
07/008
07/009
07/013
07/016
07/017
07/018
07/020
07/021
07/025
07/027
07/029
07/031
07/033
07/034
07/035
07/036
07/037
07/038
07/039
07/040
07/041
07/042
07/043
07/044
07/045
07/046
07/047
07/048
07/049
07/061
07/074
07/075
07/076
07/077
07/078
07/080
07/081
07/083
07/085
07/086
07/087
07/089
07/093

08/004
08/005
08/006
08/007
08/008
08/009
08/012
08/013
08/014
08/015
08/017
08/018
08/019
08/020
08/022
08/023
08/024
08/025
08/026
08/027
08/028
08/029
08/030
08/031
08/032
08/033
08/034
08/036
08/043
08/054
08/055
08/056
08/057
08/058
08/059
09/060
08/061
08/062
08/063
08/065
08/067
08/068
08/069
08/070
08/072
08/073
08/077
08/079
08/080
08/081
08/082

08/086
08/095
08/097
08/099
08/100
08/101
08/102
08/103
08/104
08/107
08/108
08/109
08/110
08/111
08/113
08/114
08/115
08/116
08/120
08/124
08/125
08/126
08/127
08/128
08/129
08/130
08/136
08/137
08/138
08/140
08/141
08/142
08/145
08/146
08/147
08/148
08/149
08/152
08/156
08/158
08/162
08/163
08/164
08/165
08/167
08/170
08/171
08/173
08/174

09/002
09/003
09/004
09/005
09/006
09/007
09/009
09/011
09/012
09/013
09/014
09/015
09/016
09/017
09/019
09/020
09/022
09/031
09/033
09/034
09/035
09/036
09/037
09/038
09/039
09/042
09/045
09/047
09/048
09/049
09/053
09/055
09/056
09/057
09/058
09/059
09/060
09/068

10/002
10/003
10/004
10/005
10/006
10/007
10/009
10/011
10/012
10/013
10/015
10/017
10/018
10/019
10/020
10/022
10/024
10/025
10/026
10/030
10/031
10/032
10/033
10/037
10/038
10/040
10/043
10/045
10/046
10/047
10/049
10/050

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
1975 1976 1977 1978 1979 1980 1981 1982 1983 1984
ANUÁRIO ANUÁRIO ANUÁRIO ANUÁRIO ANUÁRIO ANUÁRIO ANUÁRIO ANUÁRIO ANUÁRIO ANUÁRIO

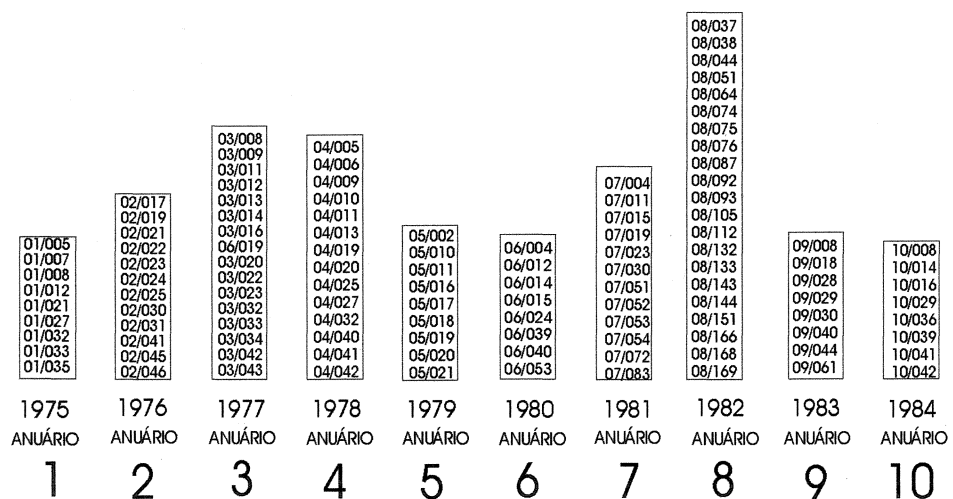
5.3.4 Predominância da Ilustração

PRANCHA 04

Demonstrativo da distribuição dos anúncios - 1975 a 1984
Elemento visual: Ilustração Classificação: Predominância da Ilustração



07/011



5.3.5 Equivalência Texto/ Ilustração

PRANCHA 05

Demonstrativo da distribuição dos anúncios - 1975 a 1984
Elemento visual: Ilustração Classificação: Equivalência Texto/ Ilustração

O modelo econômico brasileiro.



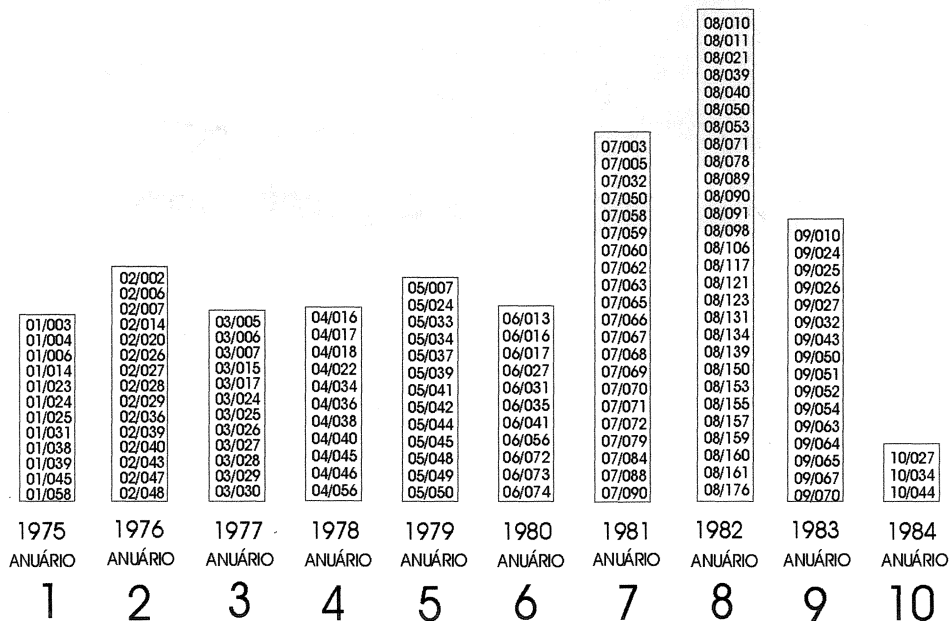
Cada vez que a gasolina sobe o Fiat fica mais econômico.

Agora que a gasolina subiu, comprar um Fiat é a medida econômica mais acertada que você deve tomar. Porque o Fiat é o único carro que faz até 16 quilômetros por litro. Se todos os carros que rodaram no Brasil tivessem a tecnologia Fiat, o país faria uma economia de 2,7 bilhões de litros. Cerca de 26 bilhões de cruzeiros por ano. Não é preciso ser nenhum ministro da Economia para perceber que já está na hora de você ter um Fiat.

FIAT 147

Garanta o combustível de amanhã. Respeite os 80. O carro mais econômico do país.

05/007



5.4 Enquadramento

Reclassificação das grandes ilustrações com base em enquadramentos cinematográficos que definem a Grande Foto.

5.4.1 Grande Plano Geral

Em um Grande Plano Geral a foto registra uma área ampla, geralmente externa, fotografada à distância, onde a composição explora os elementos da perspectiva: Linha do Horizonte, Pontos de fuga, Convergências, além de salientar Volumes, Luz e Sombra.

PRANCHA 06

Demonstrativo da distribuição dos anúncios - 1975 a 1984
Elemento visual: Ilustração Classificação: Grande Plano Geral



Se você é cliente do Lloyds Bank, você conhece.
O Lloyds Bank é um dos mais antigos bancos ocidentais que
tem agência na capital soviética. E, em Moscou ou em
qualquer uma das mais de 2.200 agências do Lloyds Bank
em mais de 50 países dos 5 continentes, você sabe que
pode contar com profissionais de alto nível para resolver

problemas e abrir portas para você.
Financiar exportações é um dos pontos fortes do
Lloyds Bank. Mas financiar exportações é diferente no
Lloyds Bank. Porque o Lloyds Bank coloca toda sua força
trabalhando para você. Uma força internacional, secular,
sólida e séria.

Uma amostra disso? Só nos últimos 2 anos, o Lloyds
Bank já financiou mais de 1 bilhão de dólares de
exportações brasileiras. Desde automóveis para a Argélia e
cerneiros para a Itália, até livros-crianças para a Malásia e
máquinas de fabricar copos para os Estados Unidos.
Você conhece algum banco assim?

**Lloyds Bank
International**
A FORÇA AO SEU LADO

10/004

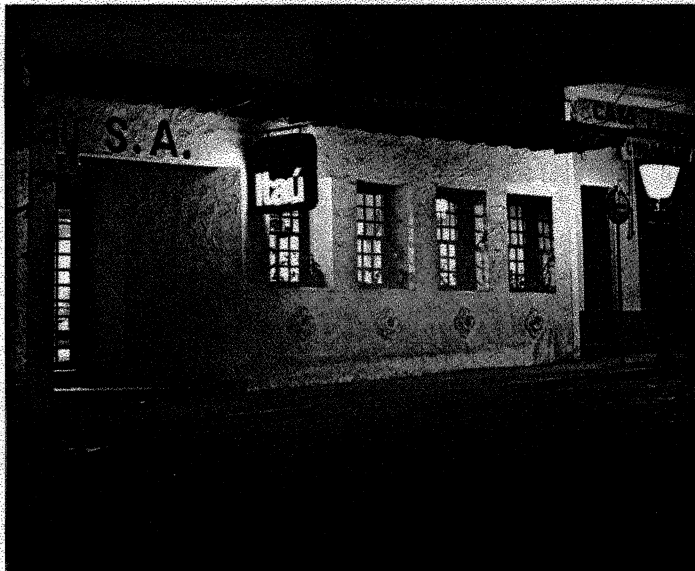
			04/004	05/003 05/004	06/030	07/075 07/093	08/063		10/004 10/009 10/015 10/043 10/047
1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984
ANUÁRIO	ANUÁRIO	ANUÁRIO	ANUÁRIO	ANUÁRIO	ANUÁRIO	ANUÁRIO	ANUÁRIO	ANUÁRIO	ANUÁRIO
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

5.4.2 Plano Geral

No Plano Geral a imagem restringe-se a um conjunto de elementos pessoas, objetos, equipamentos fotografados em exterior ou interior, mas sem a proximidade que começa a existir no Plano de Conjunto, sendo um ponto intermediário entre este e o Grande Plano Geral.

PRANCHA 07

Demonstrativo da distribuição dos anúncios - 1975 a 1984
Elemento visual: Ilustração Classificação: Plano Geral



O Banco Itaú tem 860 matrizes.

De Copacabana ao Chão, Das Pampas aos Serengetis. De lugar onde você está sendo visto para onde você não está sendo visto.

Em todo o Brasil você encontra um agenciado do Banco Itaú. Cada um com seu poder de decisão individual. Mas todos ligados pela mesma rede de telex, pelos mesmos sistemas de comunicação e pela mesma filosofia.

Todos com funcionários especialmente treinados para oferecer ao cliente de uma pequena cidade do interior o mesmo padrão de atendimento que os clientes de uma grande capital recebem.

Ainda hoje são eles estão inaugurando agências planejadas em cidades como Caceres, em Alagoas, e Rajm, na Bahia, entre outras, colaborando assim com a integração do país e permitindo que um número cada vez maior de brasileiros tenha acesso aos seus serviços e produtos.

São eles quem dão unidade à rede de agências eletrônicas, a maior do Brasil, que em breve cobrirá todo o país.

No Norte, no Sul, no Leste e no Oeste do Brasil, e também em Nova York e Buenos Aires, conta com as agências do Itaú. Todas com poder de decisão de matriz.

Porque, afinal, o Itaú tem 860 agências. São as 860 agências que têm o Itaú.

Itaú Banco Itaú S.A.

08/110

	02/037 02/038	03/002	04/013 04/037	05/014 05/020 05/022 05/043	06/049 06/062 06/063 06/064	07/009 07/020 07/037 07/043	08/086 08/109 08/110 08/162	09/012 09/042 09/043 09/057	10/017
1975 ANUÁRIO	1976 ANUÁRIO	1977 ANUÁRIO	1978 ANUÁRIO	1979 ANUÁRIO	1980 ANUÁRIO	1981 ANUÁRIO	1982 ANUÁRIO	1983 ANUÁRIO	1984 ANUÁRIO
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

5.4.3 Plano de Conjunto

Plano de Conjunto é o que mostra o objeto da foto, seja um carro ou uma pessoa, com proximidade, mas ainda por inteiro.

PRANCHA 08

Demonstrativo da distribuição dos anúncios - 1975 a 1984
Elemento visual: Ilustração Classificação: Plano de Conjunto



08/100

01/013
01/020
01/026
01/028
01/031
01/039
01/044
01/056

1975
ANUÁRIO

1

02/013
02/014
02/017
02/042

1976
ANUÁRIO

2

03/006
03/008
03/028

1977
ANUÁRIO

3

04/007
04/008
04/036

1978
ANUÁRIO

4

1979
ANUÁRIO

5

06/053

1980
ANUÁRIO

6

07/007
07/008
07/013
07/030
07/070

1981
ANUÁRIO

7

08/036
08/060
08/064
08/099
08/100
08/101
08/102
08/140
08/147
08/148
08/156
08/164
08/173
08/174

1982
ANUÁRIO

8

09/002
09/003
09/006
09/016
09/020
09/035
09/070

1983
ANUÁRIO

9

10/006
10/012
10/013
10/045

1984
ANUÁRIO

10

5.4.4 Plano Americano

A denominação Plano Americano consagrou-se graças à preferência dos diretores de Hollywood por este plano que corta a pessoa fotografada na altura do joelho.

PRANCHA 09

Demonstrativo da distribuição dos anúncios - 1975 a 1984
Elemento visual: Ilustração Classificação: Plano Americano



08/081

01/036
01/037
01/058

1975
ANUÁRIO

1

02/010
02/015

1976
ANUÁRIO

2

03/020

1977
ANUÁRIO

3

1978
ANUÁRIO

4

05/032

1979
ANUÁRIO

5

06/051

1980
ANUÁRIO

6

07/016

1981
ANUÁRIO

7

08/079
08/080
08/081
08/082
08/087
08/107

1982
ANUÁRIO

8

1983
ANUÁRIO

9

1984
ANUÁRIO

10

5.4.5 Plano Médio

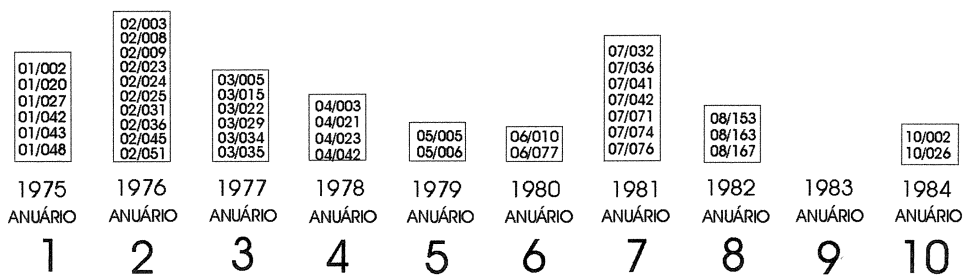
O Plano Médio mostra a figura humana da cintura para cima,

PRANCHA 10

Demonstrativo da distribuição dos anúncios - 1975 a 1984
Elemento visual: Ilustração Classificação: Plano Médio



01/042

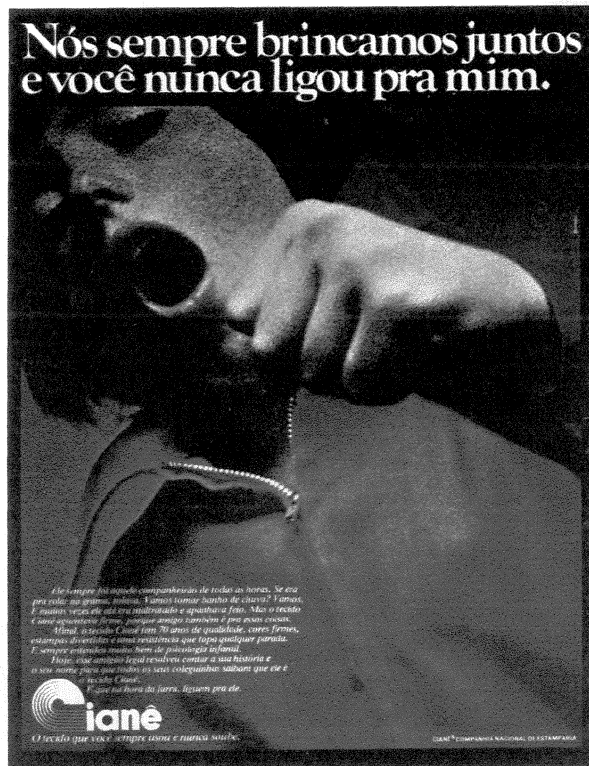


5.4.6 Plano Próximo

No Plano Próximo a aproximação é maior, com enquadramento do modelo do tórax para cima.

PRANCHA 11

Demonstrativo da distribuição dos anúncios - 1975 a 1984
Elemento visual: Ilustração Classificação: Plano Próximo



02/034

01/040 01/041	02/004 02/005 02/022 02/032 02/034		04/009 04/010 04/035 04/045 04/046	05/007 05/024		07/080	08/009 08/022 08/024 08/054 08/108 08/120 08/135 08/137 08/152 08/158 08/165	09/019 09/038 09/039 09/049 09/064 09/065	10/007 10/038 10/039
1975 ANUÁRIO	1976 ANUÁRIO	1977 ANUÁRIO	1978 ANUÁRIO	1979 ANUÁRIO	1980 ANUÁRIO	1981 ANUÁRIO	1982 ANUÁRIO	1983 ANUÁRIO	1984 ANUÁRIO
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

5.4.7 Primeiro Plano

A câmera aproxima-se e enquadra o rosto do modelo.

PRANCHA 12

Demonstrativo da distribuição dos anúncios - 1975 a 1984
Elemento visual: Ilustração Classificação: Primeiro Plano



06/007

01/010
01/011
01/016
01/017
01/018
01/019
01/022
01/029
01/030
01/046

1975
ANUÁRIO

1

02/033
02/035

1976
ANUÁRIO

2

03/007
03/025
03/026
03/033

1977
ANUÁRIO

3

04/002
04/047
04/052
04/053

1978
ANUÁRIO

4

1979
ANUÁRIO

5

06/005
06/006
06/007
06/008
06/009
06/019
06/028
06/029
06/042
06/043
06/044
06/067
06/071

1980
ANUÁRIO

6

07/006

1981
ANUÁRIO

7

08/017
08/018
08/019
08/020
08/025
08/026
08/027
08/028
08/029
08/035
08/097
08/113
08/114
08/115
08/116
08/145
08/149

1982
ANUÁRIO

8

09/014
09/015
09/036
09/054
09/060

1983
ANUÁRIO

9

10/046

1984
ANUÁRIO

10

5.4.8 Detalhe

Enquadramento ou parte da figura, no caso de pernas, pés, mãos, ohos etc.

PRANCHA 13

Demonstrativo da distribuição dos anúncios - 1975 a 1984
Elemento visual: Ilustração Classificação: Detalhe



06/034

01/015 01/024 01/047 01/057	02/050	03/003 03/004 03/018 03/040	04/012 04/014 04/015 04/050	05/010	06/018 06/034 06/037 06/046 06/047 06/068 06/069 06/070	07/027 07/039 07/077	08/004 08/005 08/006 08/007 08/055 08/056 08/070 08/072 08/073 08/074 08/077 08/136 08/146	09/017 09/047 09/053 09/056 09/058 09/059	10/011 10/018 10/020 10/024 10/030 10/031 10/032 10/033
1975 ANUÁRIO	1976 ANUÁRIO	1977 ANUÁRIO	1978 ANUÁRIO	1979 ANUÁRIO	1980 ANUÁRIO	1981 ANUÁRIO	1982 ANUÁRIO	1983 ANUÁRIO	1984 ANUÁRIO
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

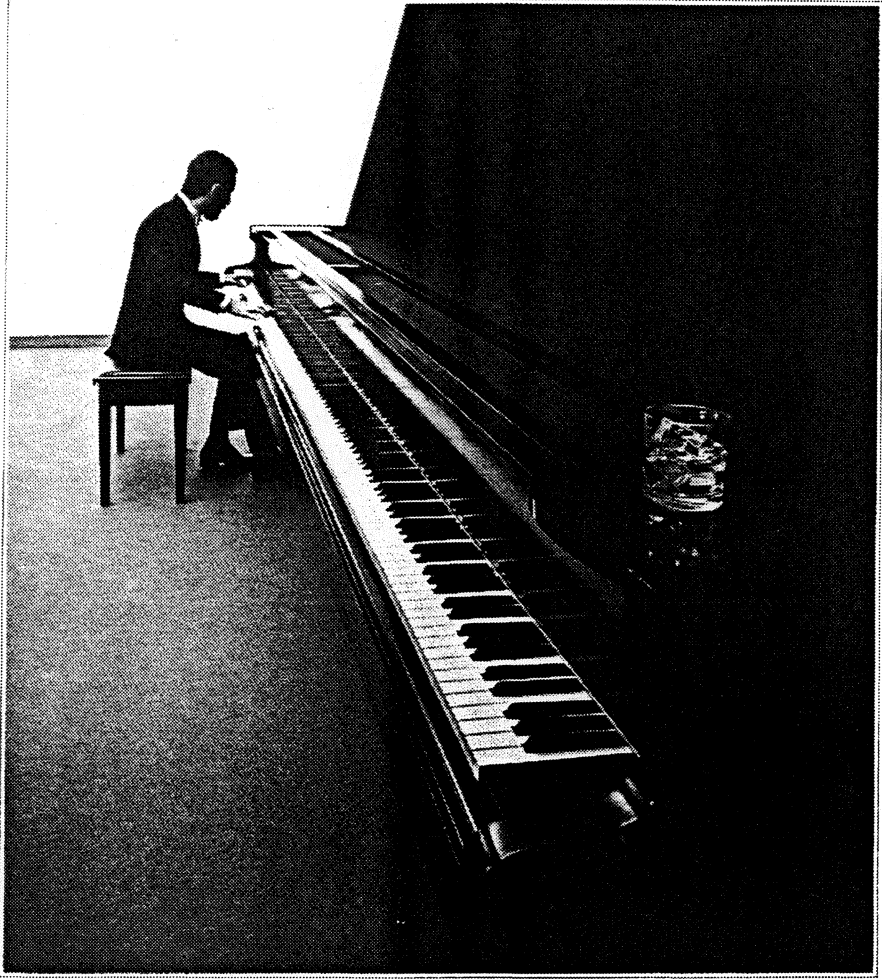
5.5 Anúncios classificados pela utilização de recursos de imagem e texto e conteúdo temático

Neste grupo apresentamos anúncios que em sua elaboração procuraram as figuras de linguagem como recurso e se apresentam com estas características ora no texto ora nas ilustrações. Além desses casos, incluímos outras classificações que julgamos equivalentes pois se utilizam de conteúdos temáticos ligados à linguagem e às imagens. São os seguintes:

Hipérbole	Dizeres Populares
Prosopopéia	Referência verbal
Metáfora	Referência visual
Paradoxo	Identidade Própria
Paráfrase	Ênfase no logotipo
Silepse	Alto Contraste
Plágio	Ilustração/Desenho
Citações	
Ambigüidade	

5.5.1 Hipérbole

O exagero como ponto essencial para realçar uma qualidade do produto.



**THINK
LONG.**



LONG JOHN.
100% SCOTCH
WHISKY.

Ilustração 01 – Anúncio 09/006

5.5.2 Prosopopéia

A personificação, ou a animação das coisas inanimadas, onde o próprio produto fala por si, ou é referendado por ações humanizadas de animais ou objetos.

Carnaval.

A diferença entre o Bell's que você bebe na Escócia e o Bell's que você bebe aqui.

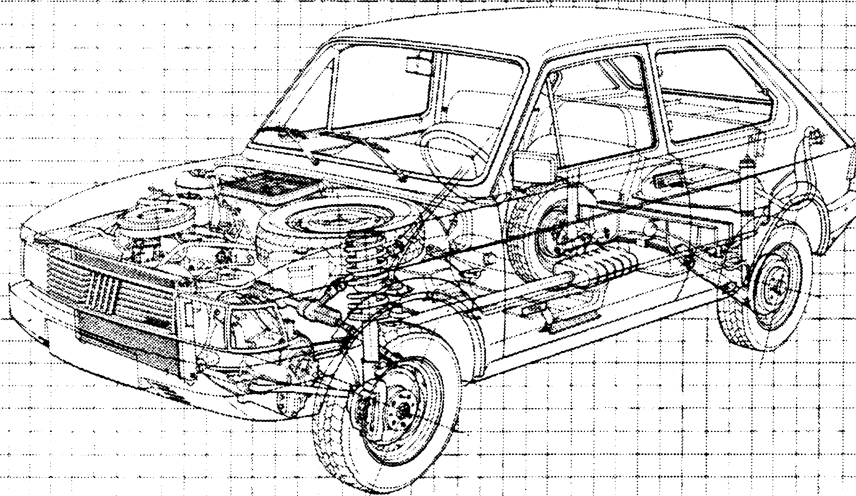
Scotch Whisky Bell's. Preferido por escoceses e brasileiros. Com escola de samba ou gaiteros de foles.

Ilustração 02 – Anúncio 09/014

5.5.3 Metáfora

A substituição, por analogia, da qualidade de uma instituição ou de qualquer outro elemento rotulando o produto anunciado.

A Fiat não é a Poli, mas também dá aula de tecnologia.



Quem escolheu tecnologia como carreira sabe dar valor a quem inova nessa área.

Motor transversal, suspensão independente nas quatro rodas, estrutura diferenciada, baixo consumo, maior desempenho, segurança e espaço interno: estas são apenas algumas das inovações introduzidas pela Fiat.

Uma tecnologia que fez escola e está sendo seguida.

FIAT

Um carro politécnico.

5.5.4 Paradoxo

O contraditório expressado pela natureza conhecida do elemento correlacionado em oposição à qualidade do produto anunciado.

World's top 50 ad agencies in 1981

Figures shown here in millions are based on total equity interest in foreign shops.

Rank	Agency	Gross income	Billings	Rank	Agency	Gross income	Billings	Rank	Agency	Gross income	Billings
1	Ogilvy	\$428.0	530.0	18	Dancer Fitzgerald	85.2	599.6	37	AMP&C Communications	21.4	107.0
2	Young & Rubicam	383.0	7.4	19	Searns	77.8	532.3	38	TBWA	21.1	207.0
3	J. Walter Thompson Co.	321.7	7.2	20	N.W. Ayer Inc.	76.9	521.8	39	Rouse Segus & Co.	20.7	204.4
4	Ogilvy & Mather	288.5	1.9	21	Pughlin International	73.9	480.0	40	Adair Kalamazoo	20.3	190.5
5	McCann-Erickson	277.3	1.8	22	Needham Harper	71.7	478.2	41	Scott McClellan Steves	20.2	189.4
6	Tall Bates	258.7	1.8	23	Marsteller Inc.	68.6	445.0	42	Becker & Sirois	20.0	180.0
7	BBDO Inc.	258.2	1.4	24	Wasson Early Co.	65.2	435.0	43	Adair Tausch	19.5	184.4
8	Leo Burnett Co.	198.9	1.3	25	Wells Rich Greene	63.1	412.0	44	Quisenberry Pettit	19.3	157.4
9	SSG&B	178.4	1.2	26	Kernson & Edwards	62.6	425.0	45	DeVich Advertising	19.3	148.5
10	Forte Cone & Basing	170.3	1.2	27	Storck & Jacobs	59.5	408.2	46	Leiber Katz Partners	19.2	149.5
11	Olive Dora Sternbach	165.0	1.2	28	Delko Advertising	56.7	378.0	47	Alcantara Machado	19.0	144.6
12	D'Arny-Hickman & Hesse	164.0	1.1	29	McJ. Organization	55.0	340.0	48	Comunicacoes	18.5	86.6
13	Hallmark	143.4	1.6	30	Salek & Search	46.7	342.2	49	Chou Zentro	18.4	138.2
14	Grey Advertising	133.4	888.6	31	Ketchum	45.5	329.6	50	Novelty Advertising	17.7	144.6
15	Benton & Benton	127.5	870.0	32	Diatch Klatus	44.9	311.9				
16	Compton Advertising	116.8	812.5	33	Tobias Advertising	37.3	199.5				
17	Mercantile	108.0	707.3	34	Yarnall	36.7	283.0				
18	European Union	100.0	700.1	35	Cunningham & Walsh	31.5	210.0				
				36	Compton-Adman						

Advertising Age, 19 de abril, 82

Subimos para o último lugar.

O último lugar desta relação quer dizer o seguinte: a Salles/Inter-Americana é uma das cinquenta maiores agências do mundo.

As 50 Top relacionadas pelo Advertising Age, de New York, saem de uma lista (esperadíssima) das mil principais agências de 72 países.

É a primeira vez que a Salles aparece neste ranking. Isso pra gente funciona como um termômetro: se nós estamos subindo, nossos clientes também estão.

Agora, com licença, vamos andando que ainda tem 49 degraus até lá em cima.



Salles/Inter-Americana de Publicidade S.A.

5.5.5 Paráfrase

O texto destes anúncios dizem algo novo, mantendo a estrutura de frase conhecida, na maioria das vezes corrompendo o sentido original, procurando o efeito desejado.

**PASSA
DPZ
QUE DA.**

Se não está dando
para engolir a
propaganda que estão
fazendo para o seu
produto, e por isso o
consumidor não
está engolindo o seu
produto, passa na
DPZ que vai dar.

DPZ - Duanlibi, Petit, Zaragoza Propaganda S.A. - Av. Cidade Jardim, 280 - Tel. (011) 280-5433 - CEP 01454 - São Paulo
SP: Rua Visconde de Pirajá, 351 - 14º - Tel. (021) 267-3082 - CEP 22410 - Rio de Janeiro - RJ, Rua Saldanha Maranhão, 30
Tel. (0512) 33-7881 - CEP 90000 - Porto Alegre - RS, Edifício Presidente - SCS - Quadra 6 - Bloco A, nº 141 - Sala 106
Tel. (061) 225-4016 - CEP 70300 - Brasília - DF.

Ilustração 05 – Anúncio 10/023

5.5.6 Silepse

Uso da palavra no sentido próprio e no figurado ao mesmo tempo.

[illegible][illegible]

Ilustração 06 – Anúncios 05/025 e 05/029

5.5.7 Plágio

O plágio pode se dar como imitação de um estilo conhecido, como citação com a devida adequação ao objetivo do anúncio ou mesmo com a apropriação total e deliberada da obra.



Ilustração 07 – Anúncio 06/023

5.5.8 Citações

Neste grupo aparecem citados frases famosas, versos de música, posturas políticas conhecidas, cenas referentes a filmes e à literatura.

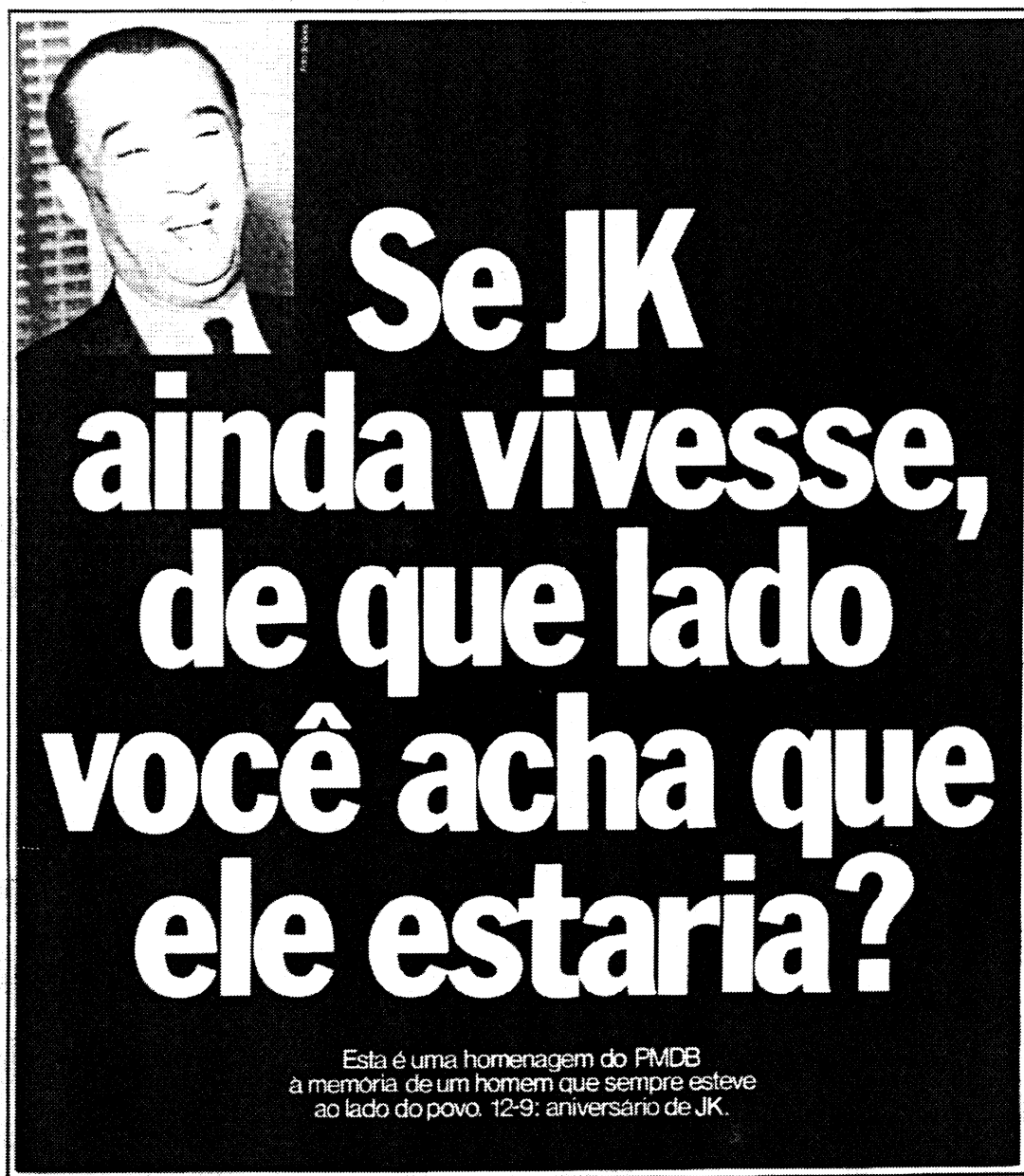


Ilustração 08 – Anúncio 08/052

5.5.9 Ambigüidade

O sentido ambíguo do texto funciona como apelo para o entendimento que é expressado pela imagem.



Ilustração 09 – Anúncio 07/090

5.5.10 Dizeres populares

Palavreado sem a profundidade dos adágios mas que, pelo pronto reconhecimento por parte do público, atinge o objetivo da mensagem publicitária.

Pintou
e bordou até
os 91

Para Pablo Picasso, idade nunca foi um problema. Durante quase um século, revolucionou a história da arte, com uma obra estimada em 200 mil pinturas, desenhos, gravuras, cerâmicas e esculturas. Como artista, foi um gênio. Como homem, foi também um gênio na vida. A todos dizia: "Jamais pude escrever a palavra FIM." E, quando alguém lhe perguntava qual das suas fases gostava mais, vorazmente respondia: "Da próxima".

Com seu trabalho, manteve um estado de espírito jovem. Cuidando da saúde, chegou aos 91 em plena forma, com a mente lúcida e criativa. Você não precisa ter o talento de Picasso para encantar a vida com essa mesma vitalidade. Mas pode copiar Picasso na arte de envelhecer.

Basta ter em mente que o envelhecimento cerebral começa com os sintomas e não com a idade. Com o passar dos anos é natural que você possa sentir-se deprimido, com lapsos de memória, cansado, dispersivo e até mesmo anti-social. Aos primeiros sintomas, use a cabeça e consulte um médico. Ele, melhor do que ninguém, tem a receita certa para ajudá-lo a conviver melhor com esta fase, e a superar com sucesso estes sintomas. Para que nada lhe impeça de pintar e bordar como fez Picasso, até os 91.

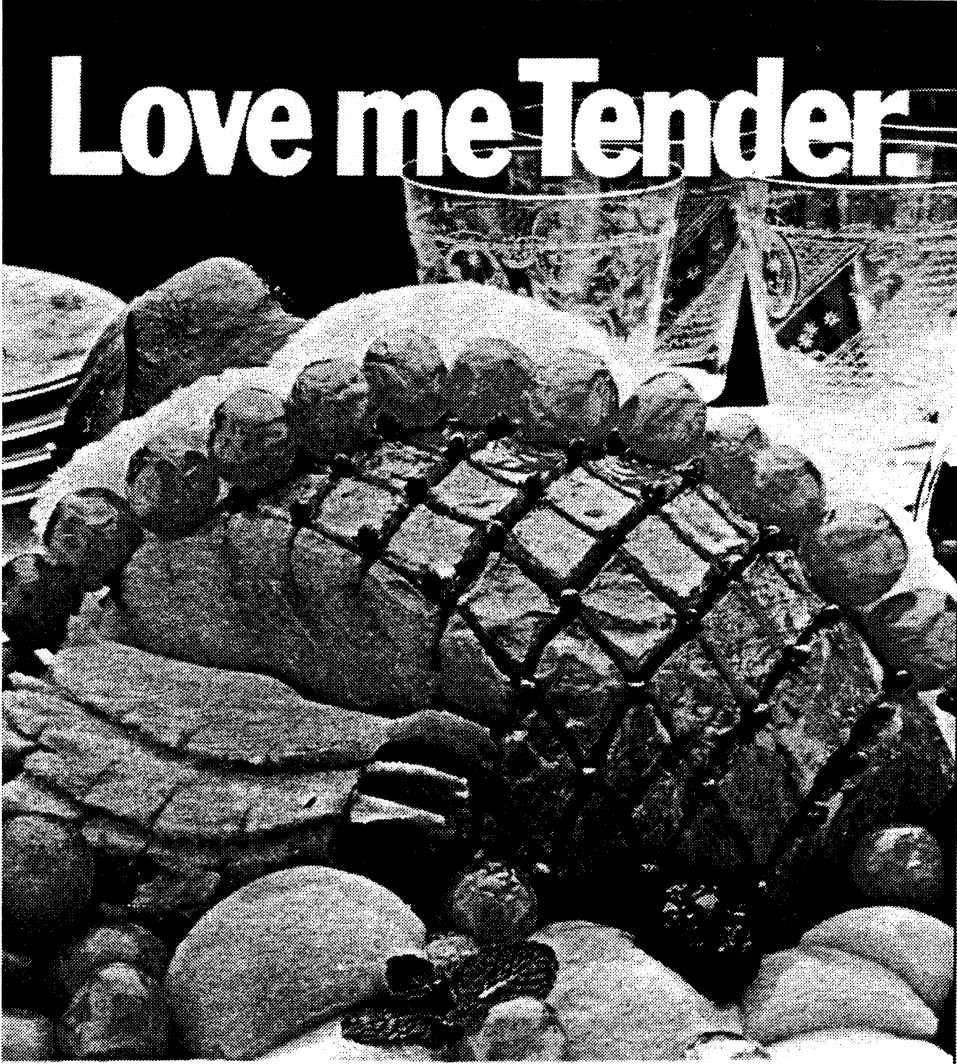
ENVELHECER
É UMA ARTE

CONSULTE O
MÉDICO

Ilustração 10 – Anúncio 08/153

5.5.11 Referência verbal

Anúncios criados em cima de pronunciamentos, slogans, declarações veiculadas na imprensa, nome de música, ou título de filme ou livro.



O Sadia Tender é tão especial que as pessoas costumam esperar o Natal e o Ano Novo para servi-lo. O que, aliás, é apenas um hábito, não uma obrigação. Mas o que torna o Sadia Tender tão especial é o cuidado que a Sadia tem com ele: é feito com pernil selecionado e tem o sabor delicado. O Sadia Tender pode ir direto da embalagem para a mesa, porque já vem cozido e defumado. Ou, se você quiser, depois de ficar alguns minutos no forno. Aproveite o próximo Natal ou Ano Novo e leve o Sadia Tender para a sua mesa. Ou mesmo antes, se você preferir. O Sadia Tender vai ser uma verdadeira declaração de amor à sua família. Um livrinho de receitas acompanha o seu Sadia Tender, para você variar a maneira de servir.

Sadia

Ilustração 11 – Anúncio 10/025

5.5.12 Referência visual

O conteúdo principal é transmitido pela imagem que, realmente, encerra a mensagem pretendida.



Ilustração 12 – Anúncios 10/030 e 06/042

5.5.13 Identidade Própria

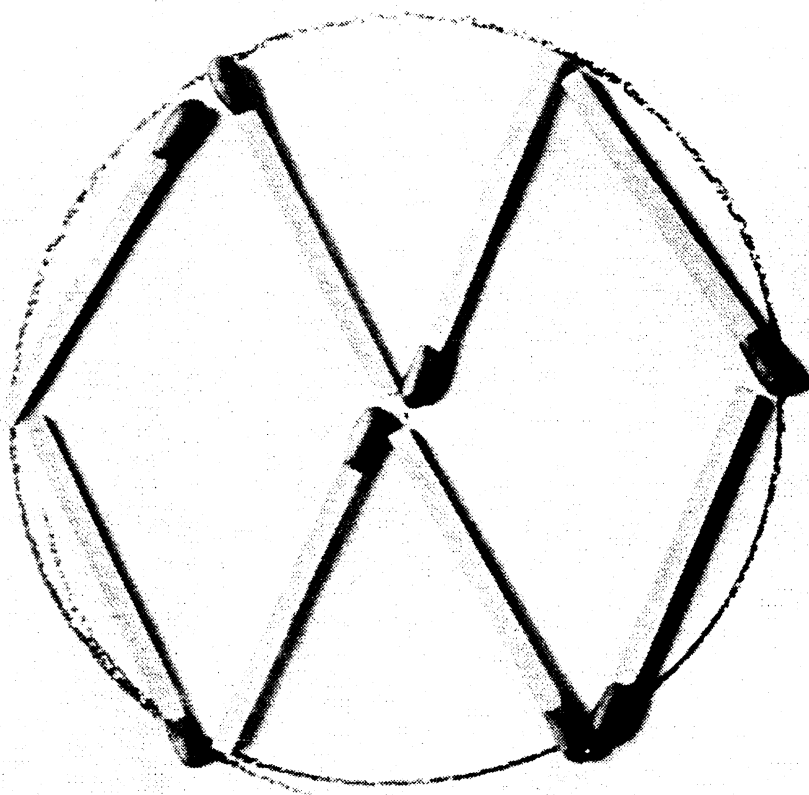
A excelência do produto é reconhecida pelo público e a mensagem pressupõe isto.

[illegible][illegible]

Ilustração 13 - Anúncios 01/043 e 08/006

5.5.14 Logotipo/símbolo

O logotipo ou símbolo, sendo muito conhecido, passa ocupar grande espaço nos anúncios ou mesmo, em alguns casos, a substituir o produto.



**Tire dois palitos e descubra
onde está o símbolo do bom senso.**



VOLKSWAGEN DO BRASIL S.A.

Ilustração 14 – Anúncio 08/166

5.5.15 Alto Contraste

O alto contraste , recurso gráfico muito usado na pop art na década de 60, reaparece em poucos anúncios do Anuário 4, em 1978.

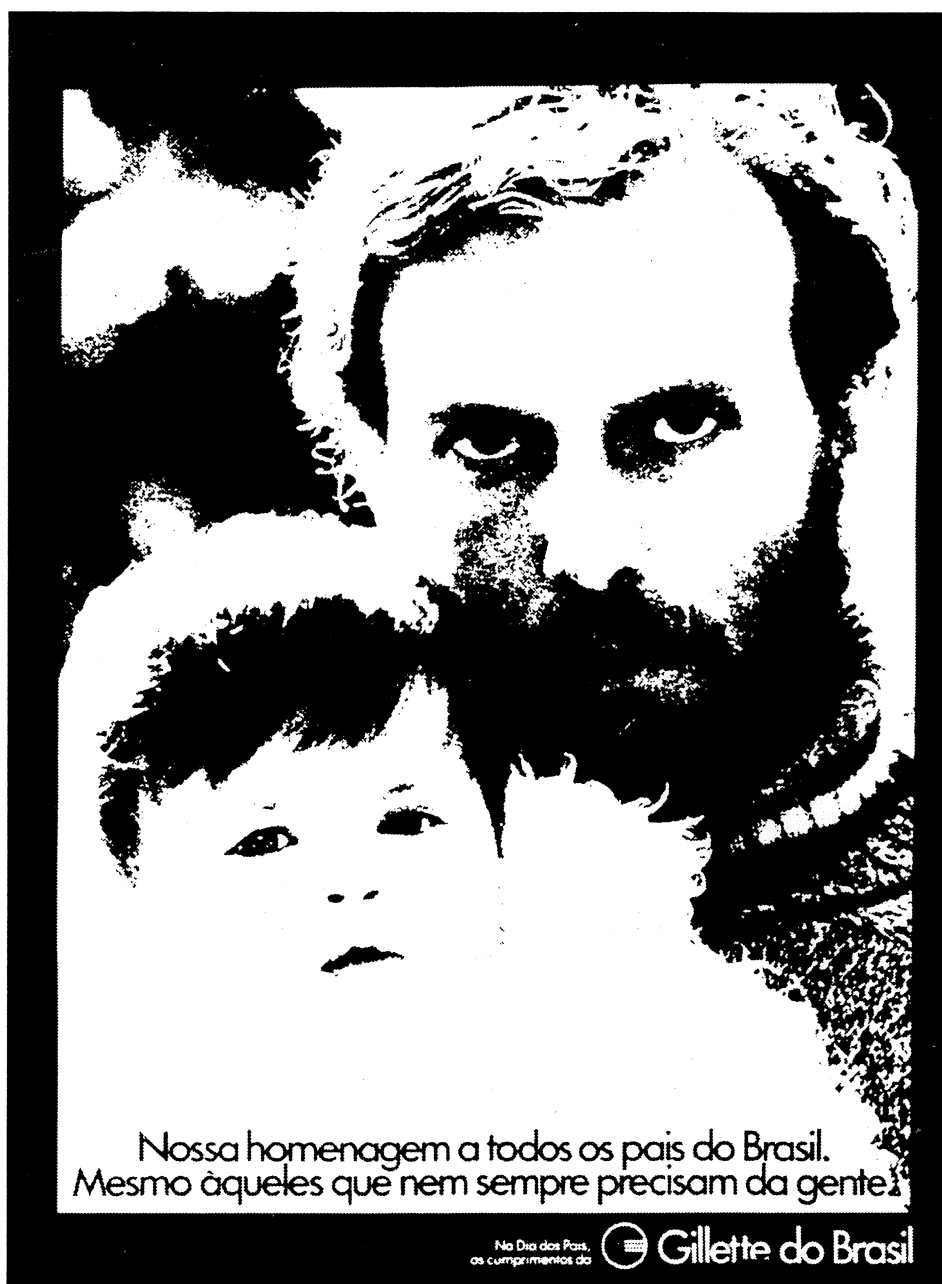


Ilustração 15 – Anúncio 04/047

5.5.16 Ilustração/Desenho

O desenho que ilustra o anúncio é essencial para a compreensão da mensagem, não sendo possível substituí-lo por uma fotografia.



A idéia está aprovada. Mas tirem o macaco.

A piada é velha, mas é oportuna. Com seu precioso roteiro debaixo do braço, o escritor adentra um estúdio de Hollywood. The producer, entre uma patorada e outra de seu haviana, passa rapidamente os olhos pela sinopse. Depois, vira-se para o rapaz e o aconselha do alto de sua poltrona: a idéia é boa, mas acho melhor tirar o macaco.

O filme era King Kong. E a história, se não é verdadeira, serve pelo menos como alerta para diretores de criação, donos de agência, homens de atendimento, gerentes de produto ou diretores de marketing.

Antes de propor qualquer alteração numa idéia, vejam se vocês não estão pedindo para tirar o macaco.

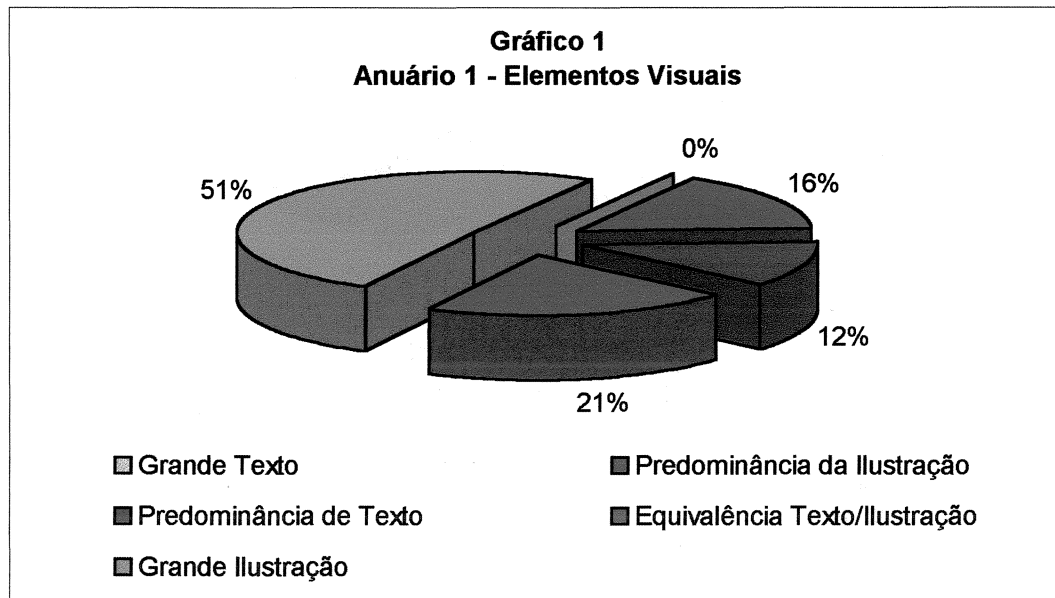
salles

Salles Inter-Americana de Publicidade S.A.

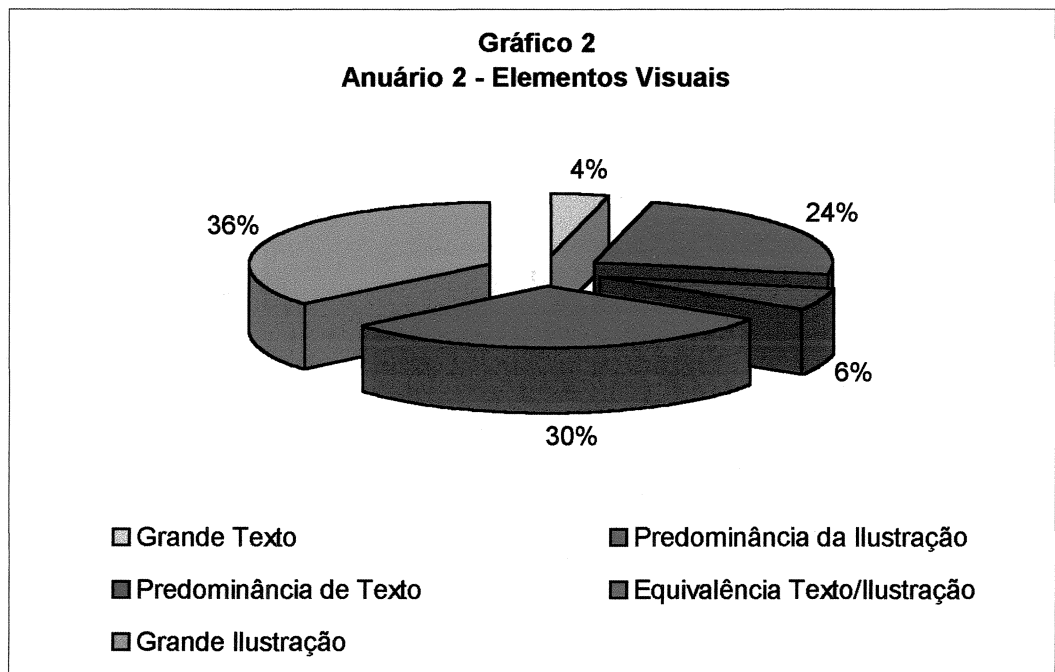
Ilustração 16 – Anúncio 06/014

5.6 - Gráficos organizados a partir da classificação dos anúncios quanto aos elementos visuais: texto e ilustração

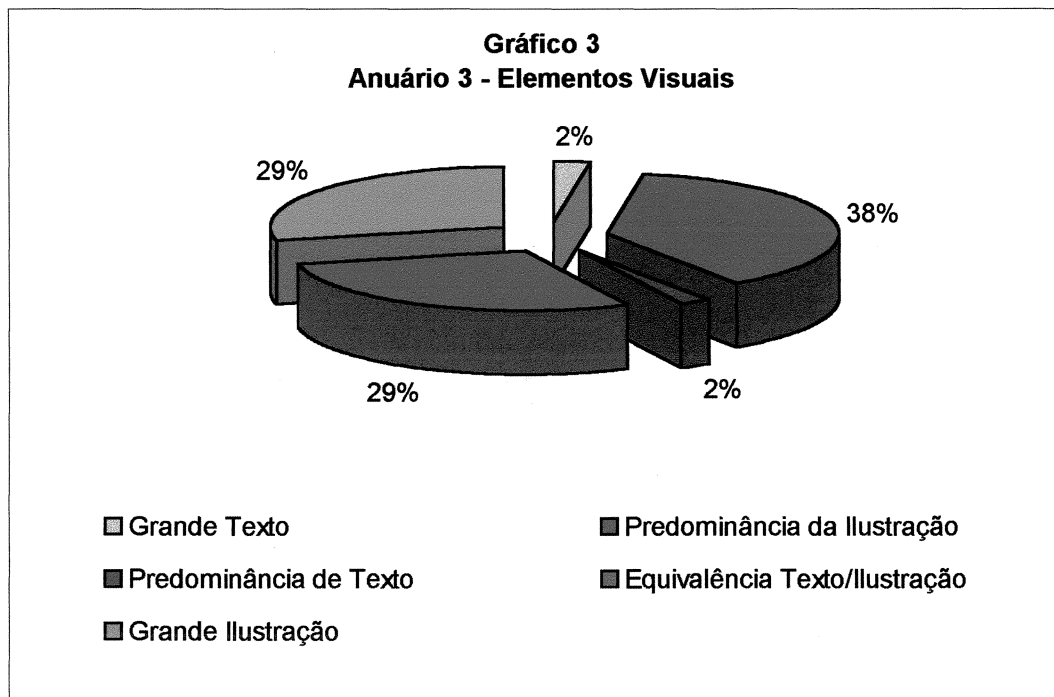
5.6.1 Anuário 1 - Elementos Visuais



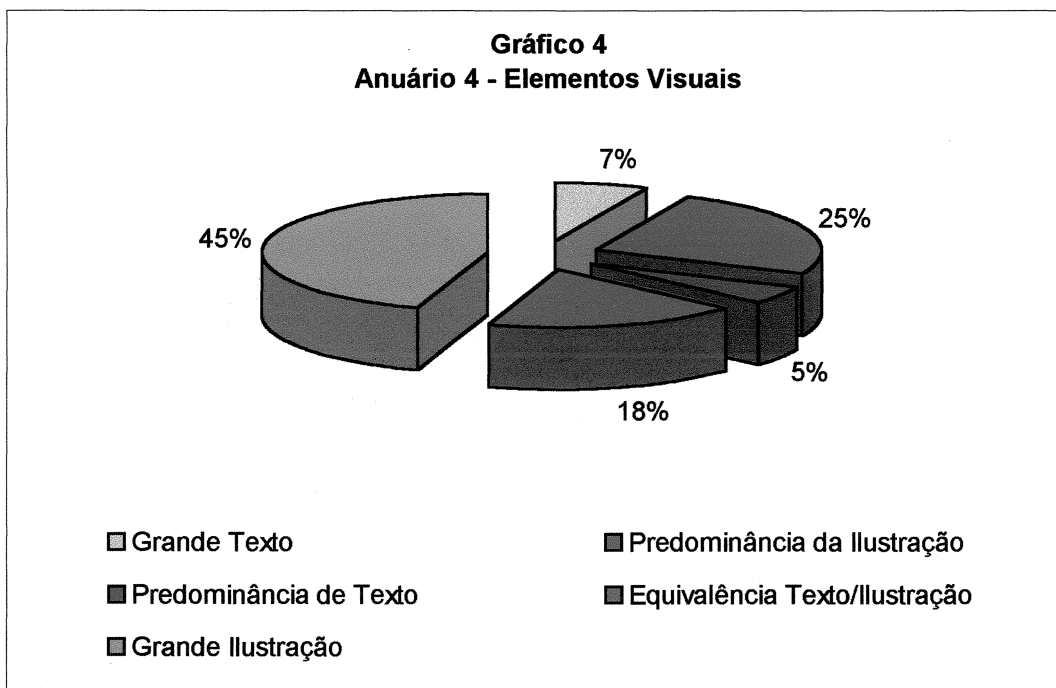
5.6.2 Anuário 2 - Elementos Visuais



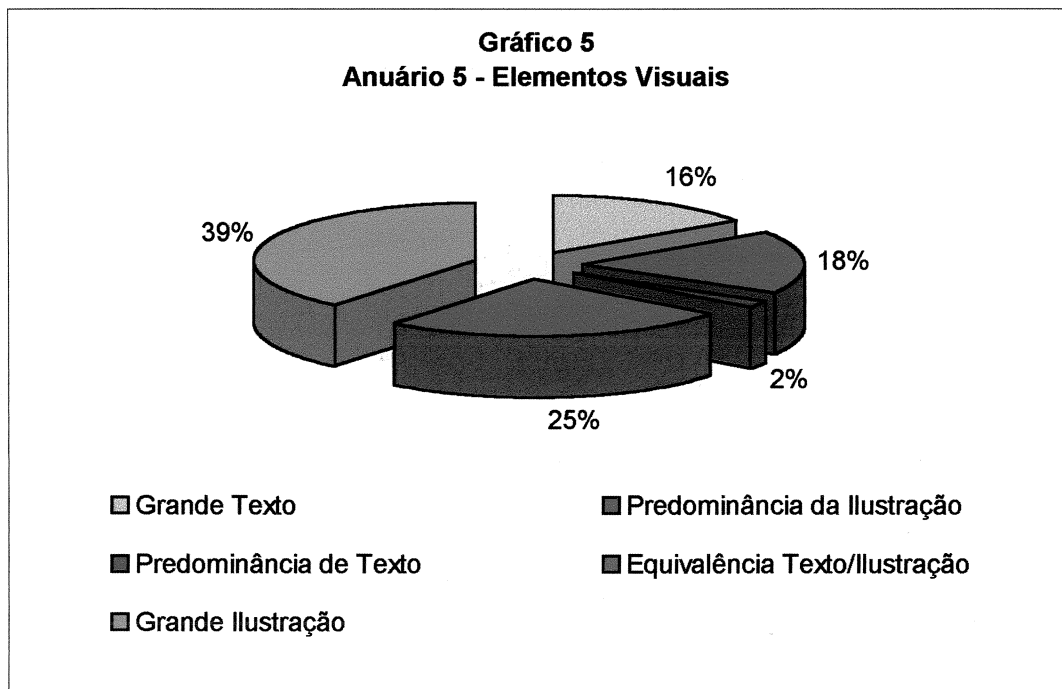
5.6.3 Anuário 3 - Elementos Visuais



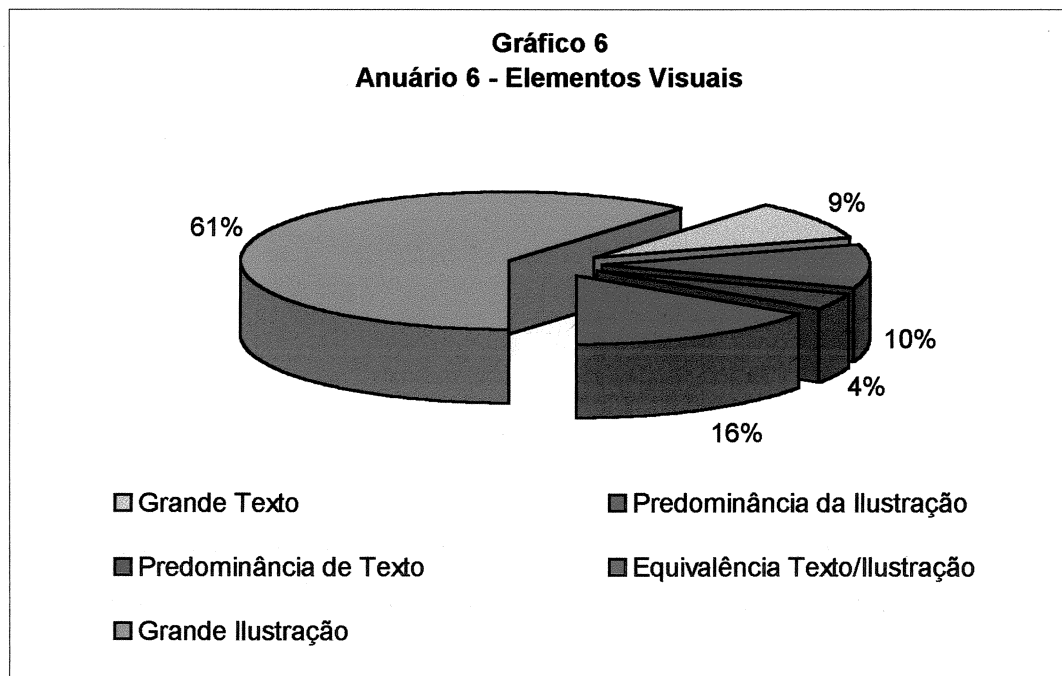
5.6.4 Anuário 4 - Elementos Visuais



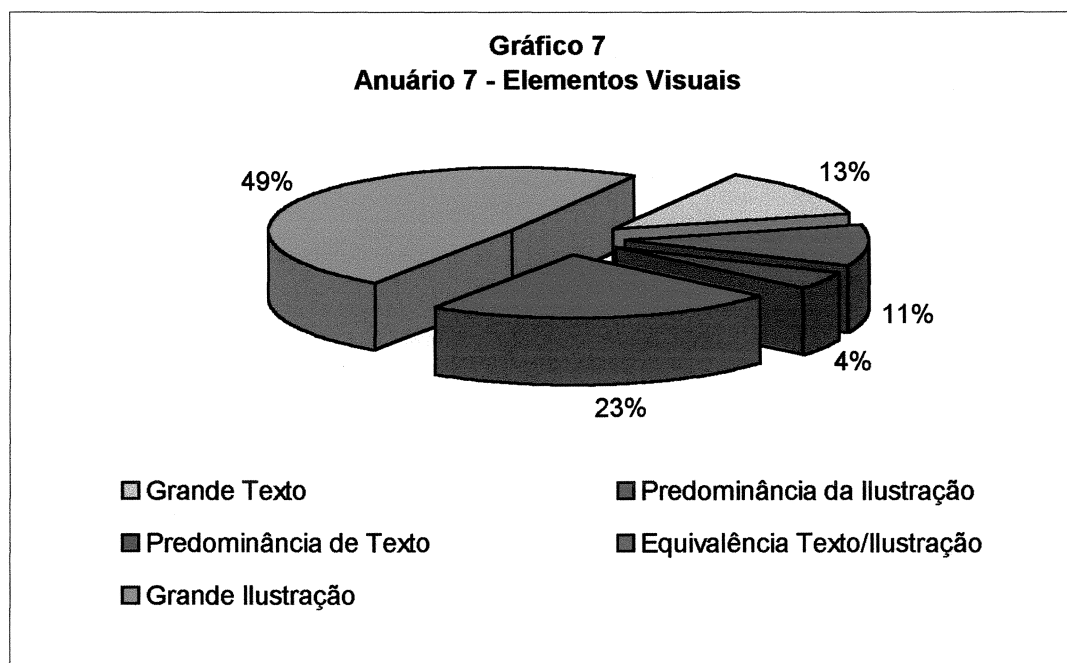
5.6.5 Anuário 5 - Elementos Visuais



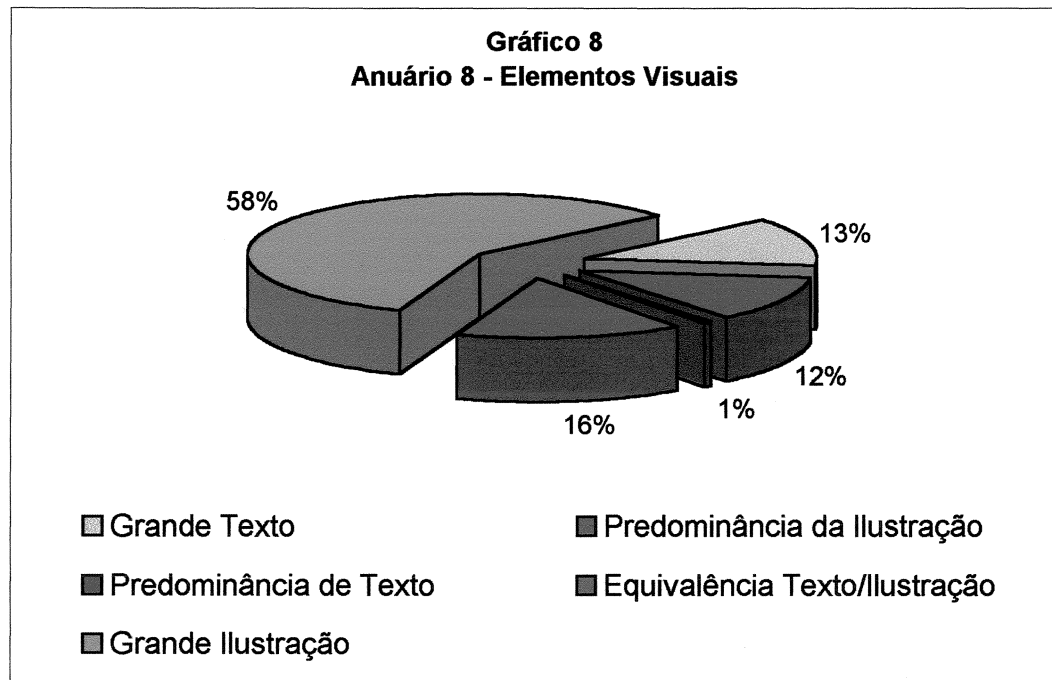
5.6.6 Anuário 6 - Elementos Visuais



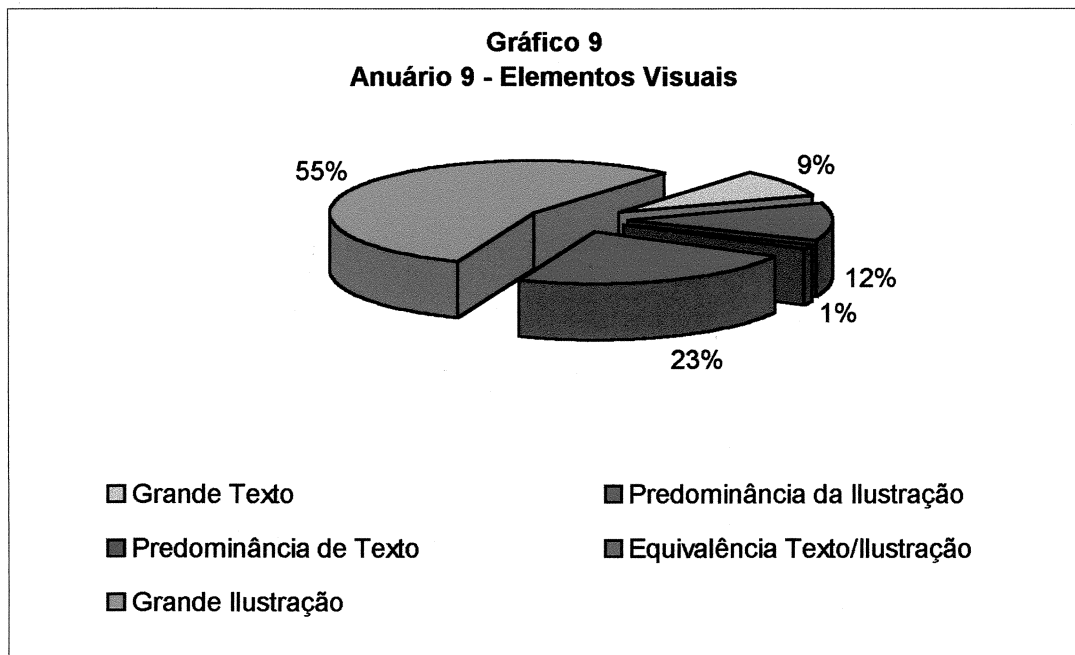
5.6.7 Anuário 7 - Elementos Visuais



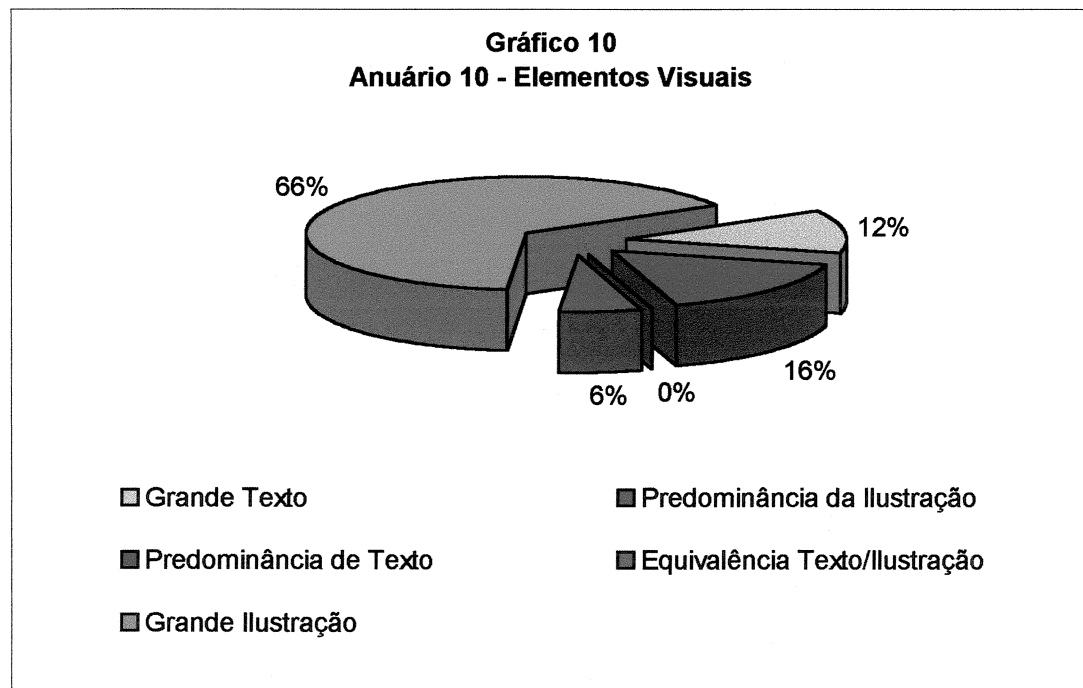
5.6.8 Anuário 8 - Elementos Visuais



5.6.9 Anuário 9 - Elementos Visuais

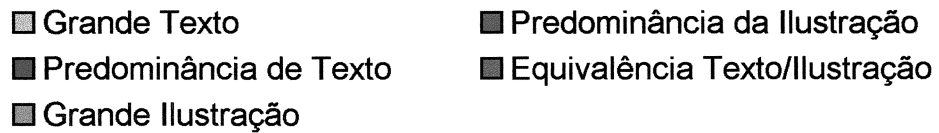
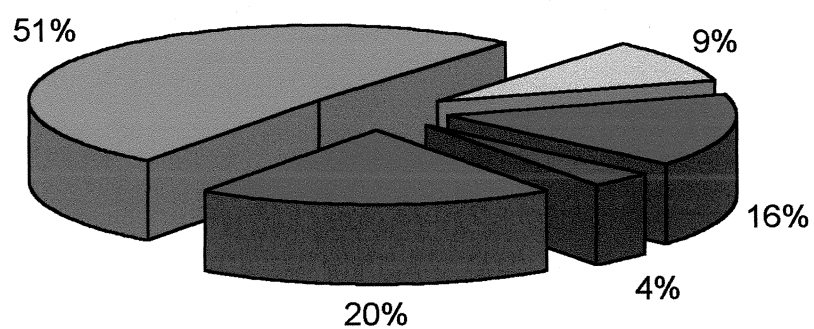


5.6.10 Anuário 10 - Elementos Visuais



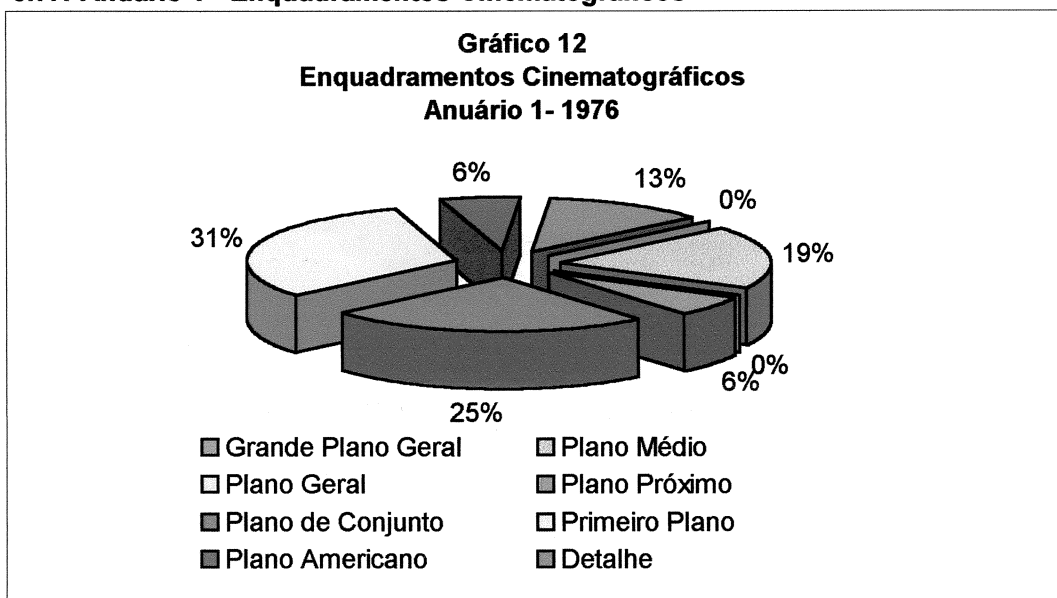
5.6.11 Anuários 1 a 10 - Elementos Visuais

Gráfico 11
Anuários 1 a 10 - Elementos Visuais

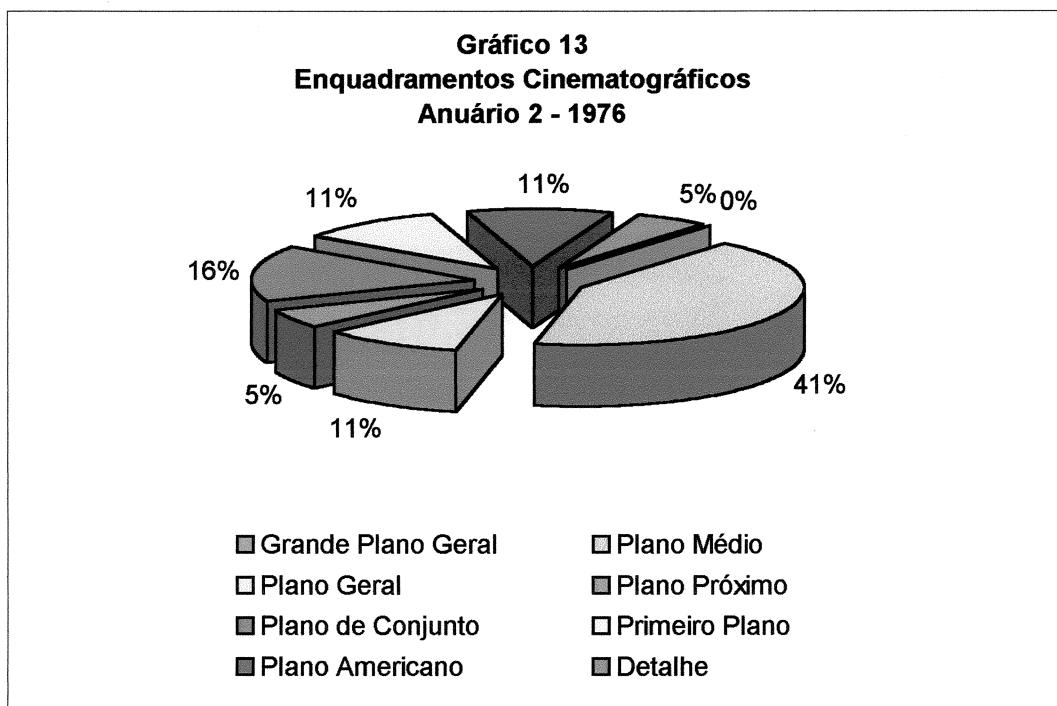


5.7 - Gráficos organizados a partir da classificação dos anúncios quanto aos enquadramentos cinematográficos.

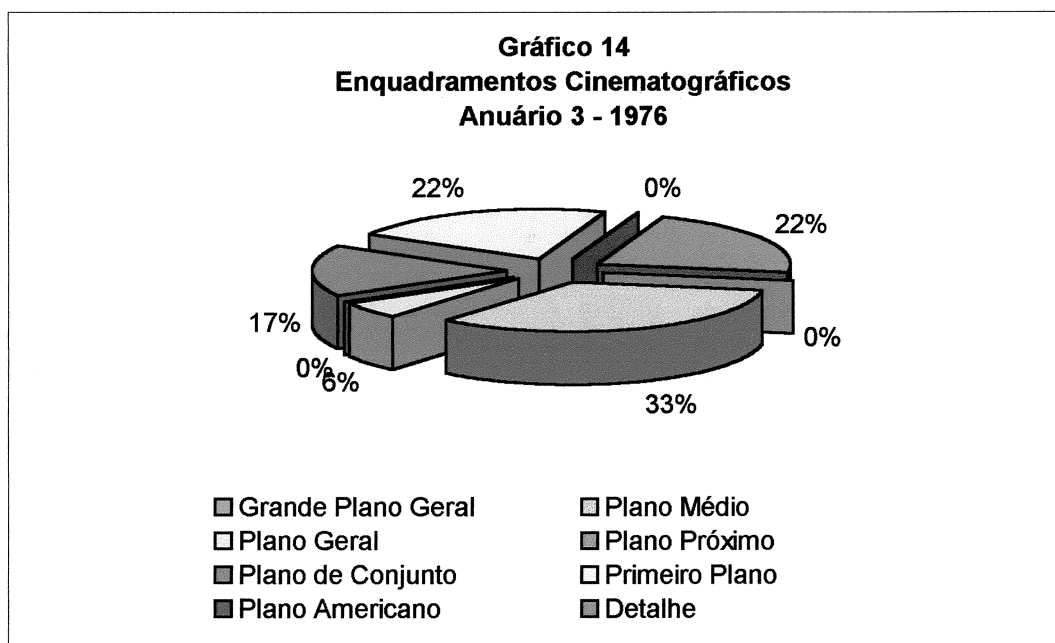
5.7.1 Anuário 1 - Enquadramentos Cinematográficos



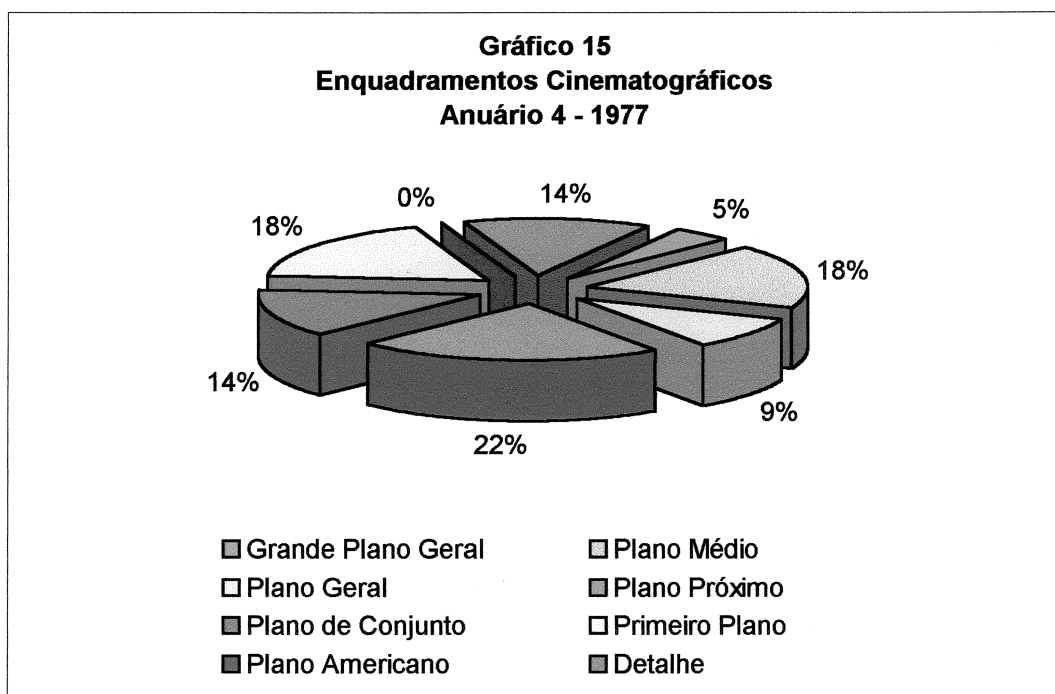
5.7.2 Anuário 2 - Enquadramentos Cinematográficos



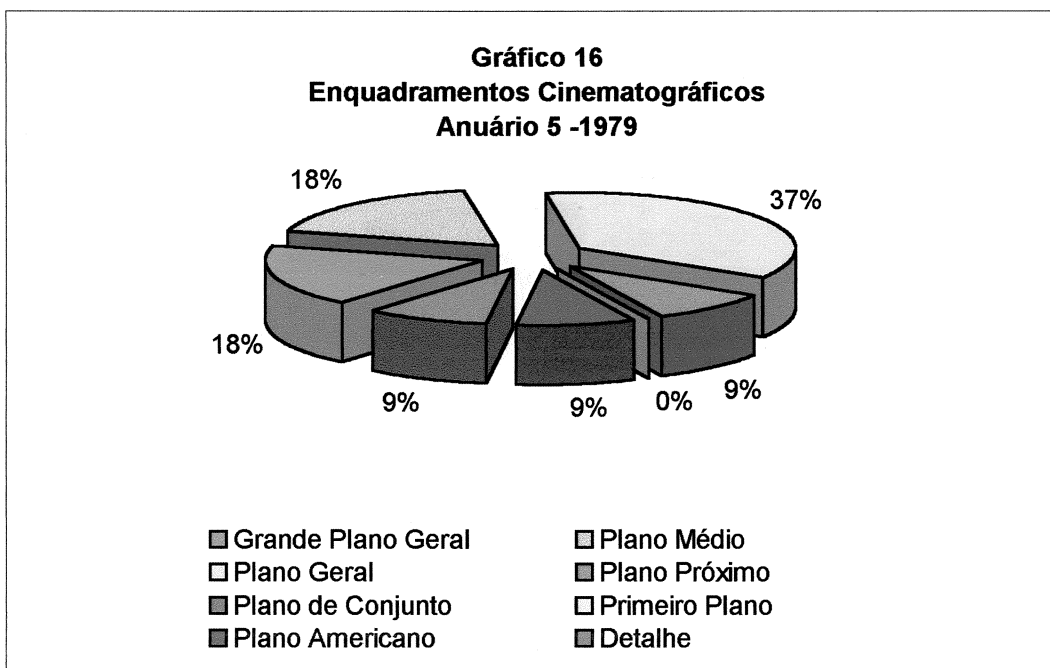
5.7.3 Anuário 3 - Enquadramentos Cinematográficos



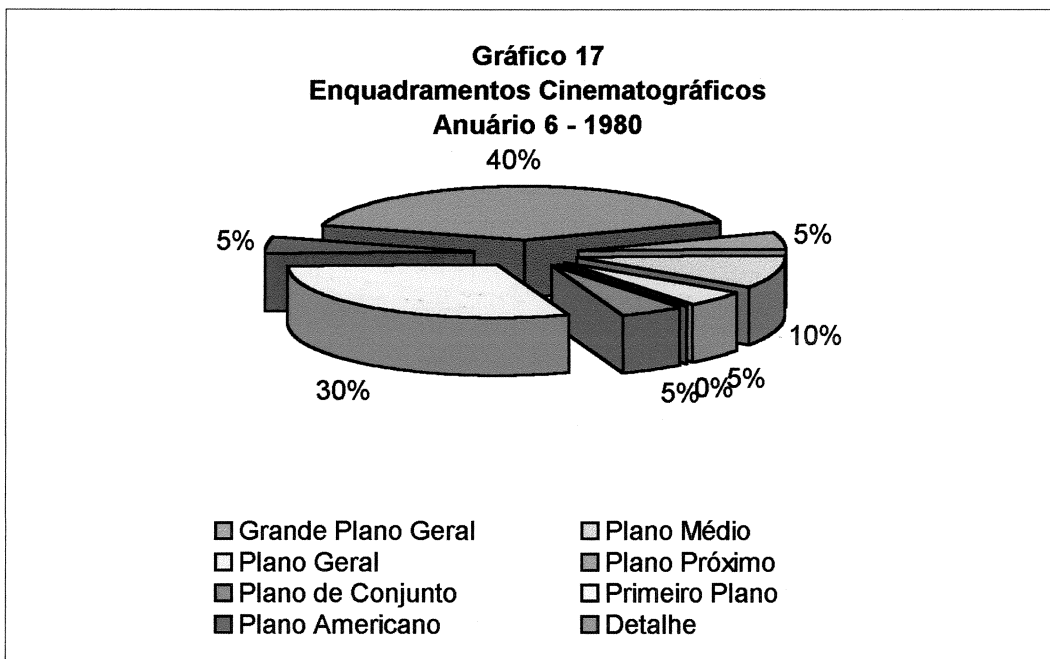
5.7.4 Anuário 4 - Enquadramentos Cinematográficos



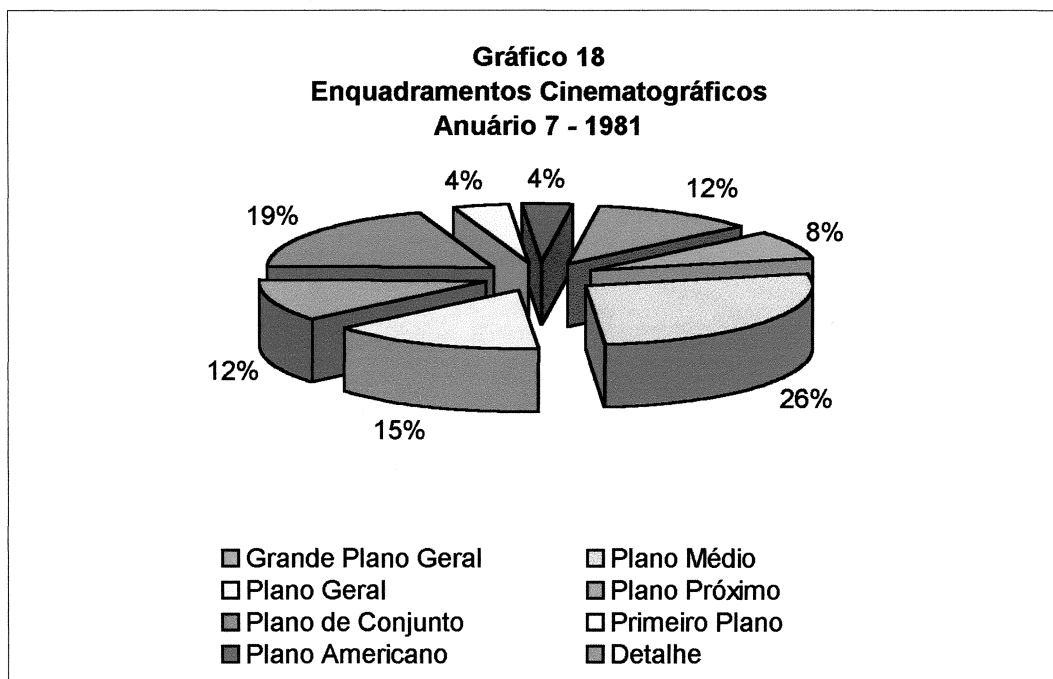
5.7.5 Anuário 5 - Enquadramentos Cinematográficos



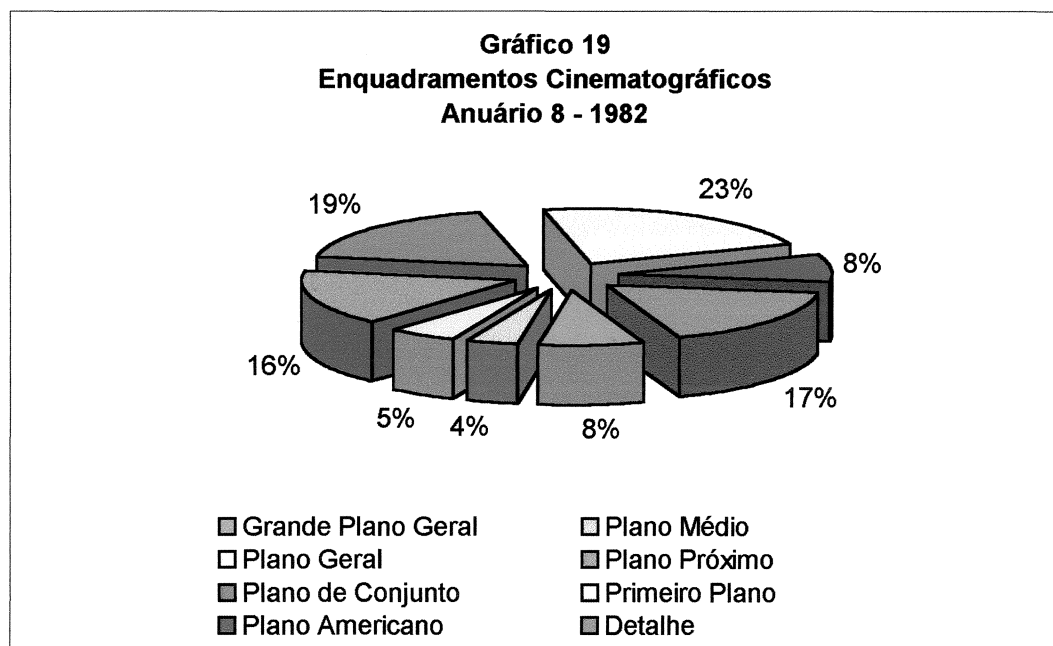
5.7.6 Anuário 6 - Enquadramentos Cinematográficos



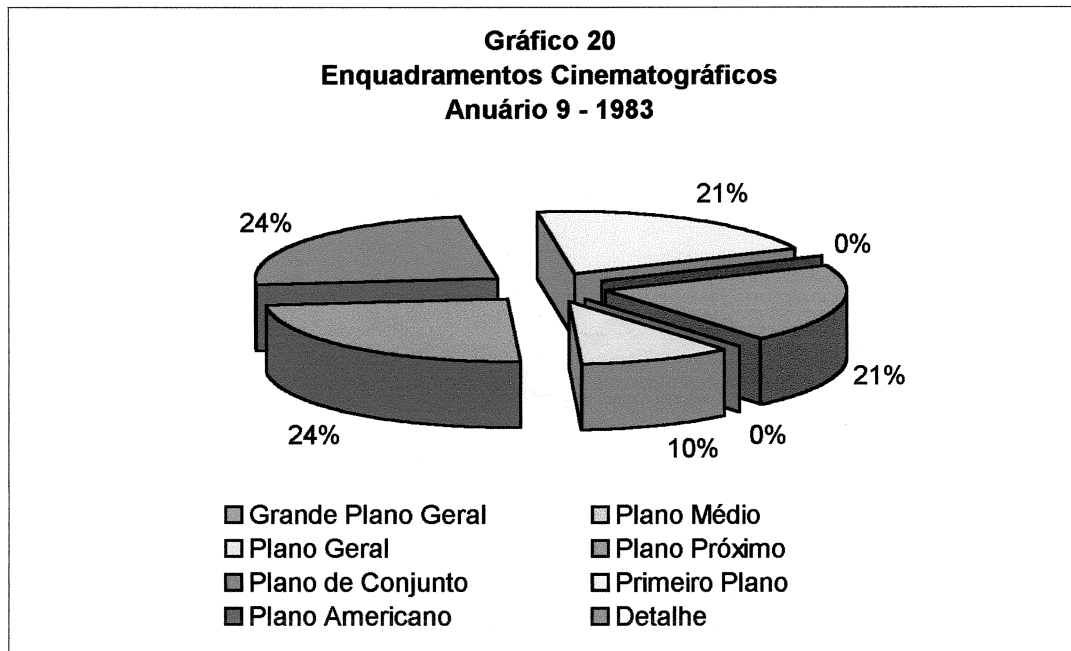
5.7.7 Anuário 7 - Enquadramentos Cinematográficos



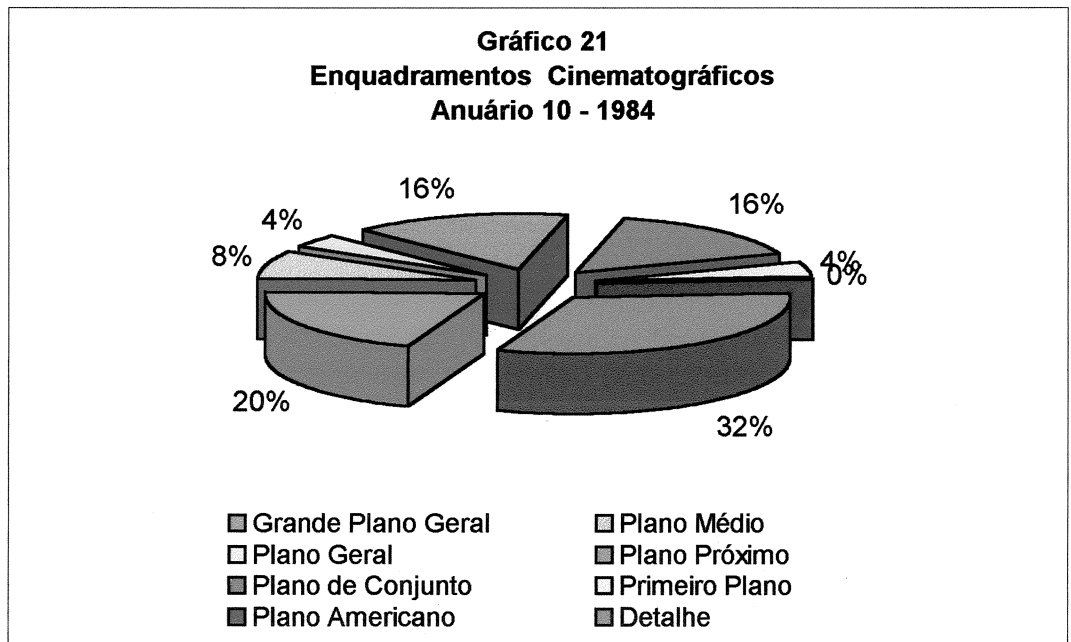
5.7.8 Anuário 8 - Enquadramentos Cinematográficos



5.7.9 Anuário 9 - Enquadramentos Cinematográficos

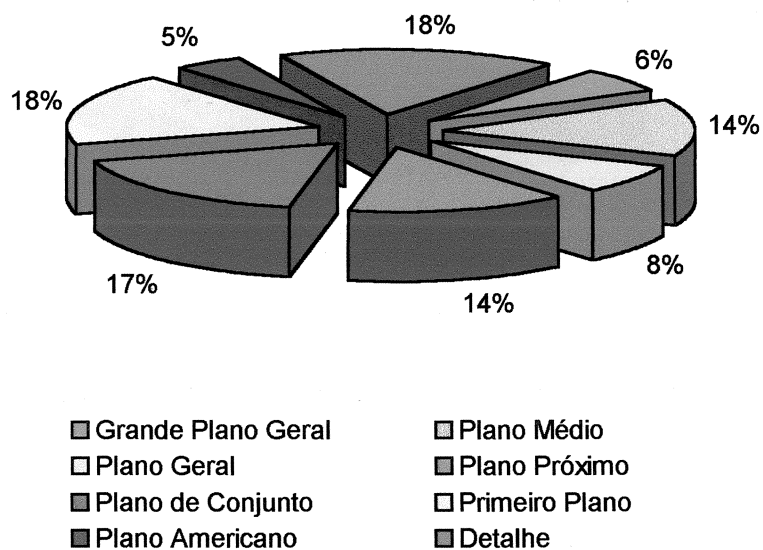


5.7.10 Anuário 10 - Enquadramentos Cinematográficos



5.7.11 Enquadramentos Cinematográficos Anuários 1 a 10

Gráfico 22
Enquadramentos Cinematográficos
Anuários 1 a 10



CAPÍTULO VI

6.1 Interface Arte/Propaganda

Nos anos 60, as interfaces entre Propaganda e Arte Internacional são conhecidas. Andy Warhol retoma valores dadaístas, aos quais incorpora elementos técnicos pertencentes à publicidade e às artes gráficas. É, no dizer de Argan¹, "quem mais se atém à documentação objetiva dos fetiches-símbolo da civilização de consumo", utilizando seus conhecimentos de fotolitografia para obtenção de alto-contraste de imagens e os recursos de retículas ampliadas para, através da serigrafia, reproduzir seu mundo de consumismo, seus assuntos de massa, a foto que saiu no jornal.

Historicamente, podemos observar que essas interfaces existem desde o momento em que a arte se movimenta em direção à sociedade de massa. Na Pop Art a arte caminha em direção à propaganda, problematizando com essa postura o valor da arte como mercadoria.

Roy Lichtenstein, nesse mesmo período, trabalha influenciado pela vivência de designer de publicidade e decorador de vitrines, mas, ao contrário

¹ ARGAN, Giulio Carlo. *A Arte Moderna*. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 1993, p. 688.

de Warhol, despreza as facilidades da reprodução fotográfica e amplia recortes de história em quadrinhos, à mão, imitando os pontos de retícula, reverenciando-os.

Para Argan, “Lichtenstein analisa a trajetória ascendente ou formadora da imagem da comunicação de massa, ou seja, analisa o processo tecnológico com que se fabricam imagens capazes de atingir a psicologia coletiva”, enquanto Warhol se preocupa com “a trajetória descendente ou desintegradora, o *iter* do consumo psicológico da imagem-notícia. Lichtenstein não se preocupa com a mensagem, com o conteúdo dela, e, envolvendo-se com o meio, antecipa, em suma, a descoberta de McLuhan: a verdadeira mensagem é o *medium*, isto é, o *medium* apenas comunica-se a si mesmo”.²

E é neste contexto que, nas últimas décadas, a arte caminhou a passos largos em direção à sociedade de consumo. “Hoje, (1973) passamos da produção de artigos empacotados para o empacotamento de informações. Antigamente invadíamos os mercados estrangeiros com mercadorias. Hoje invadimos culturas inteiras com pacotes de informações, entretenimentos e idéias. Em vista da instantaneidade dos novos meios de imagem e de som, até o jornal é lento”³.

Da aldeia global, preconizada por McLuhan, que o desenvolvimento dos

² ARGAN, Giulio Carlo. *Arte Moderna*. São Paulo: Editora Schwarcz Ltda., 1993, pp. 646 e 647.

³ IANNI, Octávio. *A Sociedade Global*. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira S/A, 1992, p. 48.

sistemas de telecomunicações durante o período da guerra fria garantiu, aos tempos neo-liberais da nova ordem mundial, da internetização e da globalização, esta instantaneidade vem multiplicando-se, organizando-se em rede, impondo novos padrões de comportamento e compreensão. Portanto, nos anos 70, a publicidade brasileira tem, como motivo principal, a gênese da produção multimídia no Brasil, e, conseqüentemente, sua utilização na propaganda. Isso merece atenção uma vez que, no caso brasileiro, as influências têm quase sempre um efeito tardio e muitas vezes diferenciado, como aconteceu com a Nova Objetividade Brasileira em relação ao *Pop* internacional. No caso específico da Nova Objetividade Brasileira, ela acontece com aproximadamente cinco anos de defasagem e incorpora aspectos da arte *pop* e das tendências do construtivismo russo. Ao contrário da *Pop* Americana, que utiliza o cinismo na relação com o consumo e a sociedade de massa, os artistas brasileiros utilizam-se da linguagem *Pop* como crítica ao Imperialismo Americano.

Na publicidade essa crítica não existe. Ela é filtrada pelos patrocinadores, ou seja, pelas indústrias multinacionais implantadas no Brasil com os planos de desenvolvimentos econômicos a partir dos anos 50, intensificados no governo militar, a partir dos anos 60-70. A publicidade brasileira dos anos 70 utiliza-se de artifícios da tendência *Pop* Americana ora como tema, ora como linguagem estética. A possibilidade da utilização da arte

como tema na publicidade foi construída pela própria arte moderna com todo o processo de banalização, desde o Dadaísmo de Marcel Duchamp.⁴ No entanto, são os movimentos iniciados pela *Pop Art*, que abrem os caminhos para a Pós-modernidade na perspectiva americana. A arte moderna, que tinha rompido com o passado no Futurismo (1911) tendo como bandeira uma atualidade infinita, nos anos 80 retoma a presença do passado. Conforme já indicamos, a publicidade brasileira já utilizava como tema a arte moderna nos anos 70, em citações temáticas de movimentos modernos como o cubismo, surrealismo, dadaísmo e pop arte. Podemos considerar esse procedimento um desdobramento pós-moderno, pois estes movimentos mencionados eram compreendidos como estilos definidos e usados como conhecidos do público, ainda que, na maioria das vezes, fossem rebaixados em suas caracterizações. Neste sentido, podemos dizer que a propaganda utiliza-se da arte conscientemente quando a apresenta como tema de seus anúncios. Podemos perceber, no entanto, que este procedimento é válido para os movimentos mais absorvidos e identificados. Se compararmos uma utilização temática da publicidade dos anos 70, cujo tema seja o cubismo, e outra a *Pop Art*, notaremos que no caso da primeira ela é tema, enquanto, na segunda, observamos a apropriação da estrutura e da concepção pop.

⁴ Como podemos ver em seu trabalho “A Fonte – 1917”, onde ele apresenta um urinol assinado.

Os anúncios dos anos 70 estão influenciados diretamente pelos movimentos contemporâneos: a *Pop Art* Americana e o Minimalismo. No caso americano, o Minimalismo surgiu como uma negação à aderência *Pop* ao mercado de consumo, mas herdou do mesmo a grande escala⁵. É curioso pensar que um movimento como o Minimalismo, cuja origem inicial seja a escultura, possa ter influenciado a Publicidade.

*“Formalmente, as obras “minimalistas” apresentam-se como esculturas executadas nos materiais mais diversos (aço, ferro, plexiglass, madeira, elementos luminosos), em geral com um aspecto de frias formas geométricas dispostas em ângulo recto mas, muitas vezes, de uma geometria imperfeita, ou seja, que já não é o espelho da idéia platônica, do fixo e do imutável. Pelo contrário, é uma geometria do relativo, do possível, do fenomênico; é uma solidificação do imediato e do móvel, do que se precipita e do tranchant, do instável e do periclitante”.*⁶

Evidencia-se a aproximação entre a Publicidade dos anos 70 e o minimalismo como extensão da idéia inicial presente em suas estruturas primárias e nas características construtivas geométricas nelas problematizadas. Deve-se lembrar que as características construtivas já presentes nas artes

⁵ “...é muito importante observar que as dimensões geralmente grandes da obra e a escala arquitetônica permitem que o escultor domine o ambiente”. Trecho do Catálogo da Exposição do Venish Museum em Nova Iorque, citado por FUSCO, Renato De. *História da Arte Contemporânea*. Lisboa: Editorial Presença Ltda, 1988, pp. 330 a 336.

⁶ FUSCO, Renato De. *História da Arte Contemporânea*. Lisboa: Editorial Presença Ltda, 1988, pp. 330 a 336.

plásticas brasileiras desde os anos 50 – Concretismo⁷ (Paulista) e o Neoconcretismo⁸ (Carioca) - seguem pelos anos 60 na Nova Objetividade.⁹ Já o Minimalismo não se materializou como um movimento na arte brasileira; no entanto, as suas reduções de estrutura e limpeza são encontradas em vários artistas que produziram instalações até os anos 80. Na Publicidade, tanto os anúncios classificados como grande texto, como os que chamamos grande ilustração foram influenciados pelo minimalismo e pela *Pop Art*. Nas relações entre texto e foto (formando a estrutura) é evidente o rigor estrutural na simplificação dos elementos apresentados, tanto nas composições onde o texto é predominante, como naquelas em que a imagem ocupa todo o campo. Portanto, não se trata de uma influência literal, mas segundo o entendimento de Montaner (1997, p. 183) na frase de Miles van der Rohe: “O menos é mais”, que coloca a economia de elementos como simplificadora da estrutura. Isto está presente nos anúncios dos anos 70/80.

Podemos observar que a publicidade vem utilizando o valor da arte como o qualificador de seus produtos, ou como simulação (simulacro) da valorização da qualidade de vida, da maneira de viver, uma vez que esta perdeu a possibilidade de um valor em si, conforme nos demonstra Baudrillard:

⁷ Concretismo. In: TEIXEIRA LEITE, José R. *Dicionário Crítico da Pintura no Brasil*. Rio de Janeiro: Artlivre, 1988, p. 132.

⁸ Neoconcretismo. Idem, p. 50.

⁹ Nova Objetividade. Ibidem, p. 358.

“A lei que nos é imposta é a da confusão dos gêneros. Tudo é sexual. Tudo é político. Tudo é estético. Simultaneamente. Tudo tomou sentido político, principalmente depois de 1968: a vida cotidiana e também a loucura, a linguagem, a mídia, assim como o desejo, tornam-se políticos à medida que entram na esfera da liberação e dos processos coletivos de massa. Ao mesmo tempo, tudo tornou-se sexual, tudo é objeto de desejo: o poder, o saber, tudo se interpreta em termos de fantasmas e de recalque, o estereótipo sexual está em tudo. Ao mesmo tempo, tudo se estetiza: a política se estetiza no espetáculo, o sexo na publicidade e na pornografia, o conjunto das atividades naquilo que se convencionou chamar cultura, espécie de semiologização midiática e publicitária que invade tudo – o grau Xérox da cultura”.¹⁰

Nossa cultura, segundo Baudrillard, está constituída de deslizamentos entre as partes, existindo arte na política, estética na economia e assim por diante... O período a que nos referimos corresponde exatamente a um momento em que este tipo de consciência está presente na propaganda. Quem realmente se valeu deste mundo da cultura, dos deslizamentos entre as partes, foi a Pop Americana e especialmente Andy Warhol¹¹, que produziu conscientemente seu trabalho. Portanto, a produção da propaganda no Brasil estava bem informada sobre as questões da arte e seus interesses, assertiva

¹⁰ BAUDRILLARD, Jean. *A Transparência do Mal*. São Paulo: Papyrus Editora, 1990, p. 15

¹¹ “ O único benefício de uma lata de sopa Campbell de Andy Warhol (mas ele é imenso) consiste em não mais colocar a questão do belo e do feio, do real e do irreal, da transcendência ou da imanência,...” Idem, p.24.

que pode ser facilmente constatada em exemplares do período estudado como em anúncios da “Levi’s” de 1980, com o título “Movimento Pop-Art”, com direção de arte de Francisco Petit, redação de Washington Olivetto e direção de criação de Francisco Petit e José Zaragoza. (Fig. 13)

Figura 13



Anúncio 05/027

Figura 14



Andy Warhol, Turquoise Marilyn, 1962

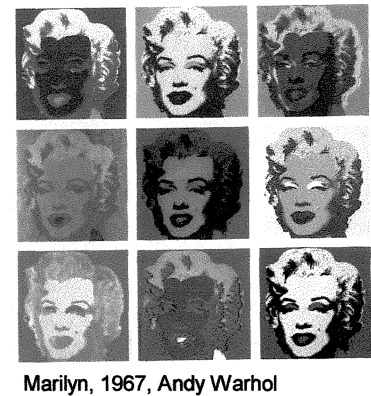
Neste anúncio vemos clara a citação da Pop-Art de Andy Warhol, demonstrando uma utilização direta da linguagem do artista pop americano. Nele temos a própria obra de Andy, Turquoise Marilyn de 1962. (Fig. 14)

Neste aspecto, o caminho desenvolvido por Warhol, partindo da linguagem da propaganda para a arte, é inversamente percorrido pelo anúncio da “Levi’s”. Estes procedimentos são reiterados nos trabalhos do anunciante Hoechst de 1977, com direção de arte de Magy, redação de Wagner Fornell e fotografia de Miro da agencia Lage, Stabel & Guerreiro, onde temos uma composição em grade com a repetição de fotografias de pessoas diferentes enquadradas em primeiro plano. (Fig. 15)

Figura 15



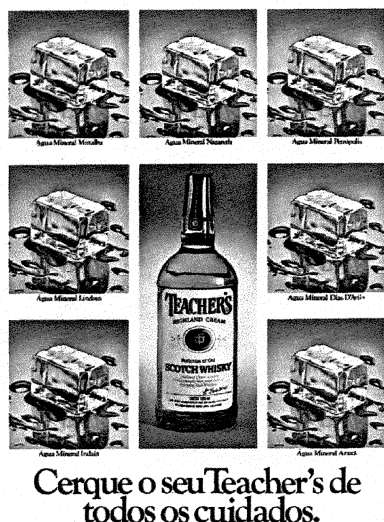
Figura 16



Este procedimento é semelhante à obra de Warhol com repetição do rosto da Marilyn Monroe (Marilyn, 1967). (Fig. 16)

Nela encontramos a repetição de nove imagens realizadas em serigrafia. Warhol sabia como representar o mundo da sociedade de massa e consumo e o segredo desta representação consistia na repetição da imagem. Sabia ainda que para existir uma sociedade de massa era necessário que houvesse também uma fábrica de imagens. Hollywood deu início a esta produção criando seus ídolos e mitos para o consumo. Entretanto, no anúncio em questão notamos a ausência de qualquer conotação destes conceitos, e a solução se apóia unicamente em sua linguagem, valendo-se apenas da estrutura que se mostra facilmente reconhecível. O mesmo procedimento pode ser encontrando em um grande conjunto da produção desta época como, por exemplo, no anúncio da “Teacher’s” de 1982. (fig. 17)

Figura 17



Anúncio 08/043

Figura 18



Andy Warhol, *Tunafish Disaster*, 1963

O anúncio, com direção de arte de Nelson Catto, redação de Juvenal de Azevedo/Carlos A. Hardt Chiesa e fotografia de Renato Berg, é apenas um entre os inúmeros casos de repetição como em Andy Warhol, *Tunafish Disaster*, 1963. (Fig. 18)

Embora o mundo da arte contemporânea tenha se expressado com significativa repetição na propaganda e a Pop Art tenha sua primazia, não podemos deixar de atentar para outras manifestações simultâneas como, por exemplo, o interesse pelo Surrealismo de René Magritte demonstrado em inúmeras citações de anúncios diversos como: Anuncio da “Air France”, com direção de arte de Júlio Mola (Figs. 19, 20, 21), e o anúncio da “Deca” (Fig. 23),

com direção de arte e criação de José Zaragozza, redação de Neil Ferreira, fotografia de Moacir Lugato, da agência DPZ.

Figura 19

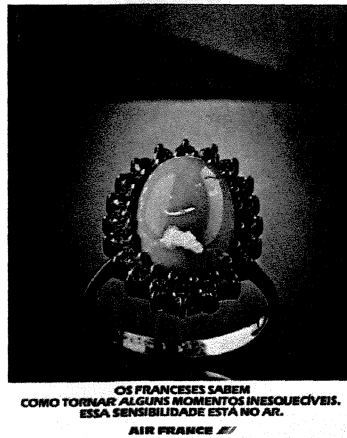


Figura 20

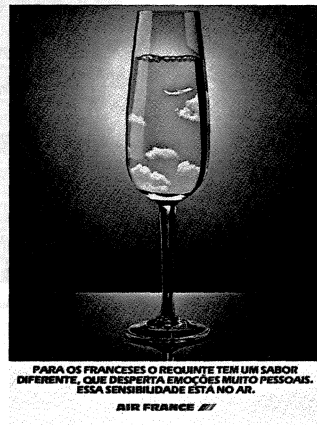


Figura 21



Figura 22



René Magritte, Valores Pessoais, 1932

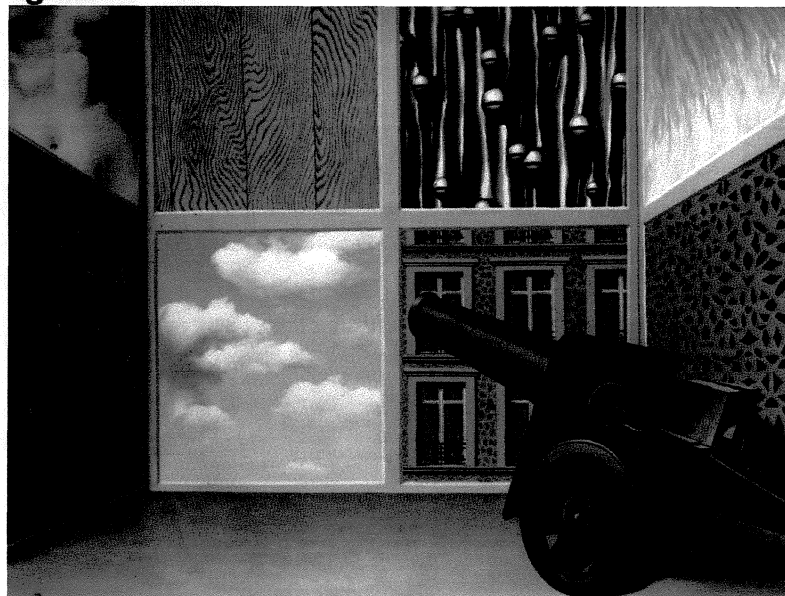
Figura 23



Anúncio 06/066

Vemos, claramente, nos trabalhos de René Magritte “No Limiar da Liberdade” de 1929 (Fig. 22), “Valores Pessoais” de 1932 (Fig. 24), elementos inspiradores dos anúncios acima.

Figura 24



René Magritte, *No Limiar da Liberdade*, 1929

No período estudado, o Surrealismo ainda iluminava as telas do cinema com obras primas de Luis Buñuel¹² e mantendo-se atualizado, mas, certamente, o que fez a propaganda interessar-se pelo Surrealismo não foi esta produção. Talvez, ela tenha despertado a atenção de nossos publicitários. Porém, penso que o interesse publicitário venha do impacto que as imagens surrealistas produzem no público. Embora a cultura brasileira, até os anos 50, período anterior à televisão, se expressasse predominantemente pela palavra e pelo texto, é justamente este texto que aproxima a imagem surreal da compreensão do público. O Surrealismo abre, assim, uma porta para a modernidade mantendo procedimentos de representação pictórica acadêmica, como pode ser visto em Salvador Dali e outros artistas.

O movimento surrealista sempre manteve um texto subordinado à imagem, estruturado pelo onírico. Parece que esta característica da arte surreal contempla, no caso da cultura brasileira, a possibilidade da tradução da imagem para o texto. As imagens de René Magritte são, além de surreais, metalinguagens, demonstrando que o artista tinha uma compreensão dos suportes da arte que utilizava. Seus quadros não eram apenas sonhos, mas uma viagem pelo mundo da representação e da representação artística. Os anos 70 são, também, para a arte, os anos da consciência dos suportes sobre os quais se trabalhava e a metalinguagem demonstra esta consciência. Nesse

¹² *Le Discret Charm de la Bourgeoisie* (1972), *Le Fantôme de la Liberté* (1974) e *Cet Obscure Objet du Désir* (1977).

sentido, a propaganda também procura demonstrar este entendimento realizando trabalhos que se apropriam da linguagem da arte e da sua estrutura como já se mencionou, realizando, também, anúncios plagiando grandes artistas.

Na “Série Cigarro Hilton” de 1980, a DPZ veiculou vários anúncios desta marca, nos quais o ilustrador inseriu a imagem da embalagem do produto em obras de Picasso, Dali, Toulouse Lautrec, Mondrian e Magritte. Esta série teve direção de arte de Francesc Petit, redação de Lawrence Klinger, direção de criação de Washington Olivetto/Lawrence Klinger e ilustração de Rodolfo Vanni, da Agência DPZ.

A pintura cubista de Pablo Picasso e o surrealismo de Salvador Dali são alvo de apropriação, plena e deliberada, por parte dos criadores do anúncio uma vez que a intenção é exatamente a de fazer valer as qualidades das obras e o seu pronto reconhecimento associado a uma conduta do fumante ou candidato ao vício. Obras de Mondrian e Lautrec, também, integram o conjunto.

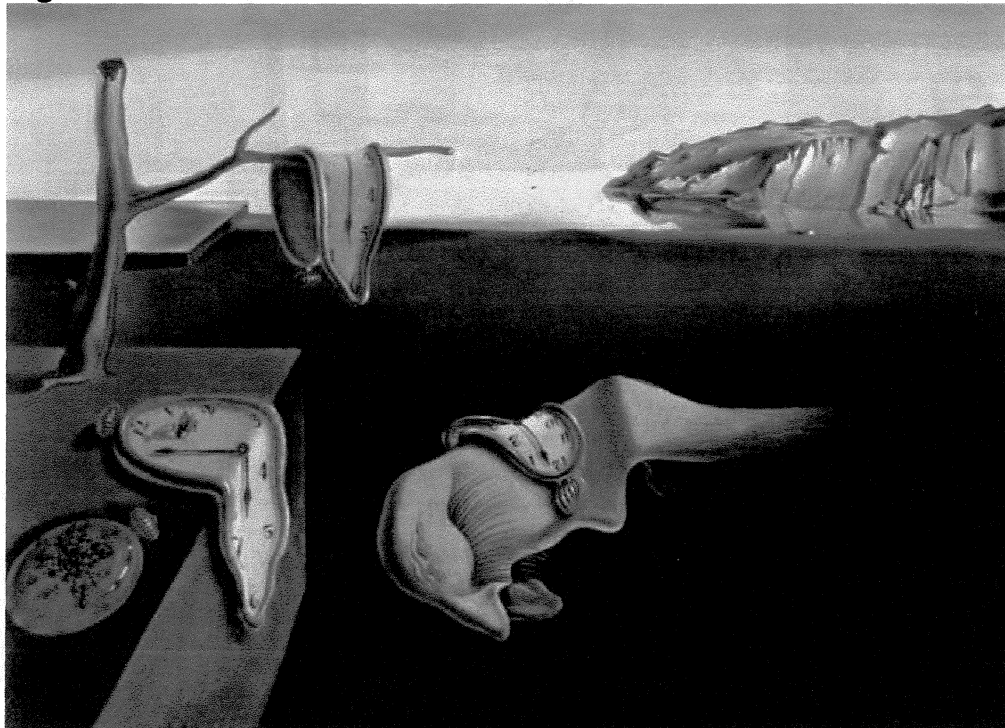
Figura 25



Anúncio de Hilton - 06/002 - 1980

O ilustrador Rodolfo Vanni refaz o estilo de Picasso colocando a embalagem do cigarro Hilton de maneira harmoniosa em relação aos outros elementos da pintura, mas em posição especial, apoiada no Eixo de Equilíbrio e Eixo de Sustentação. (Fig. 25)

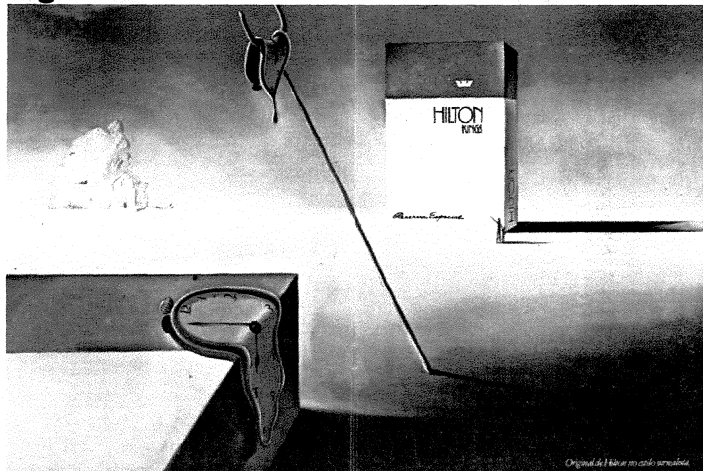
Figura 26



Salvador Dalí

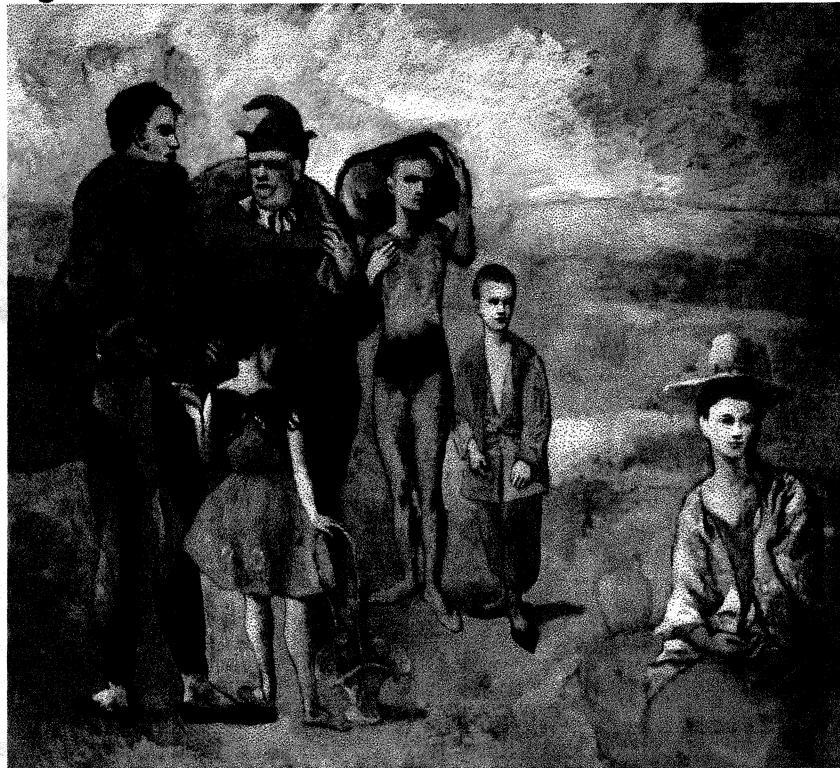
O Surrealismo de Salvador Dalí (Fig. 26) refeito na ilustração abaixo também de autoria de Rodolfo Vanni. (Fig. 27)

Figura 27



Anúncio de Hilton - 06/020 - 1980

Figura 28



Pablo Picasso, Família de Saltimbancos

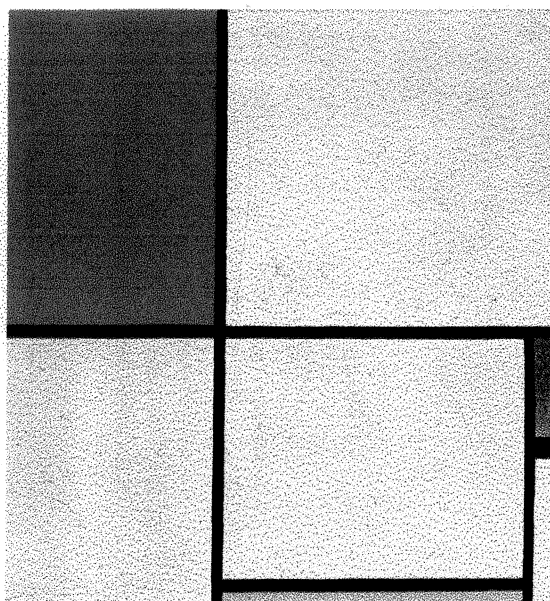
Figura 29



Anúncio de Hilton - 06/021 - 1980

Um detalhe de “A Família de Saltimbancos” (Fig. 28) de Pablo Picasso foi reproduzido pelo mesmo ilustrador, que inseriu a embalagem de Hilton na lateral direita da ilustração (Fig. 29), mantendo as características pictóricas do trabalho.

Figura 30



Mondrian, *Composição com Vermelho, Amarelo e Azul*, 1932

Figura 31



Anúncio de Hilton - 06/022 - 1980

O objetivo da série é passar a idéia de sofisticação, erudição, bom gosto fundamentados na premissa de que os conhecedores de arte reconhecerão as obras identificando os artistas autores, oferecendo, portanto, aos fumantes que optarem por esta marca, a condição, glamourizada, de *expert* em artes plásticas.

Figura 32



Henri de Toulouse-Lautrec

Figura 33

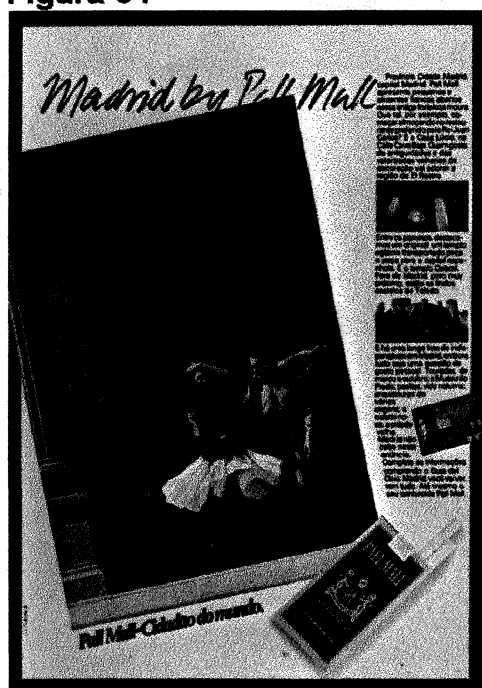


Anúncio de Hilton - 06/023 - 1980

A propaganda de cigarros, sempre na corda bamba por estar anunciando um produto que efetivamente não possui qualidades a oferecer aos seus consumidores, procura alternativas circunstanciais para atingir seu público-alvo.

Assim sendo, estratégias são procuradas para falar da marca, distanciando-se do produto, que, na maioria das vezes, aparece metonimicamente representado pela sua embalagem, como na série Hilton, incrustada em obras de arte conhecidas. Ou, como no caso do Pall Mall (Figs. 34, 35, 36, 37),

Figura 34



Anúncio de Pall Mall - 08/031- 1982

Figura 35



Anúncio de Pall Mall - 08/032 - 1982

ligado a lugares sofisticados de cidades do mundo apresentadas pela marca, como nos anúncios em que atuaram, como redator, Ivan Lasco Rotundo, diretor de arte, Aurélio Julianelli, diretor de criação, José Fontoura da Costa e fotógrafo, Chico Aragão.

Figura 36



Anúncio de Pall Mall 08/033 – 1982

Figura 37



Anúncio de Pall Mall - 08/034 - 1982

Outras vezes, esse distanciamento dá-se pela ação que o modelo-personagem, fumante, desempenha em campanhas, que, embora não apareçam nos anuários, são contemporâneas das apresentadas acima. Lembramos algumas: “Os homens se encontram no Arizona”¹³, “Venha para o mundo de Marlboro”, “Ao Sucesso”(Hollywood) ou mesmo “Para quem sabe o que quer” (Minister).

¹³ Fato curioso aconteceu, nessa época, quando a Souza Cruz, numa ação entendida na ocasião como de espionagem, conseguiu tirar o brilho de novidade da campanha da Phillips Morris, antecipando-se na mídia ao lançamento do Marlboro “Venha para terra de Marlboro” com uma campanha, com o mesmo tema, “Os homens se encontram no Arizona”, que expressa um conteúdo maroto, pressupondo uma vantagem: enquanto a Phillips Morris apenas convidava, a Souza Cruz afirmava que os homens se encontravam no Arizona.

6.2 Pop Art, influências

Além das apropriações, plágios, citações que encontramos no conjunto dos anúncios publicados nos Anuários, é relevante notar como os publicitários conseguiram criar um estilo próprio da propaganda brasileira a partir das influências dos movimentos Pop Art e Minimal Art.

A Pop Art iniciada na Inglaterra ganhou força nos Estados Unidos. “O termo em si foi usado pela primeira vez pelo crítico britânico Lawrence Alloway, em 1954, como um rótulo conveniente para a “Arte Popular” que estava sendo criada pela cultura de massa. Alloway ampliou o termo em 1962 para incluir a atividade de artistas que estavam procurando usar imagens populares em um contexto de “Belas Artes”, desde então surgiu uma série de outros rótulos concorrentes, mas este foi o que vingou, apesar dos protestos (ocasionais) dos próprios artistas.”¹⁴

Desta polêmica, Giulio Carlo Argan nos apresenta as seguintes considerações sobre o título e ideologia Pop: “Uma concepção seguramente não-utópica, e até certo ponto desalentada e passiva, da realidade social encontra-se na raiz de outro amplo fenômeno (na verdade, não se pode qualificá-lo de movimento ou tendência): a chamada *Pop Art* (*pop de popular*). O termo *popular*, ao menos no sentido que tem na Europa, é impróprio: a *Pop*

¹⁴SMITH, Edward Lucie. *Conceitos da Arte Moderna*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda, 1991, p. 160.

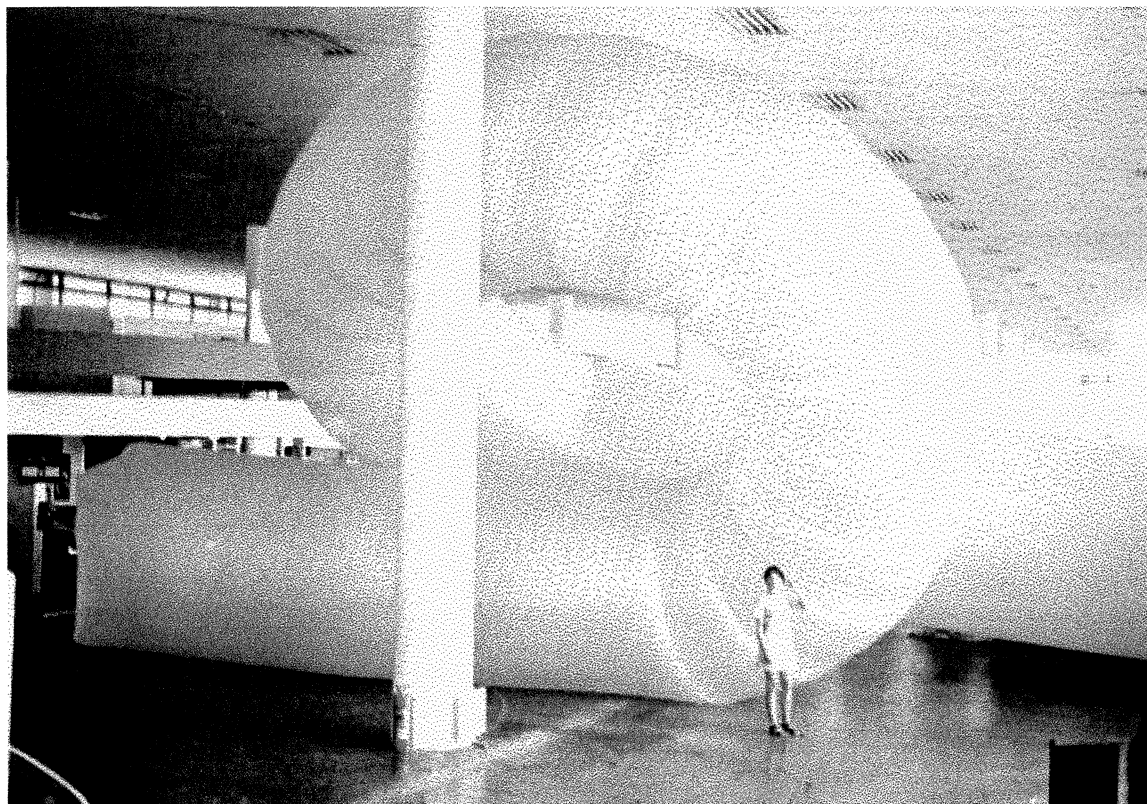
Art expressa não a criatividade do povo, e sim a não-criatividade da massa. É verdade que manifesta, acima de tudo, o desconforto do indivíduo na uniformidade da sociedade de consumo, e por vezes suas inúteis veleidades de rebeldia; todavia, sabe-se que, sem uma orientação ideológica, o mal-estar e as rebeliões secretas dos indivíduos não ameaçam o sistema”.¹⁵

Resumindo, na passagem para a arte americana a Pop Art afastou-se ainda mais do significado popular e integrou totalmente o mundo da fábrica de imagens que vendia os produtos de nossa sociedade de massa. O pop não é popular e não é uma cultura popular para a massa; é, na verdade, ora uma reflexão irônica, ora uma admiração das formas produzidas por esta cultura de massa. Em um certo sentido, a Arte Pop Americana potencializa o caminho hegemônico da produção artística internacional tornando-se no Novo Mundo ou Novo Ocidente uma das primeiras devoluções ao Velho Continente de uma arte nova produzida fora da Europa. Vale notar que a Pop Art Americana, pelas razões acima levantadas, seguiu um caminho novo tendo, como universo de representação, limites nem sempre tão claros quanto a seus temas, entre a realidade da sociedade de massa e suas invenções. Essas são simulações dos próprios procedimentos e técnicas do mercado na sociedade de massa. Portanto, em muitos exemplos podemos notar um processo de abstração ainda maior que no Expressionismo Abstrato.

¹⁵ ARGAN, Giulio Carlo. *Arte Moderna*. São Paulo. Editora Companhia das Letras, 1993, p. 575

A influência da arte dos anos 60 chega ao Brasil com um atraso, mas é evidente a sua influência no meio da propaganda brasileira no período estudado (1975-1984). Consideramos que a Pop Arte no Brasil teve maior influência na propaganda que nas Artes Plásticas. Uma primeira dificuldade enfrentada pelos artistas brasileiros foi a escala dos trabalhos americanos. Nossos trabalhos tinham uma escala menor. Falamos dos trabalhos de Cláudio Tozzi, Nelson Leiner, Roberto Aguilar. Já outros, como Marcelo Nitsche, com sua “Bolha Amarela” (Fig. 38) e Carmela Gross trabalhavam com uma escala semelhante mas ainda menor que os americanos.

Figura 38



Bolha Amarela, Marcelo Nitsche, 1968.

Estes trabalhos, mais objetuais que pictóricos, provindos da arte brasileira dos anos 60 foram reunidos em 1977-78 pela pesquisadora Daisy Valle Machado Peccinini em uma exposição intitulada: "Objetos na arte: Brasil anos' 60. São Paulo, Fundação Armando Álvares Penteado, 1978". Afirma Peccinini: "Um segundo grupo de obras testemunha a reviravolta que o problema do objeto sofreu – deixou de ser codificado dentro de marcos estruturais – assumindo um significado extremamente amplo e uma morfologia complexa, contribuindo para tal situação a conjuntura internacional das vanguardas emergentes no limiar da década de 60, particularmente a Pop-Art e o *Nouveau Réalisme*¹⁶ – tendências que, se opondo ao expressionismo abstrato e a pintura gestual, propuseram uma arte que expressasse a realidade dinâmica do mundo contemporâneo industrializado"¹⁷

É importante citar o fato de que os criadores dos anúncios do período tenham se interessado predominantemente pela Pop Arte e pela Minimal do que pelo *Nouveau Réalisme*, no entanto a arte brasileira do período aproximou-se mais da *Pop Art*, pelo motivo de que a corrente francesa de Pierre Restany

¹⁶ "Paralelamente a Pop-Art, no início dos anos 60, em Paris se articulou um movimento, "Nouveau Réalisme, que se situou, como definiu seu teórico Pierre Restany. "au quarente degrés au dessus du Dada", na medida que os ready-made são considerados como matéria prima da arte não só no sentido da anti-arte, como também atribuíram aos objetos o papel de meio-mensagem social, por suas qualidades expressivas inerentes. Segundo Restany, o Nouveau Réalisme ia além do Dadaísmo, pois superava o gesto de anti-arte, de escolha de um objeto comum ao compreender a potencialidade de expressão, a carga sociológica deste, que o fazia estabelecer um processo de comunicação social.". PECCININI, Daisy V.M. (coord.) *Objeto na Arte – Brasil Anos'60*. São Paulo: Fundação Armando Álvares Penteado. 1977/78, p.17).

¹⁷ Idem, p. 13.

aproximava-se mais do Dadaísmo que dará origem à “Arte Conceitual” que também é formadora da *Pop Art* Americana. Entretanto, o que é assimilado pelo Pop são os desdobramentos dos ready-made de Marcel Duchamp realizados em grande escala, melhor dizendo na escala americana. Já, No Brasil, a revolução de 1964 provocou a chamada “Nova Objetividade”, que Hélio Oiticica, no seu texto “Esquema Geral da Nova Objetividade”, procura esclarecer o que era chamado de estado típico da arte brasileira de vanguarda. (1965). Certamente o interesse meramente estético era mais conveniente no período da ditadura militar, porque estruturava e qualificava o anúncio sem compromete-lo com as questões ideológicas do *Nouveau Réalisme*.

O que se apresentava como dificuldade em relação à escala, na arte brasileira no período, não tinha a menor importância nos anúncios porque a Propaganda utilizava como imagem a reprodução fotográfica que permitia a multiplicação dos objetos fotografados com grande facilidade. Neste sentido, podemos enquadrar um conjunto de anúncios que utilizam a repetição. Estes anúncios são claramente fruto da influência da Pop Art, especialmente da obra de Andy Warhol como as reproduções seriadas da Sopa Campbell's, da Coca-Cola, do Dólar ou dos ícones da mídia cinematográfica americana como a Marilyn Monroe, Elvis Presley etc. Nestes casos, os objetivos do anúncio e das reproduções seriadas de Andy Warhol eram diferentes. No anúncio, a repetição funcionava como um reforço retórico, já no caso das obras Pop significavam a diluição e o reforço da imagem na sociedade de massa. Repetir a Coca-Cola

significa também reproduzir o bombardeio de imagens a que estamos submetidos na sociedade de massa. Esta reprodução e multiplicação no anúncio neste caso estão organizadas por uma grade, linhas horizontais e verticais que se cruzam equidistantemente numa estrutura modular.

Figura 39



Nota de 2 Dólares (Frente e Verso)
Andy Warhol, 1962

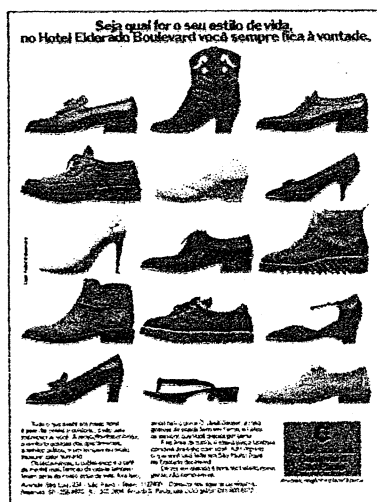


Anúncio 09/018

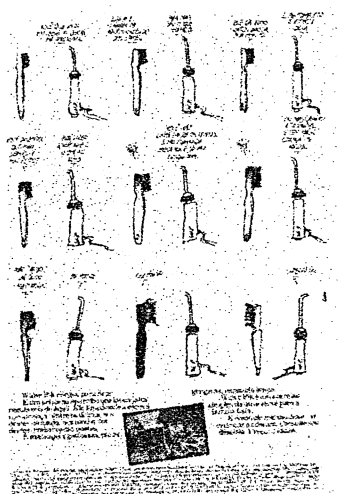
São conhecidas as obras de Andy Warhol que apresentam sapatos empilhados e com grande diversidade, semelhantes a suas apresentações nas prateleiras dos supermercados. No anúncio “Hotel Eldorado Boulevard” (Fig. 40) temos uma estrutura semelhante identificando os hóspedes pelos sapatos. Nesta forma e padrão encontramos um conjunto significativo de anúncios semelhantes. Neste caso os objetos são fotografados e montados sobre fundo branco. Mas esta forma de apresentação foi também utilizada para repetições de desenhos.

No anúncio da escova dental "Water Pik" (Fig. 40) as ilustrações assemelham-se aos desenhos de Claes Oldenburg¹⁸ e representam duas escovas conversando como numa seqüência de *cartoon*.

Figura 40



Anúncio 06/039



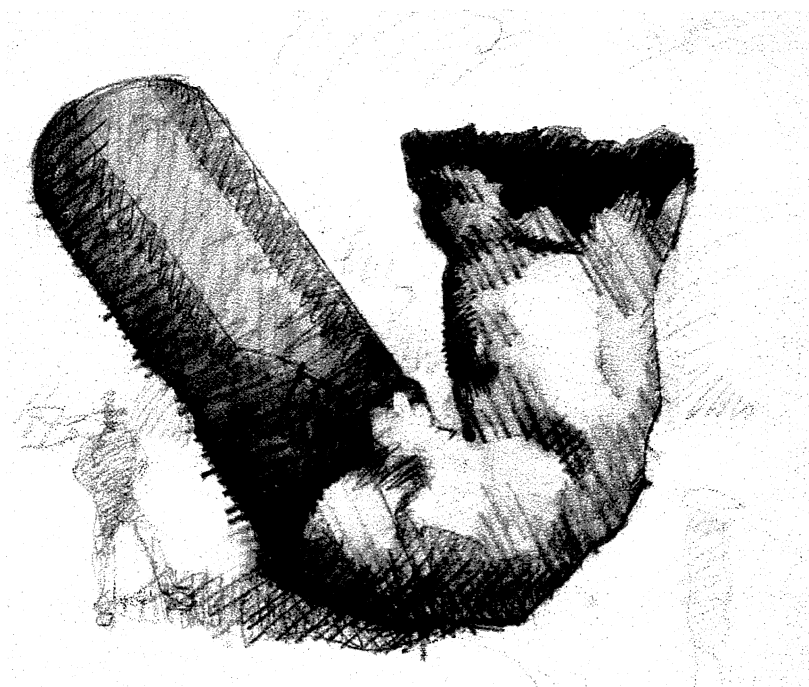
Anúncio 05/021

Também recorda a habilidade de Claes Oldenburg com seus desenhos de bituca de cigarros, Colossal Fagend In Park Setting, 1967. (Fig 41)

Claes realiza nestes tocos de cigarros a figuração da Pop Art, completamente distintas da estrutura angular de "Cigarette" de Smith (Fig. 42), semelhante a uma estrutura primária, com escala que possibilita a passagem do espectador por baixo da mesma.

¹⁸ Não podemos deixar de lembrar suas esculturas em grande escala de objetos de uso cotidiano como: prendedor de roupas, pasta dentifrícia, ferramentas como alicates, martelos etc.

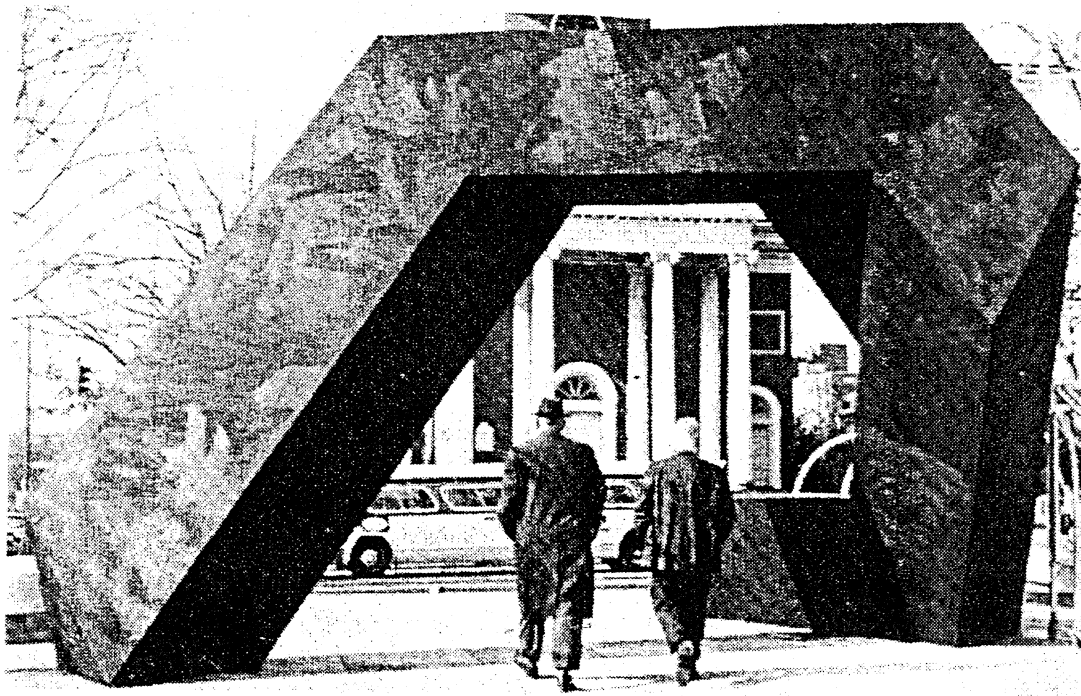
Figura 41



Colossal Fagend in Park Setting

Não é a semelhança na escala entre a escultura Pop e Minimal que nos interessa, mas a diferença entre as duas.

Figura 42



"Cigarette" de 1961-66. Tony Smith

Claes Oldenburg realiza (1967) *Giant Fagends* (Fig. 43) que se apresenta lembrando as formas retorcidas de Smith, tocos ou bitucas de cigarros que se aproxima de uma peça propagandística e, por extensão, da escultura, enquanto "Cigarette" de Smith tem uma característica de instalação

Figura 43

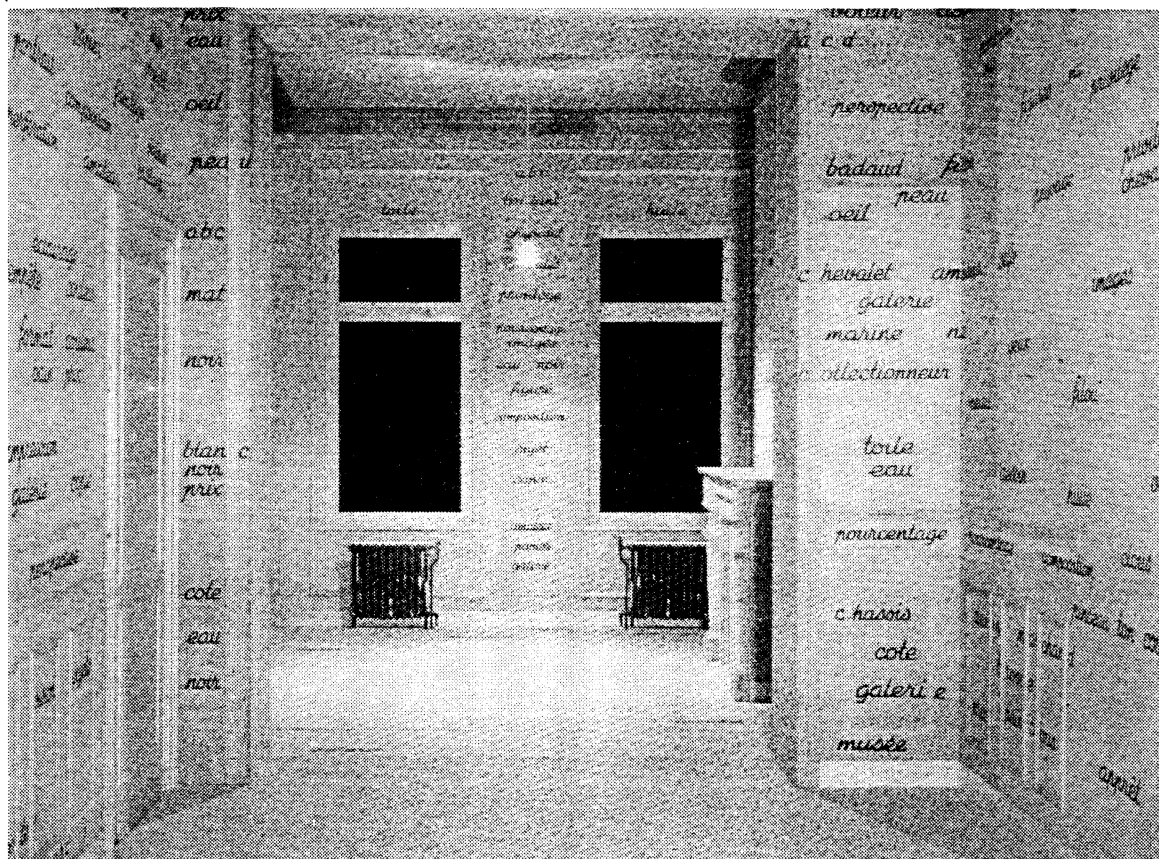


Giant Fagends – 1967 – Claes Oldenburg

próxima da arquitetura. Este é o verdadeiro caminho da escultura Pop que tem procedimentos semelhantes na propaganda brasileira do período (1975-84).

A maioria dos anúncios tem estrutura minimalista e outras vezes os temas são representados por instalações. Estamos nos referindo às instalações das artes plásticas que produzem ambientes minimalistas como, por exemplo:

Figura 44



La Salle Blanche, Marcel Broodthaers, 1975

Nestes anúncios-instalação encontramos não propriamente as estruturas primárias minimalistas, mas a estrutura simples de sua composição e a limpeza e economia de seus elementos. Vale lembrar novamente a frase de Miles van der Rohe: “menos é mais”. Portanto, quando dizemos que menos é mais nos anúncios-instalação, estamos nos referindo a uma certa “higienização” da ima-

Figura 45

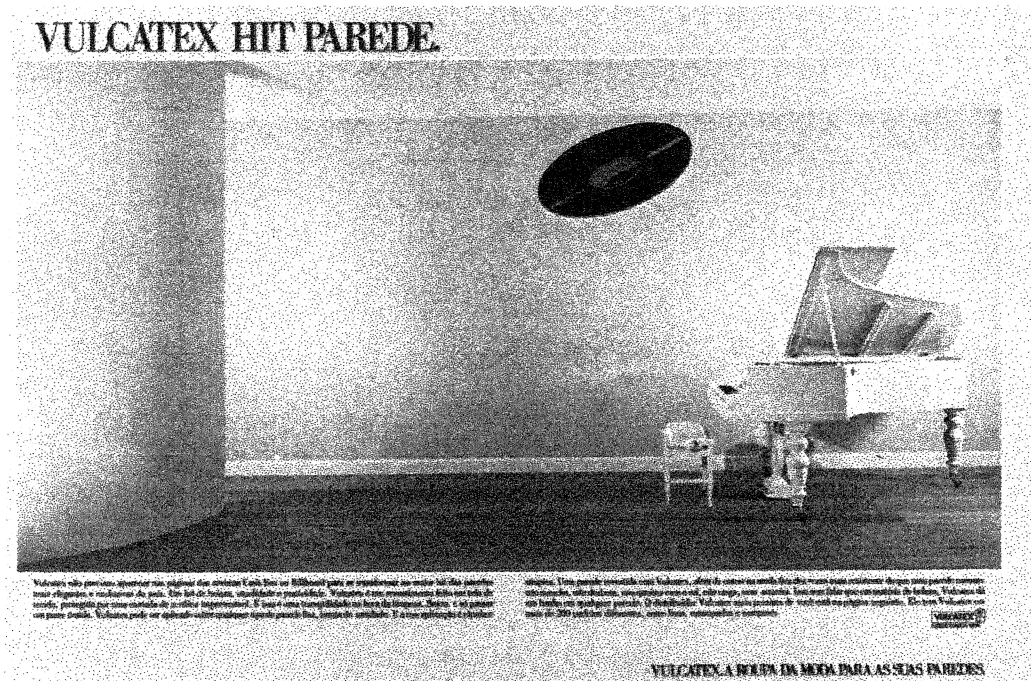


Anúncio 09/033- Duratex

gem, ou seja, uma certa “asepsia cirúrgica” na construção do anúncio.

No entanto, quando lembramos que “menos é mais” nas estruturas primárias, nos referimos às “limpezas e assepsias” estruturais. Devemos notar que muitos dos anúncios do período possuem a limpeza minimalista, estruturando inclusive motivos da Pop Art. O motivo pode ser figurativo e Pop e sua estrutura Minimal.

Figura 46



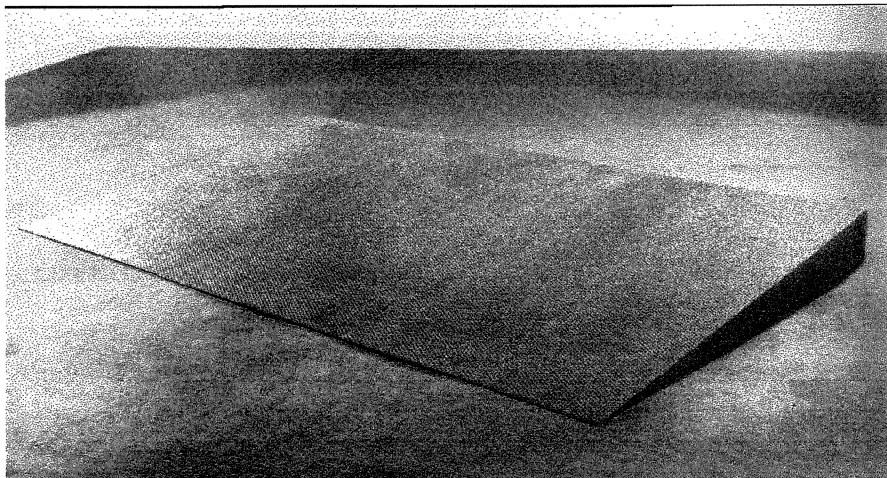
Anúncio 09/042- Vulcatex

6.3 Minimal Art

Somente a estrutura minimalista e o vazio proposto pela arte abstrata de Malevitch foram determinantes, pois, afinal, a Minimal Arte é basicamente composta de esculturas tridimensionais de grandes estruturas: “Aqueles que tornaram os principais nomes da arte “ABC” ou Minimalista – Donald Judd, Dan Flavin, Carl André, Robert Morris e Frank Stella – estavam todos interessados (com a possível exceção de Stella), em última análise, na construção de objetos tridimensionais, embora muitos deles tivessem iniciado suas carreiras como pintores – no modo expressionista abstrato. Entretanto, suas obras do período

maduro apresentam características estilísticas comuns: formas predominantemente retangulares e cúbicas, expurgadas de toda metáfora e significado, igualdade das partes, repetição e superfícies neutras. A ambição alimentada por eles era criar obras de máximo ineditismo, em que o todo fosse mais importante do que as partes e em que a composição racional fosse suprimida em favor de uma ordenação simples (progressiva, permutacional ou simétrica)".¹⁹ A escultura de Donald Judd, realizada com chapa de ferro perfurada denominada *Untitled*, 1965 (Fig. 47) , nos apresenta uma obra plana,

Figura 47



Untitled, 1965, Donald Judd

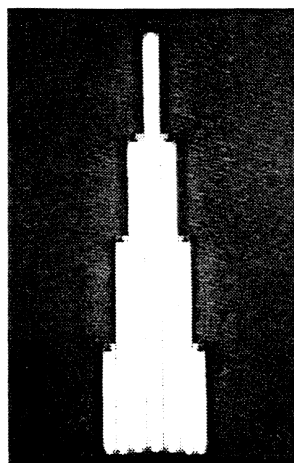
não vertical, conforme o mestre da escultura Minimal Antony Caro.²⁰

¹⁹ GABLIK, S. "Minimalismo" in: STANGOS, Nikos. "Conceitos da Arte Moderna", Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 1991, p.175.

²⁰ WALDMAN, D. Transformations in Sculpture, New York: The Solomon R., Guggenheim Foundation, 1985, p. 147.

Esta escultura, na forma de uma suave rampa, nos coloca diante de uma estrutura básica arquitetônica que nos permite uma suave elevação se subirmos a rampa. Porém esta rampa é escultura, não arquitetura, e nos pede para não subirmos. Nela temos um desenho com uma relativa transparência que serve para indicar, ainda mais, não se tratar de arquitetura. A simplicidade estrutural, a dissimulação simbólica ficam propositalmente em um espaço intermediário entre a possível representação e a não-representação.

Figura 48

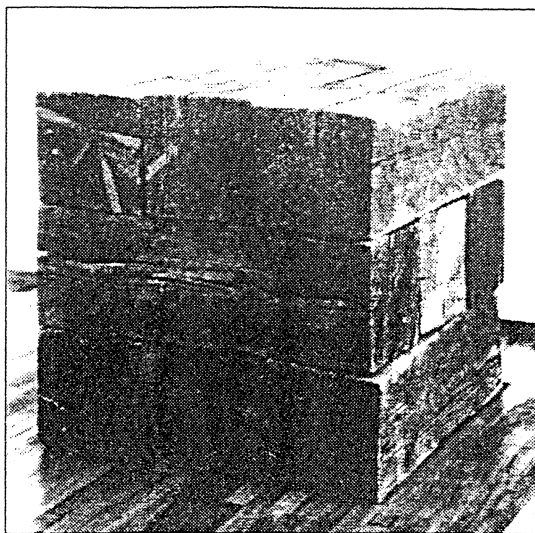


Monument 1 for V. Tatlin, 1964, Dan Flavin

O artista Dan Flavin realiza estruturas primárias com luz, criando também algumas instalações. A obra "*Monument 1 for V. Tatlin*", 1964 (Fig. 48), realizada com tubos de luz fluorescente, homenageia o artista Construtivista Vladimir Tatlin que realizou o projeto do Monumento da 3ª Internacional.

É curioso notar que o desenho formado lembra o *sky line* da cidade de Nova Iorque, certamente uma alusão à arte americana que se afirmava partindo da experiência russa de Malevitch e Tatlin.

Figura 49



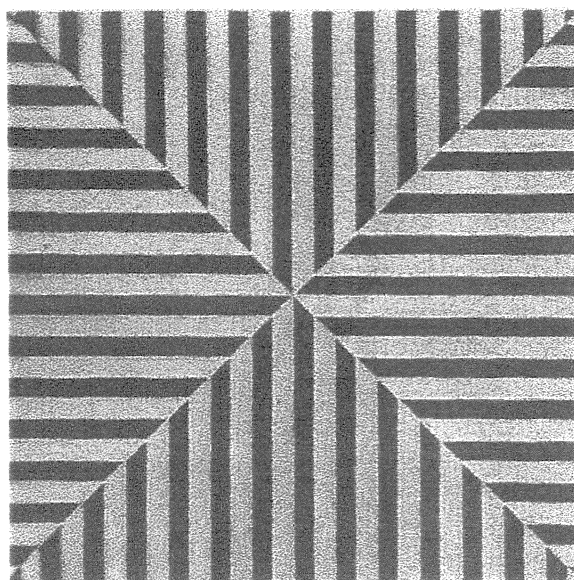
Trabum, 1977, Carl André

Na escultura “*Trabum*”, de 1977 (Fig. 49), de Carl André, temos um empilhamento de vigas de secção quadrada de madeira.⁸

Robert Morris nos apresenta um conjunto de obras em *Fiberglas*, com luz fluorescente, em que estruturas mínimas são cortadas e iluminadas de dentro para fora de tal forma que nos dá a idéia de existir luz armazenada no seu interior.

Esses conceitos minimalistas permearam, evidentemente, outras áreas. O trabalho minimalista de Frank Stella, um dos poucos artistas que realiza estruturas primárias em pintura, é resultado de sua comunhão com os conceitos da Minimal Art, como vemos na obra: "*Marrakech*", de 1964 (Fig. 50).

Figura 50



Marrakech, 1964, Frank Stella

Este trabalho é estruturado com a divisão pelas diagonais em quatro partes iguais, sendo que em cada parte é apresentado um grafismo convergente para o centro, produzindo um efeito inverso ao da divisão.

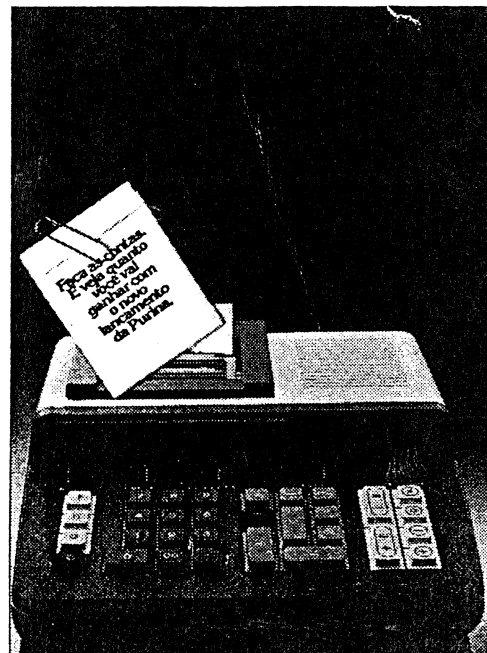
²¹ As vigas foram empilhadas três a três alternando-se em ângulo de 90°, mas no seu conjunto formam um cubo. O empilhamento é uma técnica que, no caso das esculturas de Carl André, tem como objetivo formar estruturas mínimas de construção ou reproduzi-las

A Influência minimalista manifesta-se plenamente na sequência de anúncios selecionados e que são apresentados a seguir:

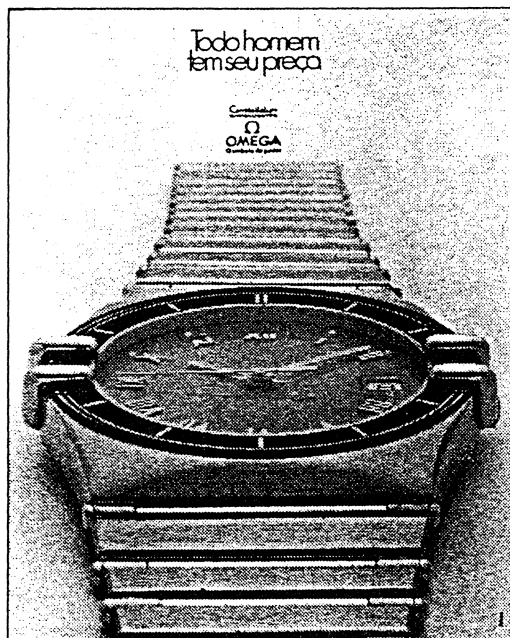
Ilustração 17



1984 – Anúncio 10/049



1984 – Anúncio 06/019



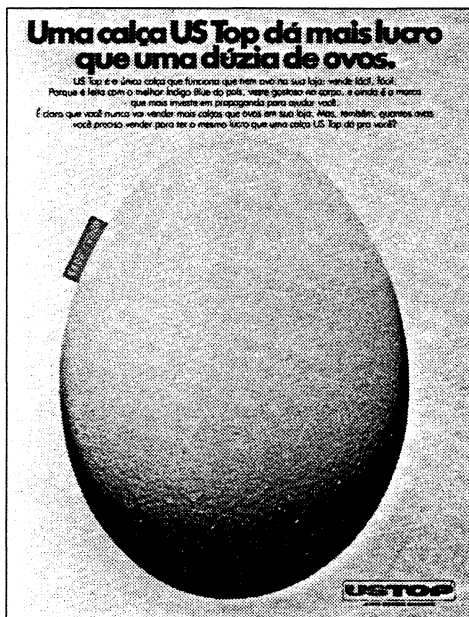
1980 – Anúncio 10/050



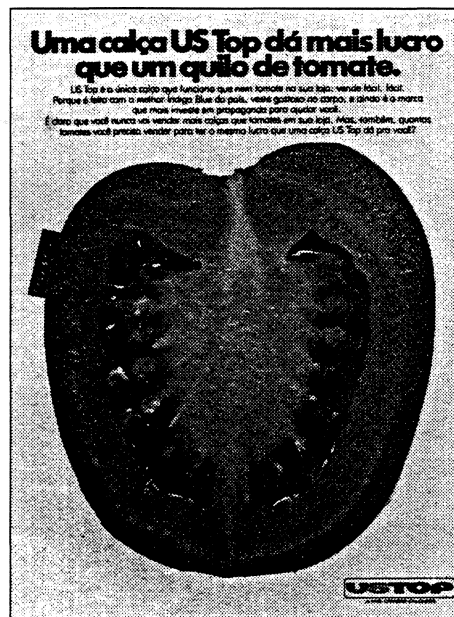
1982 – Anúncio 06/018

Esta influência minimalista aparece em uma grande diversidade de produtos: relógios, máquinas de escrever, água mineral, calças jeans...

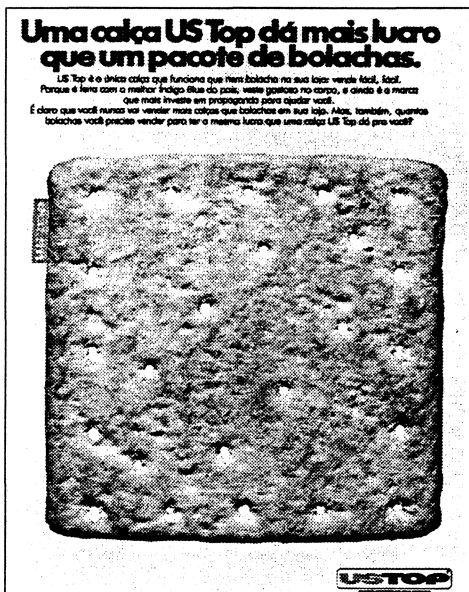
Ilustração 18



1982 – Anúncio 08/017



1982 – Anúncio 08/019



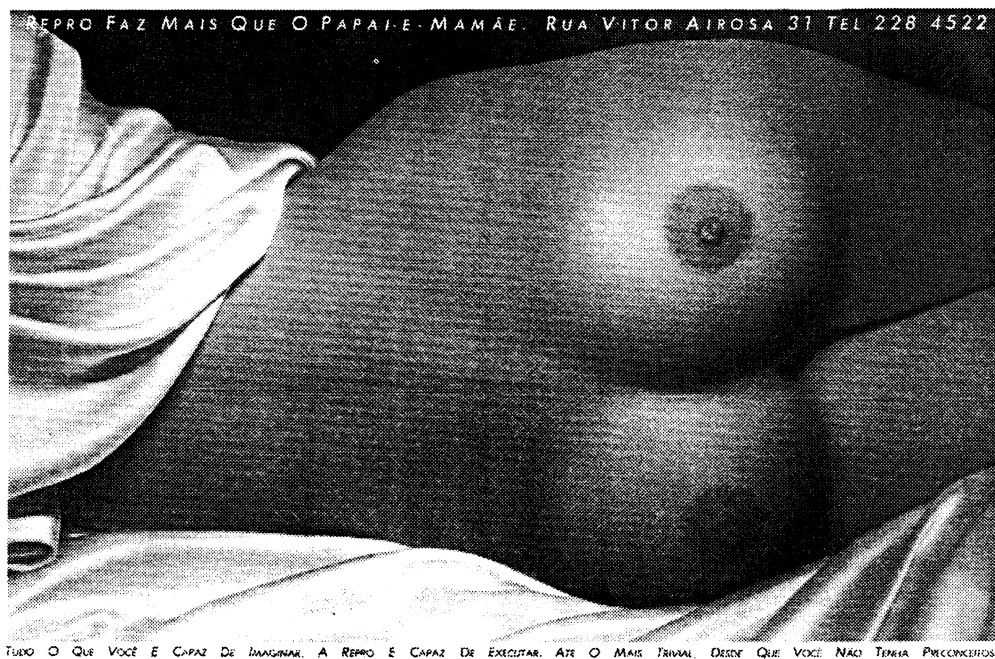
1982 – Anúncio 08/018



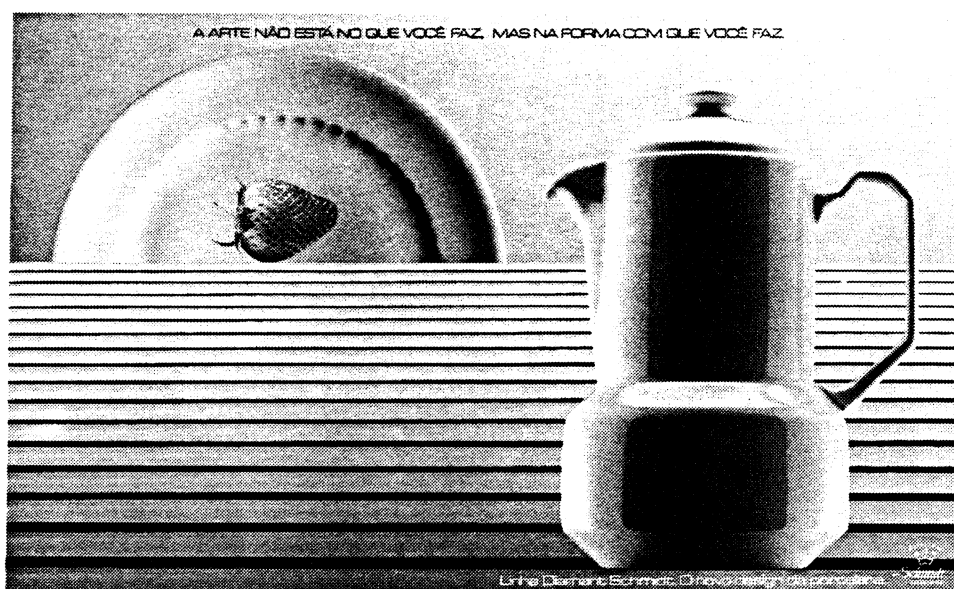
1980 – Anúncio 06/054

Encontramos também anúncios criados no estilo surrealista. É importante notar que os efeitos especiais hoje facilmente manipulados por programas computadorizados, na época eram conseguidos com a combinação em processos de fotolitografia, e apresentados com orgulho pelos produtores como é o caso do anúncio seguinte da Repro.

Ilustração 19



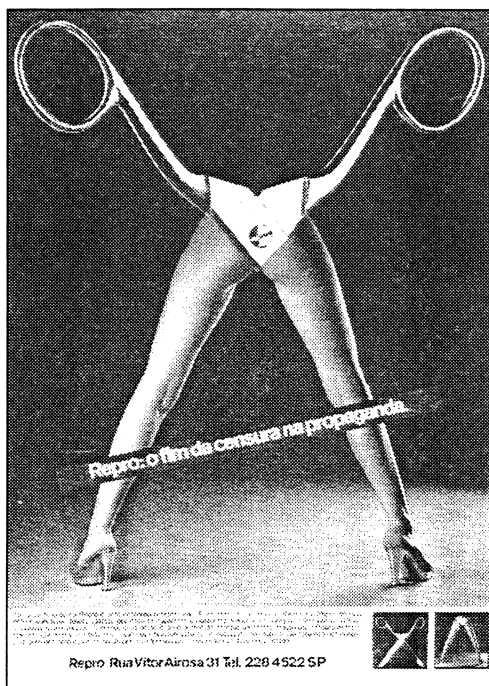
1980 - Anúncio 05/031



1983 - Anúncio 09/009

Outros com influências do Dadaísmo/Surrealismo e da Pop Art também executados com a técnica do período com um resultado satisfatório.

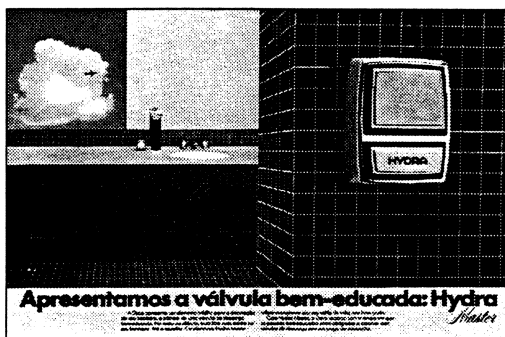
Ilustração 20



1979 – Anúncio 05/030



1983 – Anúncio 09/005



1980 – Anúncio 06/066



1982 – Anúncio 08/103



1983 – Anúncio 09/068

Ilustração 21

1976 – Anúncio 02/011

1982- Anúncio 08/002

1980 – Anúncio 06/003

1983 – Anúncio 09/069

1982 – Anúncio 08/052

[illegible]

1983 - Anúncio 09/041

Estas empresas não tem dor de cabeça com propaganda:
Tonnies, Scagnum, Telefonos, Electrolux, Vigore, McChad, Pico
Bene, Assinados. Rua Cambi, 151 - Tel. 50.3618.

1982 - Anúncio 08/088

Se não está dando para engolir a propaganda que estão fazendo para o seu produto, e por isso o consumidor não está engolindo o seu produto, passa na DPZ que vai dar.

DPF - Doublet, Pneu, Zetacore Propaganda S.A. - Av. Cidade Jardim, 260 - Tel. (011) 244.5431 - CEP 01454 - São Paulo, SP, Rua Visconde de Pirajó, 151 - 14º - Tel. (021) 267.3982 - CEP 22410 - Rio de Janeiro - RJ; Rua Saldanha Marinho, 90 - Tel. (051) 34.7981 - CEP 90000 - Porto Alegre - RS; Edifício Presidente - SC's - Quaxexi - Florianópolis - SC - Tel. (048) 225.4416 - CEP 70000 - Brasília - DF

1984 – Anúncio 10/023

1985 começa hoje. E não depois do Carnaval.

Na momento em que um sopro renovador vai se espalhando pelo país, vale a pena lembrar um luxo que não faz mais sentido: deixar tudo para depois do Carnaval. Todos nós temos pela frente alguns anos de muito trabalho. Vai ser preciso contar com a dedicação de todos. É corpa-mole, nessa altura, e a pior coisa do mundo. Se o Brasil adotar o expediente de janeiro a dezembro, sem esperar a chegada do Carnaval, vai ser um sinal claro de que novos tempos estão chegando. Faça você mesmo algo de positivo: marque reuniões, lance novos produtos, coloque suas campanhas no ar, dispare seus concursos, comece já suas pesquisas - tudo antes do Carnaval. Mostre que você está vivo. Que a sua empresa está viva. Se todos fizerem isso, vai ser uma prova a mais de que o Brasil está pronto para as grandes mudanças que vão acontecer. E depois, quando chegar o Carnaval, folie geral. Vai ser direito conquistado.

Editora Abril e Grad, Dammann Propaganda

1984 - Anúncio 10/048

O grande crack de 29?

Claro que me lembro: era Friedenreich.

Aquela depressão do final dos anos 20 foi tão grande que mereceu da história um G grande e um D grande: a Grande Depressão.

Foi realmente uma depressão maldocula. Algo assim como o Prêmio Nobel ou o Oscar das crises.

Mas ela passou e hoje nós estamos aqui, lembrando que o grande crack de 29 era Friedenreich, o primeiro Pelé do nosso futebol.

Não que a gente seja um povo que só tem memória para as coisas boas e esquece alienadamente suas dores, seus sofrimentos, suas dificuldades. É que sem as coisas ruins não temos um parâmetro para saber que as boas são boas.

Agora nos vemos diante dos problemas dos anos 80. Eles também são grandinhos.

Talvez daqui a algum tempo estejamos rindo deles.

Hoje temos que enfrentá-los. A Salles está aí para colocá-los todos

os meios de uma agência full-service a serviço de seus clientes, presentes e futuros.

Sendo criativa no planejamento, na pesquisa, na mídia, no merchandising, na criação, em relações públicas.

Antecipando tendências de mercado, identificando oportunidades, construindo a imagem adequada para produtos e empresas, racionalizando e maximizando verbas, alcançando audiências mais eficientes, atuando criativamente em promoções e pontos de venda.

Porque esta é a forma de atingir consumidores em 1983.

Um ano em que eles serão muito mais seletivos e exigentes.

Um ano que, apesar de difícil, pode deixar boas lembranças.

salles

Salles/Inter-Americana de Publicidade S.A.

Salles/Inter-Americana de Publicidade S.A. - Rua do Ouvidor, 111 - 2º andar - 20040-000 - Rio de Janeiro, RJ - Tel. 222-1111 - Fax 222-1111 - Telex 511111 - Cid. 511111 - Cid. 511111

1982 - Anúncio 08/016



General MacArthur combateu à sombra.

Um ocular e um cachimbo.

Estes foram dos inseparáveis aliados do General Douglas MacArthur: no calor de todas as batalhas, na retirada estratégica de Manila, na contra-ofensiva do Pacífico Sul, na retomada das Filipinas, no armistício a bordo do Midway.

O ocular era Ray-Ban, que a Bausch & Lomb tinha criado inicialmente para proteger os olhos dos pilotos norte-americanos.

Mas logo Ray-Ban passou a ser usado tanto no céu como na terra.

Talvez porque somente Ray-Ban protege os olhos dos reflexos solares e das perigosas radiações ultravioletas e ultravioletas.

Talvez pela sua armação feita em 140 operações manuais, leveza como uma pluma e durona como um blindado.

É certo que MacArthur ajudou a ganhar a II Guerra Mundial com seu Ray-Ban bem à vista.

Depois, tão famoso quanto o general, Ray-Ban começou a enfrentar outra guerra: a das imitações.

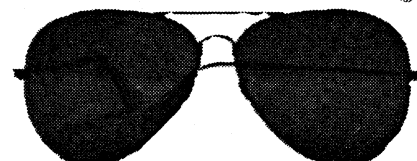
Toda imitação é um crime contra o Ray-Ban. Mas um crime ainda maior: contra os olhos de quem usa a imitação. Porque sem a proteção das legítimas lentes Ray-Ban, no mesmo instante terá dor de cabeça.

Nessa guerra sem nenhum heroísmo, de um lado está o verdadeiro Ray-Ban. De outro, os "falsários". Um tem uma longa história pra contar. Os outros não têm nenhuma história, pelo menos publicável.

Em qual deles você vai pôr os olhos?

212

BAUSCH & LOMB



...e o Ray-Ban legítimo está nas lojas e óculos de todo o Brasil. Além de um certo piloto: o general MacArthur.

1978 - Anúncio 04/022

**A
SOUZA CRUZ
COLOCOU
22 ANÚNCIOS
NESTE ANUÁRIO.
E SÓ PAGOU
UM.**

A Souza Cruz está muito orgulhosa de entrar neste anuário com 22 peças.
Vinte e uma delas ganhou através do voto livre e direto do pessoal de
criação de São Paulo.
E mais um anúncio pago, para que o anuário continue premiando as coisas
lindas e talentosas que o pessoal de criação pretende fazer no próximo ano.

© COMPANHIA DE CIGARROS SOUZA CRUZ

1982 – Anúncio 08/0172

**A VALISÈRE AVISA:
12 DE JUNHO
É A DATA MÁXIMA
PARA VOCÊ
ENTREGAR A SUA
DECLARAÇÃO.**



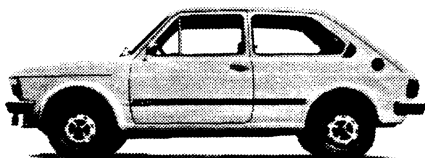
No Dia dos Namorados,
decide seu amor
com Lingerie Valisère.



Sempre mulher

1983 – Anúncio 09/066

**É daqui
que saem as
idéias
que ganham
prêmios.**



FIAT

Antes de uma propaganda criativa,
um carro criativo.

1980 – Anúncio 06/058

Anúncios de marcas diversas, elaborados em vários anos, apresentam composição parecida (enquadramento próximo dos corpos com iluminação também parecida) onde a sensualidade é captada e realçada pela contra-luz que valoriza os contornos das formas fotografadas.

Ilustração 25



1984 - 10/007



1984 - 10/037



1984 - 10/038



1976 - 02/008



1981 - 07/039



1980 - 06/068



1983 - 09/058



1975 - 01/057



1983 - 09/017



1977 - 03/004



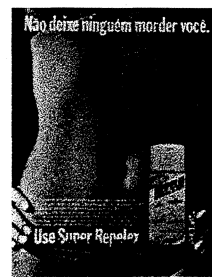
1975 - 01/047



1975 - 01/015



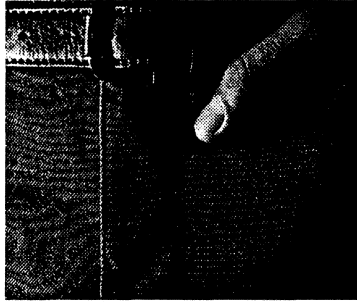
1976 - 02/050



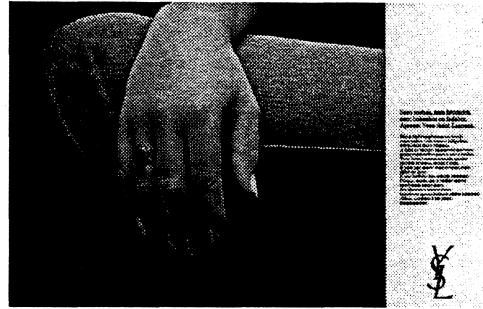
1977 - 03/040

No exemplo a seguir três fabricantes de *jeans* distintos (Yves Saint Laurent, Pierre Cardin e USTOP) apresentam uma sequência de anúncios que poderia ser de um mesmo produto, e um mesmo criador.

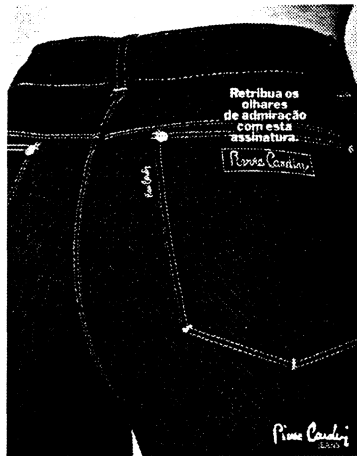
Ilustração 26



1982 - 08/006



1982 - 08/007



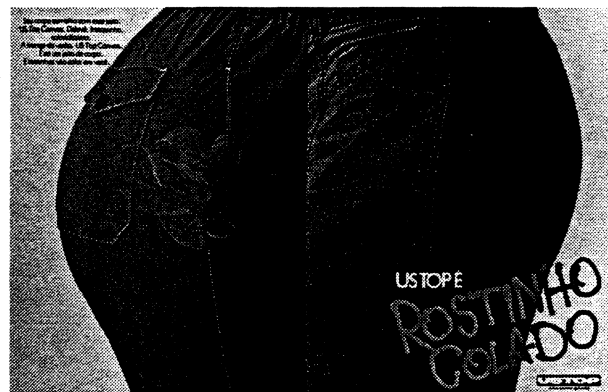
1980 - 06/047



1980 - 06/078



1980 - 06/046



1982 - 08/030

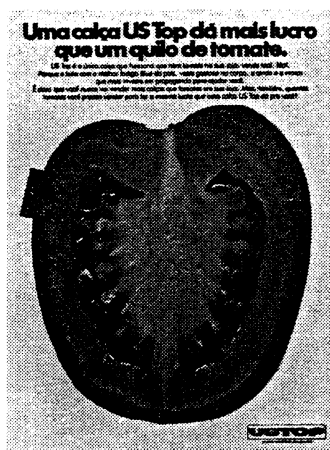
6.4 Considerações Finais

Resumindo as interfaces dos anúncios da Propaganda do período apresentadas nos Anuários do Clube de Criação de São Paulo entre 1975 à 1984, constatamos que as influências dos movimentos das artes plásticas mais significativos foram dos Minimalistas e da *Pop Art*. Classificamos segundo as tendências dominantes nestes anúncios, no conjunto total da pesquisa, as seguintes categorias:

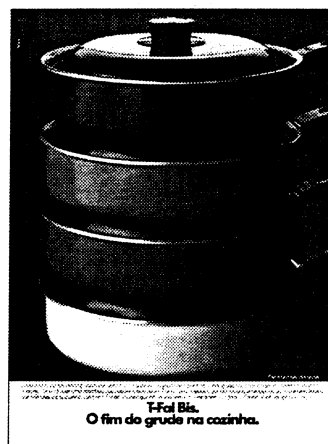
Com características predominantemente Minimalistas (segundo nossa tradução das artes plásticas para o anúncio): estes trabalhos significam 16% dos anúncios classificados, representando a linguagem Minimalista ou sua estrutura para expressão.

6.4.1 Minimal Art - Exemplos de linguagem:

Figura 51



Anúncio 08/019



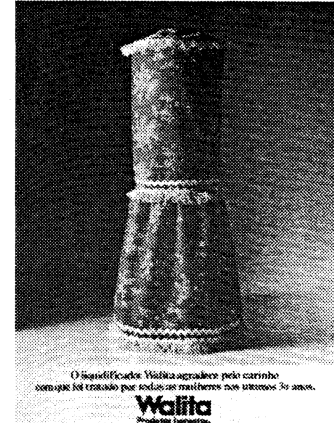
Anúncio 07/029

6.4.2 Minimal Art –Exemplos de Estrutura

Figura 52



Anúncio 01/032



Anúncio 01/019

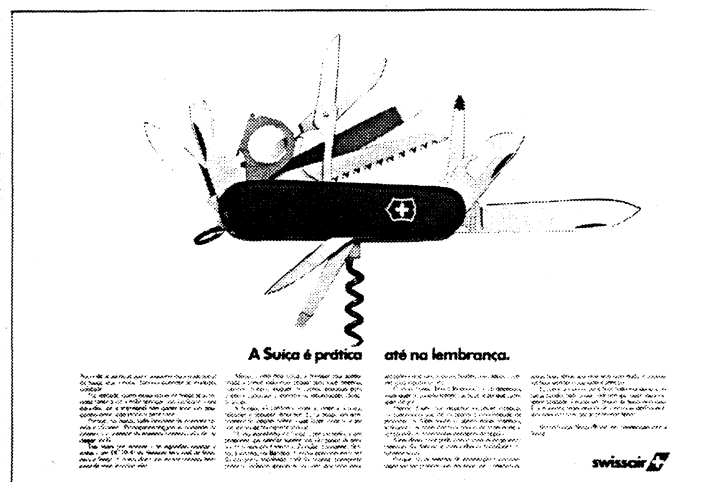
De características predominantemente vindas da Pop Art (2% do total classificado), estes anúncios referem-se àqueles em que a linguagem das Pop Art e sua estrutura são dominantes.

6.4.3 Pop Art - Exemplos de linguagem:

Figura 53



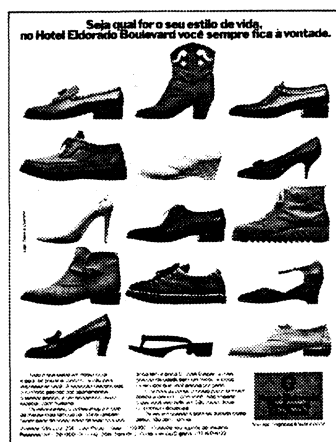
Anúncio 03/011



Anúncio 10/041

6.4.4 – Pop Art - Exemplos de estrutura:

Figura 54



Anúncio06/038



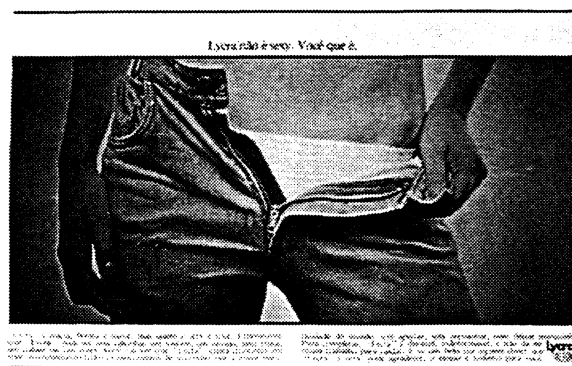
Anúncio03/013

6.4.5 Anúncios de Grandes Fotos fruto da influência da Pop Art e do cinema:

Figura 55



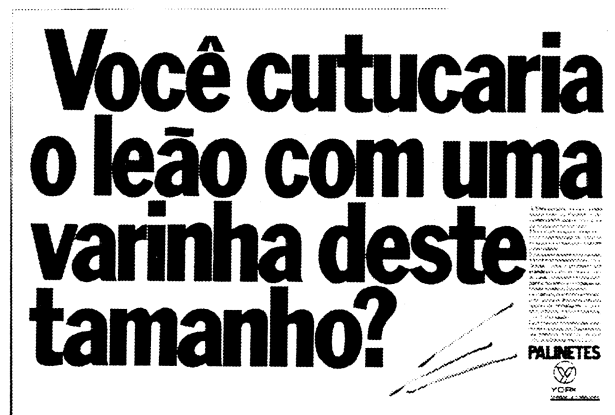
Anúncio 10/007



Anúncio 03/004

6.4.6 Anúncios de Grandes Textos frutos da influência do Minimalismo e da Arte Conceitual:

Figura 56



Anúncio 06/003

Um pão francês,
um Hollywood,
um pão de forma,
um Minister,
um pão doce,
um Continental,
um pão sovado,
um Hilton,
uma bengala,
um Charm,
um pão de hamburger,
um Luiz XV,
um pão de hot-dog,
um Carlton,
um pão de centeio,
um Arizona.
Cigarros Souza Cruz:
vendem que nem pão.

Anúncio 07/022

6.4.7 Anúncios intermediários entre as duas correntes com estrutura Minimalista e motivo Pop:

Figura 57



Anúncio 05/048



Anúncio 08/037

6.4.8 Outros intermediários inversos a estes com estrutura da Pop Art e motivos Minimalistas:

Figura 58



Anúncio 07/049



Anúncio 01/012

6.4.9 Anúncios de citações e plágios dos movimentos da história da arte com características Pós-Modernas que representam 7% do total classificado:

Figura 59 - Cubismo:



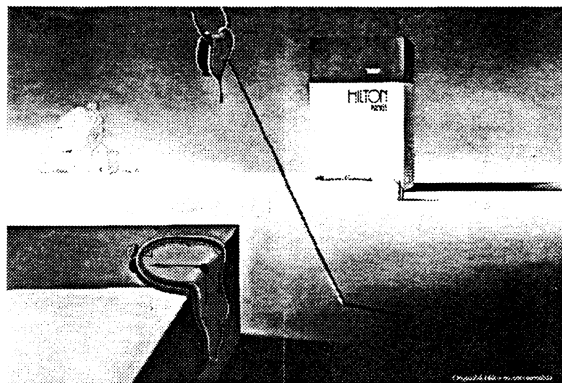
Anúncio 06/002

Figura 60 - Dadaísmo

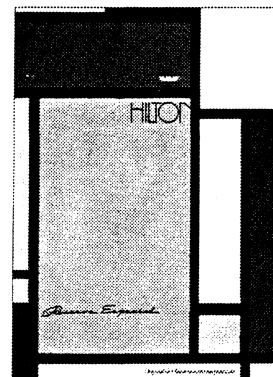


Anúncio 0-5/030

Figura 61 - Surrealismo e Neoplasticismo



Anúncio 06/020



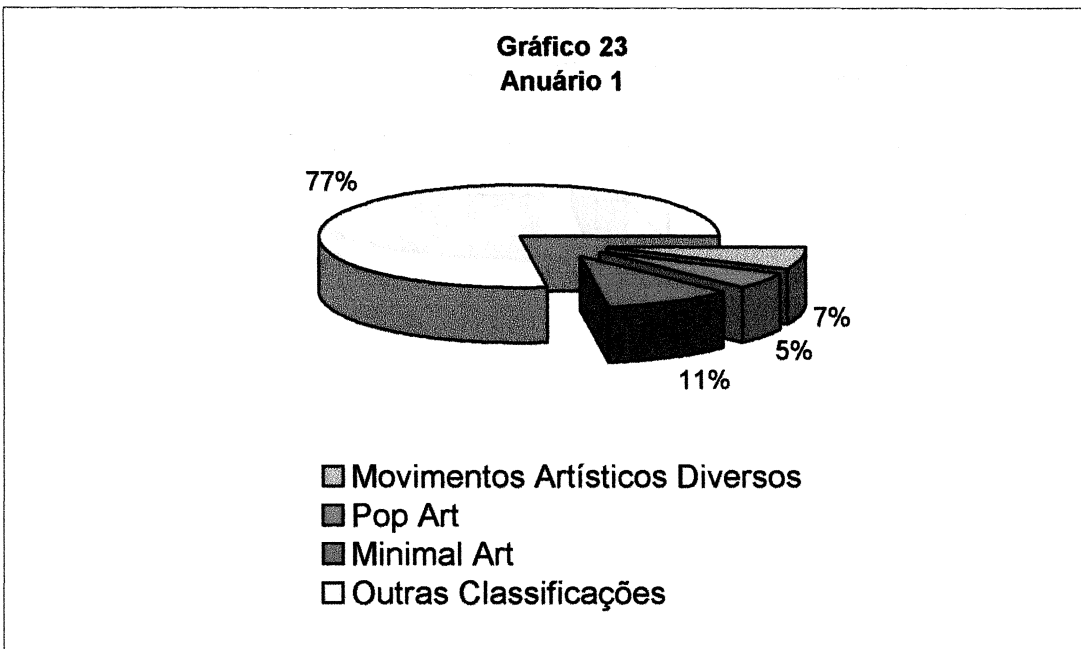
Anúncio 06/022

Outros ainda compondo uma minoria que não foram categorizados pela pesquisa por não apresentar número suficiente na amostragem escolhida.

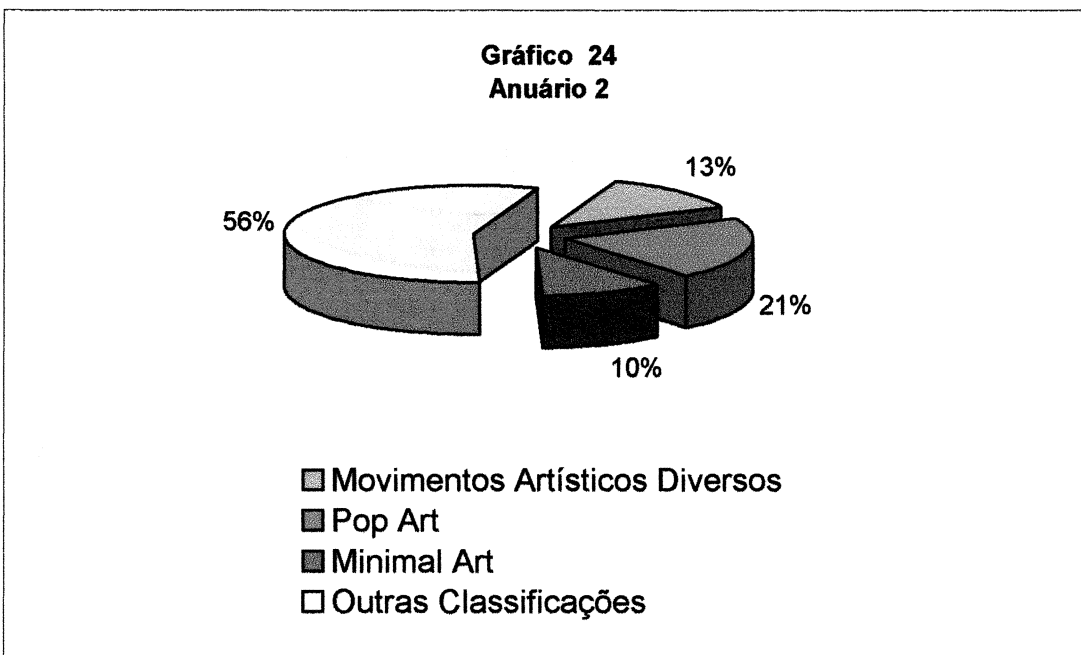
Os anúncios classificados como influenciados por movimentos artísticos definidos representam 44% do total, sendo que a Pop Art predomina com 21%, seguido de Minimal Art com 16% e 7% dos anúncios representam outros movimentos artísticos.

6.5 Gráficos organizados a partir da classificação dos anúncios quanto às influências dos movimentos artísticos.

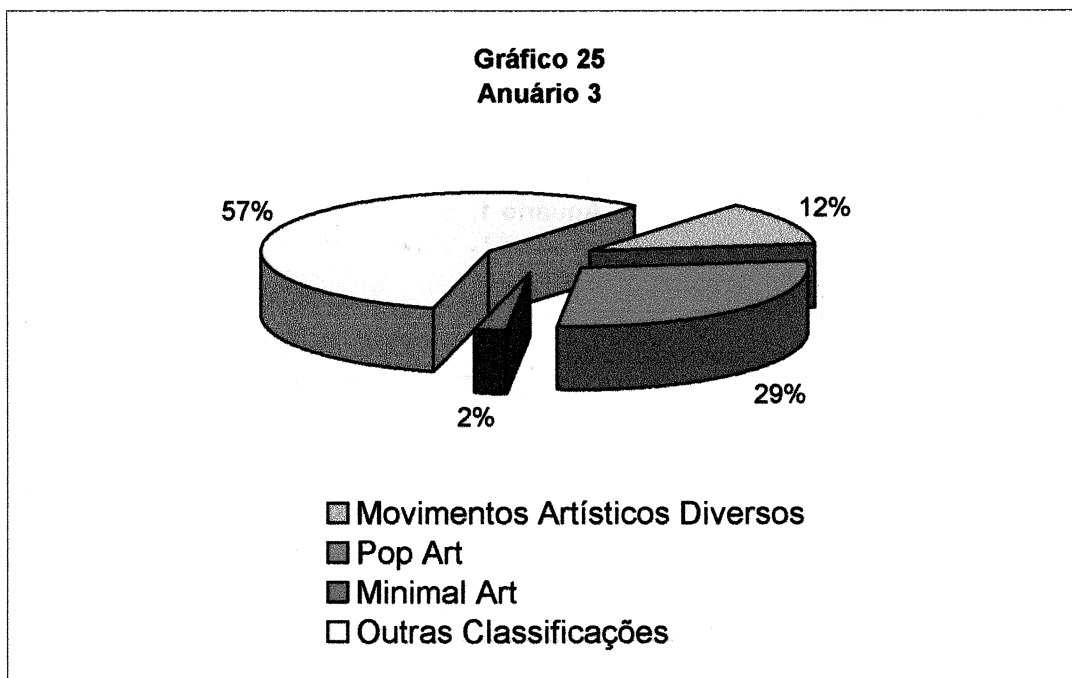
6.5.1 Anuário 1



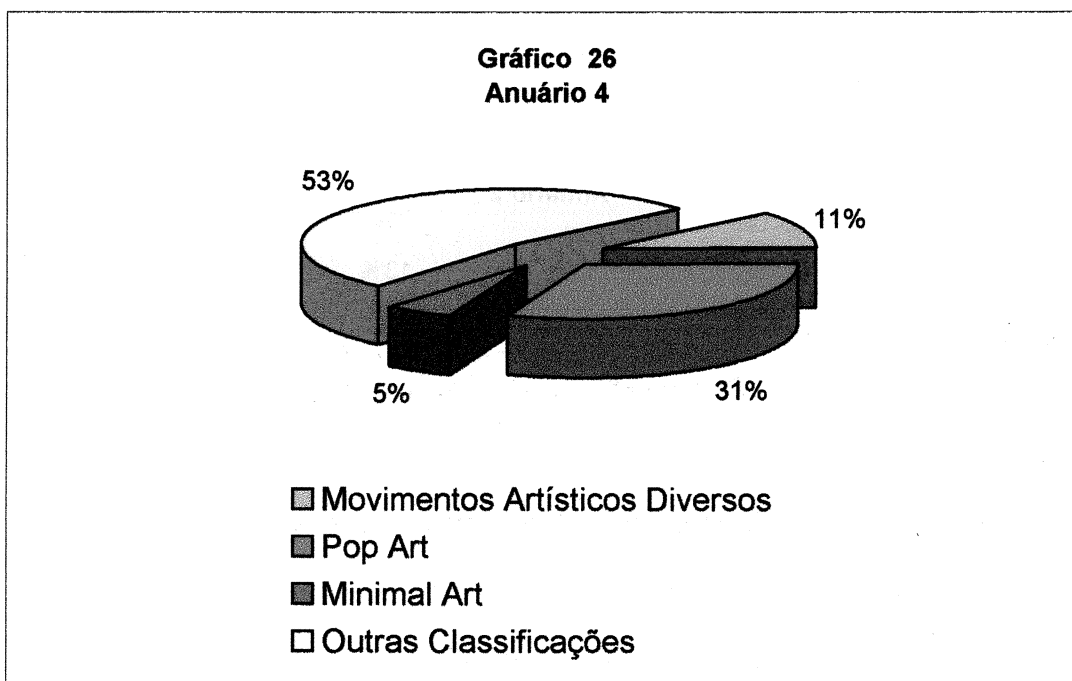
6.5.2 Anuário 2



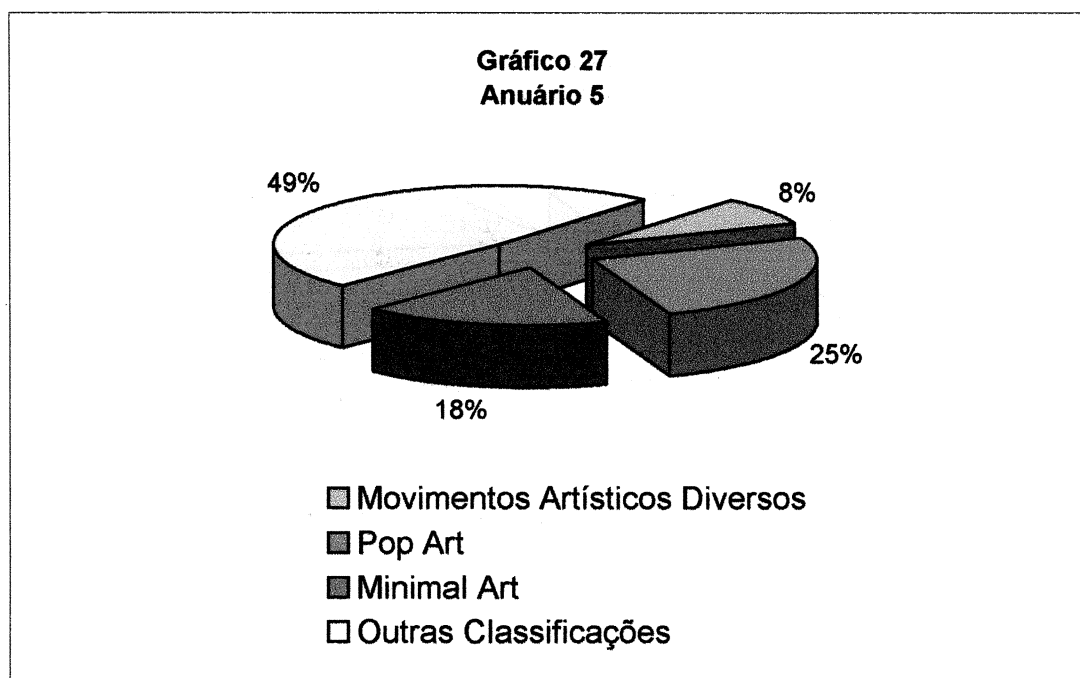
6.5.3 Anuário 3



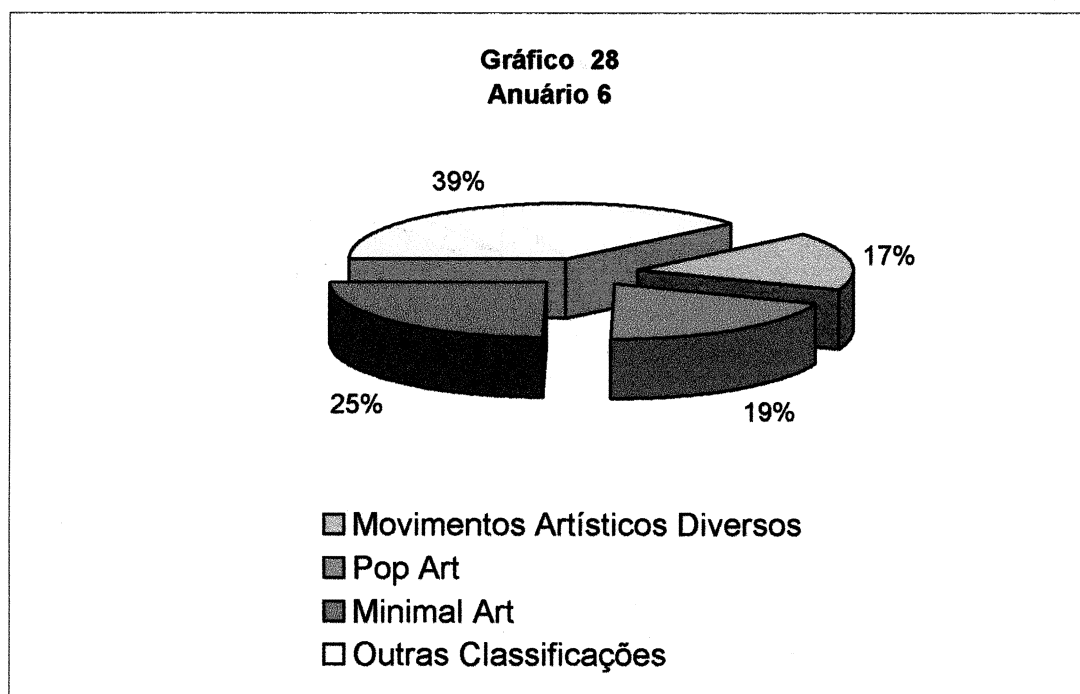
6. 5.4 Anuário 4



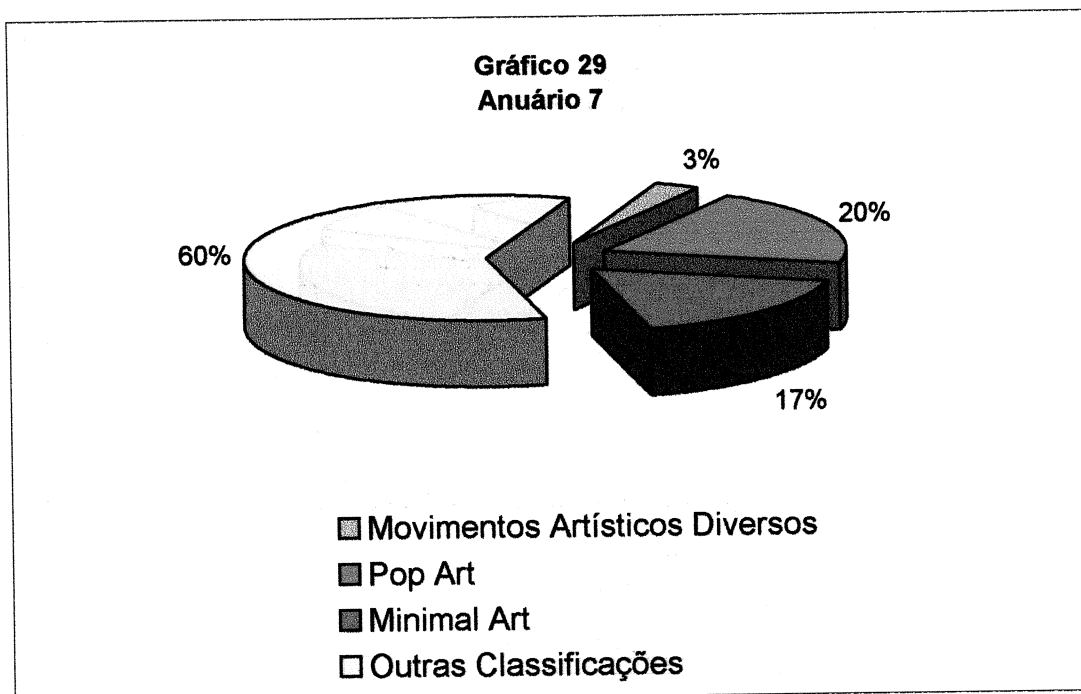
6.5.5 Anuário 5



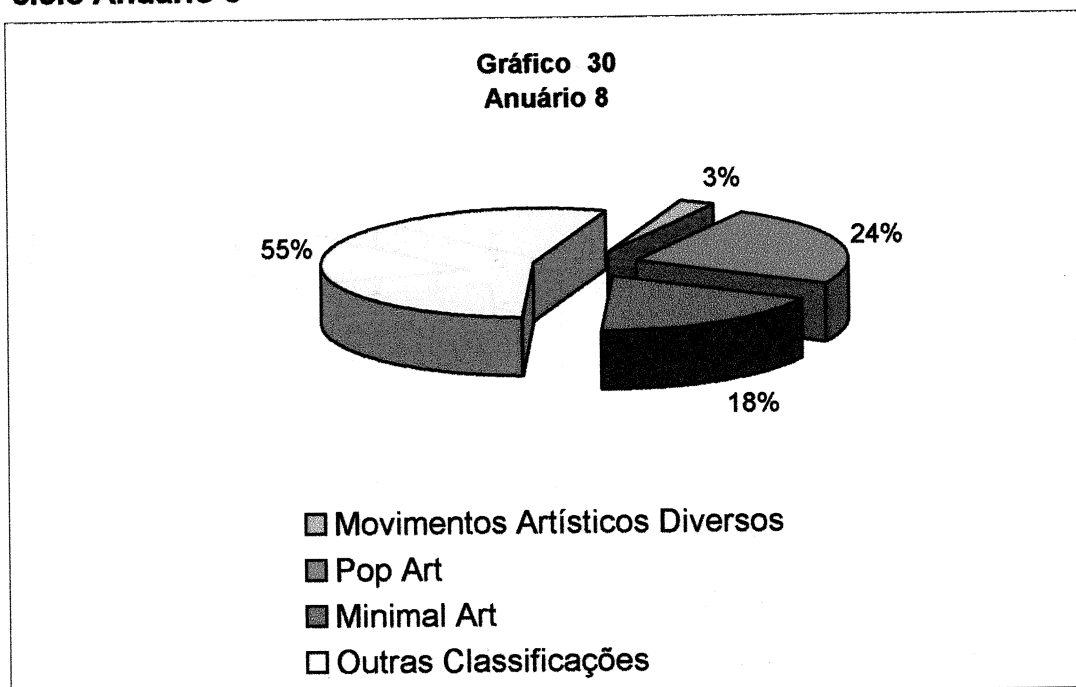
6.5.6 Anuário 6



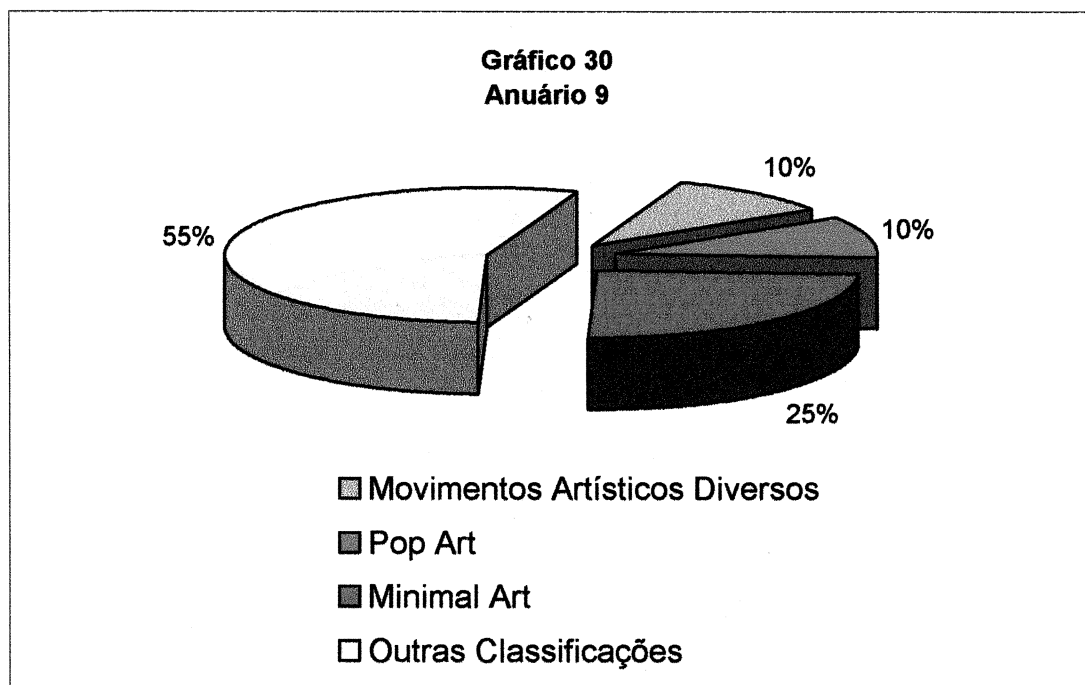
6.5.7 Anuário 7



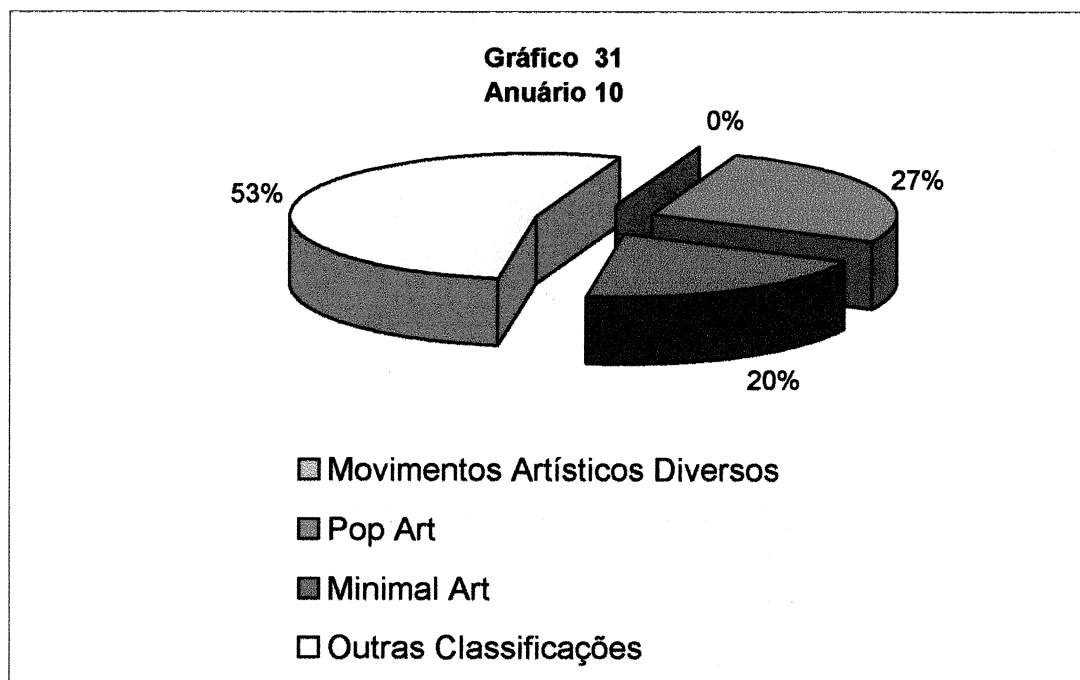
6.5.8 Anuário 8



6.5.9 Anuário 9

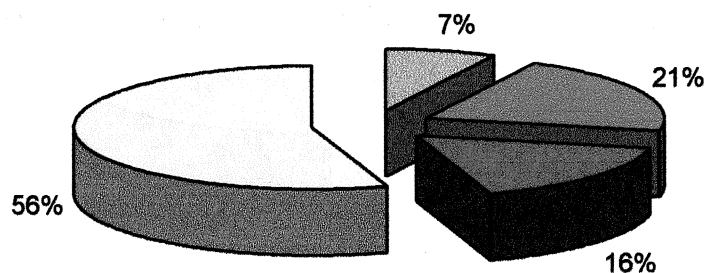


6.5.10 Anuário 10



6.5.11 Anuários 1 a 10

Gráfico 32
Anuários 1 A 10



- Movimentos Artísticos Diversos
- Pop Art
- Minimal Art
- Outras Classificações

Conclusão

Ao iniciarmos este trabalho, notamos, pelas leituras das apresentações dos Anuários, que os critérios de seleção de anúncios foram alvos de constante preocupação por parte dos dirigentes do Clube de Criação de São Paulo.

A cada ano alterações foram feitas nesses critérios com a intenção de, cada vez mais, aprimorar a proposta do Clube, de apresentar o melhor da publicidade brasileira.

Esta atenção especial, que se manifestou sucessivamente por várias diretorias, garantiu a continuidade da publicação, única no país, que tem documentado com seriedade a criatividade e a competência de nossos profissionais publicitários.

A análise dos anúncios dos 10 primeiros Anuários do Clube de Criação de São Paulo (1975-1984) levou-nos a várias constatações de ordem histórica e técnica. Evidências do período apareceram imbricadas em seqüência de anúncios produzidos durante um decênio, anúncios estes que podemos considerar de qualidade representativa da criação publicitária da época, uma vez que todos passavam por uma seleção avalizada por profissionais de renome no meio publicitário.

É importante lembrar que a produção publicitária enfocada neste período utilizava um conjunto de procedimentos e instrumental próprio que seriam substituídos nos anos seguintes pela informatização, que na década de 80 instala-se no mercado gráfico nacional.

Os processos de elaboração dos anúncios que descrevemos no Capítulo III, na década de 75/84, tiveram no período o auge das condições técnicas que são demonstradas na qualidade do acabamento e nos recursos de trucagem da época. Estes processos, apesar de possibilitarem ótimas impressões finais, ainda estavam longe da qualidade técnica de hoje.

As técnicas fotográficas, empregadas na feitura dos anúncios, só seriam superadas pela digitalização das imagens, enquanto as de impressão melhoraram quanto à rapidez e instalação de equipamentos múltiplos, ou seja, máquinas de impressão mais eficientes na produção, tiragem-hora e impressões múltiplas na seqüência.

No que tange à composição plástica desses anúncios enumeramos os elementos estruturais que apóiam as massas de texto e ilustração (Figuras 1 a 12, contidas no Capítulo IV) e concluímos que a estruturação desses elementos dá-se da mesma forma que podemos encontrar em trabalhos de artes plásticas.

Na análise que procedemos e que denominamos Genópsia, evidenciamos a existência de uma estrutura de construção desses anúncios, mesmo naqueles em que aparentemente isso não fica claro à primeira vista,

como é o caso mostrado na Figura 06, página 58, onde a combinação de elementos estruturais é mais complexa.

Em outros, no entanto, é mostrada a sua evidência, como a diagonal no anúncio apresentado na Figura 01 e a grade que suporta elementos do anúncio na Figura 02, ambos na página 54.

Esses elementos estruturais são apagados pelos elementos visuais (Texto, Ilustração) que se apóiam em suas linhas e consomem a composição, da mesma maneira como ocorre nas artes plásticas.

Texto e Ilustração combinam-se e predominam um em relação ao outro, tal como definido no Capítulo V, página 73, nos grupos possíveis: Grande Texto, Predominância do Texto, Grande Ilustração, Predominância da Ilustração e Equivalência Texto/Ilustração.

A predominância absoluta da Grande Ilustração (ver Gráficos: Classificação Geral dos Anuários, em Apêndice 1, páginas 189 a 203) e Pranchas (01 a 05, páginas 77 a 81) levou-nos a uma reclassificação dos anúncios produzidos com Grandes Fotos, que foram nomeados com a apropriação de termos usados no cinema para classificação de planos (Plano Geral, Plano Americano, Plano Médio etc.), uma vez que a variação da composição acontece na relação direta de enquadramentos mais próximos ou mais distantes. A diferenciação dos grupos faz-se necessária e optamos pela

utilização da classificação de enquadramentos do cinema por julgarmos desnecessária determinar outra classificação.

Nas páginas 82 a 89 (Capítulo V) apresentamos a relação dos anúncios distribuídos por Anuários onde constatamos o número expressivo desse grupo de enquadramentos.

Ainda, no Anuário V, apresentamos anúncios elaborados com a utilização de recursos de imagem e texto onde as figuras de linguagem apresentam-se plasticamente, além de outros anúncios com conteúdos temáticos diversos.

A exemplificação encontrada nas páginas 91 a 106, dá-nos uma idéia da diversificação de temas praticada pela criatividade dos publicitários.

Nesse conjunto de anúncios estudados encontramos as influências da arte contemporânea, que procuramos quantificar e classificar, constatando que são, na verdade, traduções e adaptações estéticas dos movimentos iniciados no século XX. Além de influências esporádicas de alguns movimentos artísticos e estilos plagiados referidos anteriormente, encontramos duas correntes fundamentais que têm a ver com os critérios aludidos, constituindo a base da linguagem da propaganda no período. Os movimentos artísticos aos quais nos referimos constantemente, Pop Art e Minimal Art (curiosamente esse segundo surgido como oposição ao primeiro), nos fazem pensar como dois movimentos opostos puderam fundir-se, como referências dominantes no período, e gerar

um espaço de criatividade na propaganda brasileira com características próprias. Esta, no entanto, foi desde o início a hipótese deste trabalho que nos levou à pesquisa quantificadora e classificatória. A proposta era, inicialmente, de se estudar os anos 70, mas o recorte temporal incluiu o início dos anos 80. É curioso notar que encontramos no período alguns anúncios, que denominamos como “plágios”, mas que podem ser analisados como a liberdade da Pós-Modernidade voltada para “citações” da arte do passado. Do ponto de vista estrutural dos anúncios, no período estudado, concluímos, pela avaliação da pesquisa, que a arte dita Pós-Moderna não contribuiu para as produções do final dos anos 80, sendo a Arte Contemporânea o objeto da construção publicitária nos anos 70, caminhando para os anos 80.

As relações da propaganda com a Pop Art no período são evidentes, pois elas estão expressas na quantidade e nas estruturas formais do repertório. O motivo parece óbvio: no princípio a propaganda é geradora da Pop Art e está na formação de seu principal articulador, o artista Andy Warhol, que, com experiência na produção gráfica, conhecia os procedimentos técnicos da fotolitografia e serigrafia, como já mencionado anteriormente. Não podemos esquecer das pressões econômicas determinadas pela política e pela economia internacionais, assim como as influências da globalização introduzidas com a montagem das fábricas no 3º Mundo, as chamadas “multinacionais”. As transformações do *modus operandi* em nossa propaganda ocorreram devido às

adaptações às novas técnicas gráficas de fotolitografia que consagraram o sistema ofsete de impressão, e, ao mesmo tempo, ao mercado aberto por esses novos produtos multinacionais. Essas transformações, que poderiam ter ocorrido sem nenhuma originalidade na propaganda brasileira, concretizaram-se, no entanto, como sucesso internacional. Nossa propaganda, mesmo sendo estruturada a partir desses acontecimentos, qualificou-se como nova, e, segundo nossa pesquisa, foi construída predominantemente com articulação de influências Pop e Minimal.

Porém, fica também evidente que, no seu resultado geral, nossa propaganda é nova e particular para a comunidade multinacional agora globalizada. Em 1982, Alexandre Wollner afirmava a respeito do nosso design:

“O que é da área de publicidade conhecemos bem. Os anúncios em jornal, rádio e televisão são bastante divulgados e estamos familiarizados com eles. Inclusive sabemos que têm nível de qualidade internacional. Prêmios tipo “leão de ouro” em Cannes, Veneza. A revista ‘Graphis’ publica constantemente trabalhos de publicitários brasileiros”.¹

Quanto às semelhanças dos anúncios com obras da Pop Art, essas são claras, pois trata-se de arte figurativa. Mas, quanto à Minimal Art, como conceituar as relações de tradução que estabelecemos entre ela e a produção

¹ In: Catálogo O Design no Brasil – História e Realidade. SESC São Paulo e Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand, 1982

da propaganda no período (1975-1984)? A resposta está na estrutura dos anúncios. A Minimal Art vem do desejo da arte sem representação proposta por Kassimir Malevitch: “Quando, em 1913, Malevitch colocou um quadrado negro sobre fundo branco, ele afirmou que ‘a arte não se preocupa mais em servir ao Estado ou à religião; ela não deseja mais ilustrar a história dos costumes, não quer mais ter a ver com o objeto como tal, e acredita que pode existir em si mesma e para si mesma sem as coisas. Com isso ele lançou os alicerces para uma arte secular desligada de propósitos utilitários e afastada da função ideológica da representação”.² Os artistas da Pop Art fizeram a estrutura da propaganda servir à Arte e os criadores de propaganda no Brasil, no período estudado, fizeram a Minimal Arte, que vem do Suprematismo de Malevitch, servir à Propaganda, contrariando, é claro, os princípios propostos por Malevitch, corrompendo seu conteúdo, mas apoiando-se nas suas formas. Uma arte rigorosa, e absolutamente abstrata, torna-se a estrutura dos anúncios de propaganda sendo o suporte de sua representação.

Lembrando Paul Valery, concluímos que, assim como não existe ingenuidade em arte, não podemos esperar que a propaganda seja ingênu.

²GABLIK, S. “*Minimalismo*” in: STANGOS, Nikos. “*Conceitos da Arte Moderna*”, Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 1991; p.174.



APÊNDICE

CLASSIFICAÇÃO GERAL DOS ANÚNCIOS - ANUÁRIO 1 - 1975

[illegible][illegible]

	Grande Texto		Plano de Conjunto		Grade
	Predominância do Texto		Plano Americano		Figuras de Linguagem
	Grande Ilustração		Plano Médio		Conteúdo Temático
	Predominância da Ilustração		Plano Próximo		Movimentos Artísticos Diversos
	Equivalência Texto/Ilustração		Primeiro Plano		Pop Art
	Grande Plano Geral		Detalhe		Minimal Art
	Plano Geral		Repetição		

CLASSIFICAÇÃO GERAL DOS ANÚNCIOS - ANUÁRIO 2 - 1976

[illegible]

CLASSIFICAÇÃO GERAL DOS ANÚNCIOS - ANUÁRIO 3 - 1977

[illegible][illegible]

 Grande Texto	 Plano de Conjunto	 Grade
 Predominância do Texto	 Plano Americano	 Figuras de Linguagem
 Grande Ilustração	 Plano Médio	 Conteúdo Temático
 Predominância da Ilustração	 Plano Próximo	 Movimentos Artísticos Diversos
 Equivalência Texto/Ilustração	 Primeiro Plano	 Pop Art
 Grande Plano Geral	 Detalhe	 Minimal Art
 Plano Geral	 Repetição	

CLASSIFICAÇÃO GERAL DOS ANÚNCIOS - ANUÁRIO 4 - 1978

The figure consists of two 32x32 grids. The left grid covers dates from 04/002 to 04/032, and the right grid covers dates from 04/033 to 04/056. Each grid cell is filled with a specific shade of gray or black, representing one of the 16 categories defined in the legend below.

Category	Category	Category
Grande Texto	Plano de Conjunto	Grade
Predominância do Texto	Plano Americano	Figuras de Linguagem
Grande Ilustração	Plano Médio	Conteúdo Temático
Predominância da Ilustração	Plano Próximo	Movimentos Artísticos Diversos
Equivalência Texto/Ilustração	Primeiro Plano	Pop Art
Grande Plano Geral	Detalhe	Minimal Art
Plano Geral	Repetição	

CLASSIFICAÇÃO GERAL DOS ANÚNCIOS - ANUÁRIO 5 - 1979

[illegible][illegible]

	Grande Texto		Plano de Conjunto		Grade
	Predominância do Texto		Plano Americano		Figuras de Linguagem
	Grande Ilustração		Plano Médio		Conteúdo Temático
	Predominância da Ilustração		Plano Próximo		Movimentos Artísticos Diversos
	Equivalência Texto/Ilustração		Primeiro Plano		Pop Art
	Grande Plano Geral		Detalhe		Minimal Art
	Plano Geral		Repetição		

CLASSIFICAÇÃO GERAL DOS ANÚNCIOS - ANUÁRIO 6 - 1980

[illegible][illegible]

 Grande Texto	 Plano de Conjunto	 Grade
 Predominância do Texto	 Plano Americano	 Figuras de Linguagem
 Grande Ilustração	 Plano Médio	 Conteúdo Temático
 Predominância da Ilustração	 Plano Próximo	 Movimentos Artísticos Diversos
 Equivalência Texto/Ilustração	 Primeiro Plano	 Pop Art
 Grande Plano Geral	 Detalhe	 Minimal Art
 Plano Geral	 Repetição	

CLASSIFICAÇÃO GERAL DOS ANÚNCIOS - ANUÁRIO 6 - 1980

[illegible]

	Grande Texto		Plano de Conjunto		Grade
	Predominância do Texto		Plano Americano		Figuras de Linguagem
	Grande Ilustração		Plano Médio		Conteúdo Temático
	Predominância da Ilustração		Plano Próximo		Movimentos Artísticos Diversos
	Equivalência Texto/Ilustração		Primeiro Plano		Pop Art
	Grande Plano Geral		Detalhe		Minimal Art
	Plano Geral		Repetição		

CLASSIFICAÇÃO GERAL DOS ANÚNCIOS - ANUÁRIO 7 - 1981

[illegible]

	Grande Texto		Plano de Conjunto		Grade
	Predominância do Texto		Plano Americano		Figuras de Linguagem
	Grande Ilustração		Plano Médio		Conteúdo Temático
	Predominância da Ilustração		Plano Próximo		Movimentos Artísticos Diversos
	Equivalência Texto/Ilustração		Primeiro Plano		Pop Art
	Grande Plano Geral		Detalhe		Minimal Art
	Plano Geral		Repetição		

CLASSIFICAÇÃO GERAL DOS ANÚNCIOS - ANUÁRIO 7 - 1981

[illegible][illegible]

	Grande Texto		Plano de Conjunto		Grade
	Predominância do Texto		Plano Americano		Figuras de Linguagem
	Grande Ilustração		Plano Médio		Conteúdo Temático
	Predominância da Ilustração		Plano Próximo		Movimentos Artísticos Diversos
	Equivalência Texto/Ilustração		Primeiro Plano		Pop Art
	Grande Plano Geral		Detalhe		Minimal Art
	Plano Geral		Repetição		

CLASSIFICAÇÃO GERAL DOS ANÚNCIOS - ANUÁRIO 8 - 1982

Grande Texto
Predominância do Texto
Grande Ilustração
Predominância da Ilustração
Equivalência Texto/Ilustração
Grande Plano Geral
Plano Geral

Plano de Conjunto
Plano Americano
Plano Médio
Plano Próximo
Primeiro Plano
Detalhe
Repetição

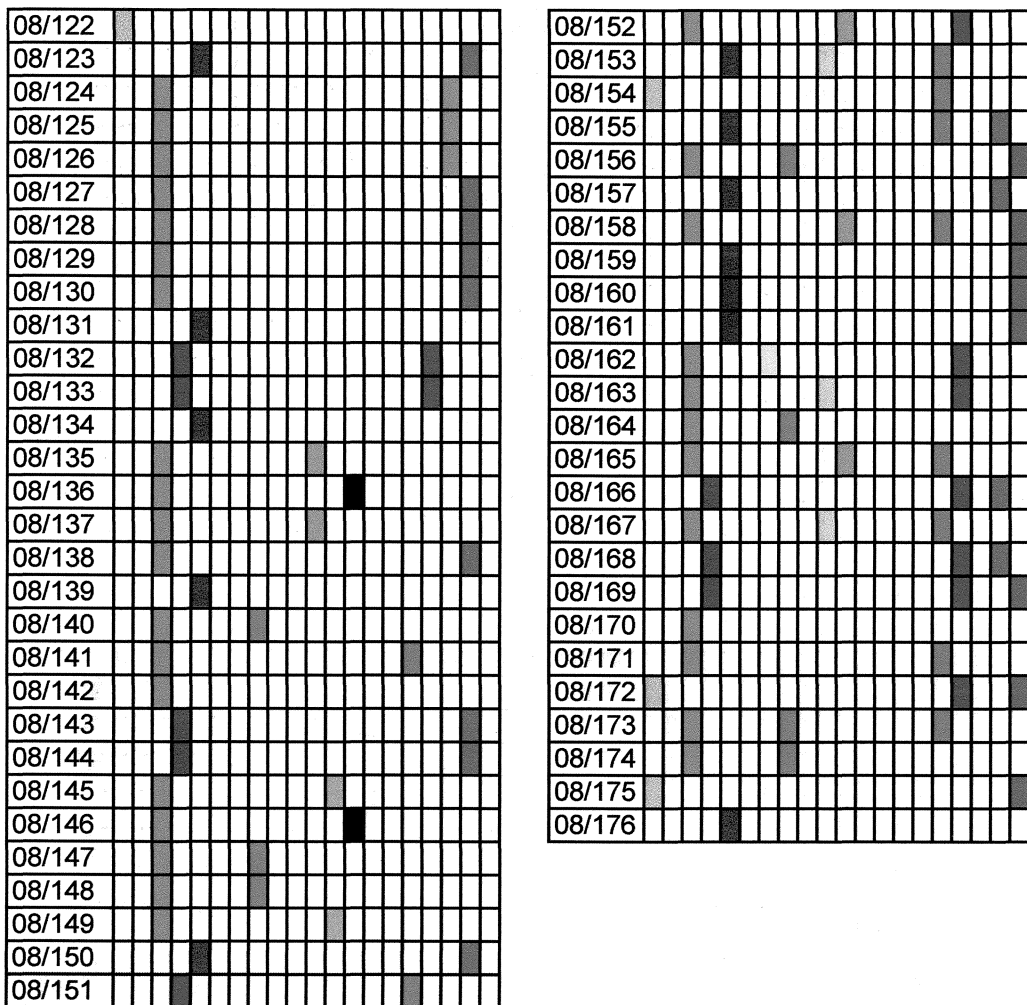
Grade
Figuras de Linguagem
Conteúdo Temático
Movimentos Artísticos Diversos
Pop Art
Minimal Art

CLASSIFICAÇÃO GERAL DOS ANÚNCIOS - ANUÁRIO 8 - 1982

[illegible][illegible]

	Grande Texto		Plano de Conjunto		Grade
	Predominância do Texto		Plano Americano		Figuras de Linguagem
	Grande Ilustração		Plano Médio		Conteúdo Temático
	Predominância da Ilustração		Plano Próximo		Movimentos Artísticos Diversos
	Equivalência Texto/Ilustração		Primeiro Plano		Pop Art
	Grande Plano Geral		Detalhe		Minimal Art
	Plano Geral		Repetição		

CLASSIFICAÇÃO GERAL DOS ANÚNCIOS - ANUÁRIO 8 - 1982



- | | | |
|---|---|---|
|  Grande Texto |  Plano de Conjunto |  Grade |
|  Predominância do Texto |  Plano Americano |  Figuras de Linguagem |
|  Grande Ilustração |  Plano Médio |  Conteúdo Temático |
|  Predominância da Ilustração |  Plano Próximo |  Movimentos Artísticos Diversos |
|  Equivalência Texto/Ilustração |  Primeiro Plano |  Pop Art |
|  Grande Plano Geral |  Detalhe |  Minimal Art |
|  Plano Geral |  Repetição | |

CLASSIFICAÇÃO GERAL DOS ANÚNCIOS - ANUÁRIO 9 - 1983

[illegible][illegible]

	Grande Texto
	Predominância do Texto
	Grande Ilustração
	Predominância da Ilustração
	Equivalência Texto/Ilustração
	Grande Plano Geral
	Plano Geral

-  Plano de Conjunto
-  Plano Americano
-  Plano Médio
-  Plano Próximo
-  Primeiro Plano
-  Detalhe
-  Repetição

- ☒ Grade
- ☐ Figuras de Linguagem
- ☐ Conteúdo Temático
- ☐ Movimentos Artísticos Diversos
- ☐ Pop Art
- ☐ Minimal Art

CLASSIFICAÇÃO GERAL DOS ANÚNCIOS - ANUÁRIO 10 - 1984

[illegible][illegible]

 Grande Texto	 Plano de Conjunto	 Grade
 Predominância do Texto	 Plano Americano	 Figuras de Linguagem
 Grande Ilustração	 Plano Médio	 Conteúdo Temático
 Predominância da Ilustração	 Plano Próximo	 Movimentos Artísticos Diversos
 Equivalência Texto/Ilustração	 Primeiro Plano	 Pop Art
 Grande Plano Geral	 Detalhe	 Minimal Art
 Plano Geral	 Repetição	

Anexo 01

Nas páginas seguintes, apresentaremos os anúncios classificados para edição dos 10 anuários publicados pelo Clube de Criação de São Paulo de 1975 a 1984.

As imagens foram extraídas da fonte, mediante escaneamento e reorganizadas, juntamente, com as ficha técnicas para serem anexadas a este trabalho.

Na página inicial de cada seção aparece a imagem da capa do anuário apresentado, uma breve citação escolhida na mensagem de apresentação e a constituição do juri.

Nas páginas seguintes os anúncios aparecem em tamanho reduzido, cada qual com sua ficha técnica e Identificação numérica que obedece o seguinte critério:

1. Os dois primeiros algarismos representam o número do anuário,
2. que são separados por barra,
3. dos tres algarismos identificadores do número da ilustração referente aos anúncios.



Capa do Anuário 01 - 1975

Da apresentação do anuário:

“...a partir de hoje, doa a quem doer, a propaganda no Brasil está balizada no que se refere a criação.”

Os jurados:

Alex Periscinoto
Domingos Logullo
Ercílio Tranjan
Joaquim Gustavo P. Leite
Júlio C. Xavier da Silveira
Margrith Immoberdorff
Sérgio Toni

Aníbal Guastavino
Armando Mihanovich
Énio Mainardi
Francisco Petit
José Fontoura Costa
Júlio Cosi Jr.



01/002

Redator:
Washington Olivetto
Diretor de Arte:
Francisco Petit Reig
Fotógrafo:
Moacyr Lugato
Produtor:
Ronald Persichetti
Agência:
DPZ
Produto:
Institucional
Anunciante:
General Motors do Brasil
Aprovado por:
Antonio Romeu Neto



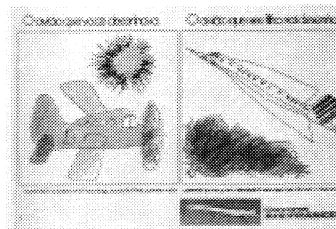
01/003

Redator:
José Monserrat Filho
Diretor de Arte:
Júlio Shimamoto
Fotógrafo:
Federico Spitale
Produtor:
Gil da Cunha Galindo
Agência:
Caio Domingues & Associados
Produto:
Andaimes para construção civil
Anunciante:
Mills Andaimes Tubulares do Brasil S.A.
Aprovado por:
Andres Cristian Nackt



01/004

Redator:
Gilberto dos Reis
Diretor de Arte:
Francisco Silva Ramos
Fotógrafo:
Acme
Produtor:
Antônio Caleffi
Agência:
MPM-Casabranca
Produto:
Toalhas
Anunciante:
Santista/Fábrica de Tecidos Tatuapé S.A.
Aprovado por:
Alvaro Arruda



01/005

Redator:
Paulo Ghirotti
Diretor de Arte:
Fábio Boer
Produtor:
Edison de Souza Pinto/José Sant'Ana
Artista:
Fábio Boer/Paulo Ghirotti
Agência:
Gang S.A. - Publicidade e Promoções
Produto:
Transporte Aéreo
Anunciante:
Compagnie Nationale Air France
Aprovado por:
Claude Brunswick



01/006

Redator:
Joaquim Gustavo P. Leite/Flávia Márcio Salim
Diretor de Arte:
Helga Mithke
Fotógrafo:
Luiz Guilherme Assumpção
Produtor:
Odail Passarelli
Agência:
DPZ
Produto:
Absorvente Higiénico
Anunciante:
Johnson & Johnson
Aprovado por:
Ronald Z. Carvalho



01/007

Redator:
Hans Dammann/Liber Matteucci
Diretor de Arte:
Margrith Immoberdorff
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Roberto Testa
Agência:
Lage, Dammann & Stabel
Produto:
Roupas Lycra
Anunciante:
Du Pont do Brasil
Aprovado por:
Leila Ali



01/008

Redator:
Adalberto D'Alembert
Diretor de Arte:
José Dalóia Neto
Produtor:
Amâncio Solda
Agência:
Ziegelmayr, Pimentel Publicidade Ltda.
Produto:
Caixa Automática
Anunciante:
Banco Real S.A.
Aprovador por:
Edson Paulucci



01/010

Redator:
Sérgio de Andrade (Arapuã)
Diretor de Arte:
Deilson Gomes de Lima
Fotógrafo:
Gabriel Zellmeister
Produtor:
Runivan Caetano Alves
Agência:
Alcântara Machado, Periscinoto Comunicações
Produto:
Bebida Alcoólica
Anunciante:
Ron Bacardi S.A.
Aprovado por:
Bolívar Victor Cavalcante



01/012

Redator:
Ana Clélia Quarto
Diretor de Arte:
Gianni Togliotti
Fotógrafo:
Antoine
Produtor:
Luis Bosquetti
Agência:
McCann Erickson
Produto:
Linha de produtos de limpeza
Anunciante:
Bril S.A.
Aprovador por:
Fernando Ferreira



01/009

Redator:
Sebastião Manuel Teixeira
Diretor de Arte:
Rubem Sampaio Cardoso
Fotógrafo:
Federico Spitalé
Produtor:
José Carlos Zeferino
Agência:
Denison Propaganda
Produto:
Toalhas de banho
Anunciante:
Artex
Aprovado por:
Valdir Klitzke/Cláudio Fraga



01/011

Redator:
Alberto Djinishian
Diretor de Arte:
Rodolfo Vanni
Fotógrafo:
Luiz Guilherme Assumpção
Produtor:
Ronald Persichetti
Agência:
DPZ
Produto:
Cachaça de São Francisco
Anunciante:
Seagram's
Aprovado por:
Rogério Behring



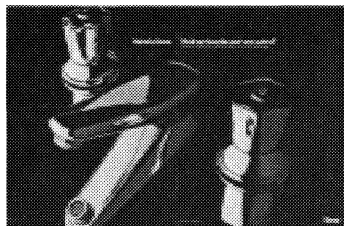
01/013

Redator:
Hans Dammann
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Roberto Testa
Agência:
Lage, Dammann & Stabel
Produto:
Lençóis Garcia
Anunciante:
Artex
Aprovado por:
Valdir Klitzke, Cláudio Fraga



01/014

Redator:
Christina Carvalho Pinto
Diretor de Arte:
Rainer Jablonka
Fotógrafo:
Vicente Moura Cerqueira
Produtor:
José Cardos C. Montiani
Agência:
C.B.B. & A.
Produto:
Jóias e presentes finos
Anunciante:
H. Stern Comércio e Indústria S.A.
Aprovado por:
Udo Bock / Arleti Dias Gonçalves



01/016

Redator:
João Augusto Palhares Neto
Diretor de Arte:
José Zaragoza
Fotógrafo:
Moacyr Lugato
Produtor:
Ronald Persichetti
Agência:
DPZ
Produto:
Ferragem sanitária
Anunciante:
Deca
Aprovado por:
Renato Carrascoza



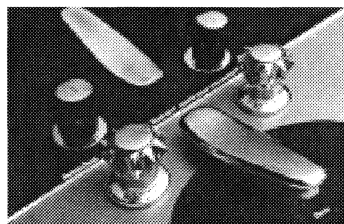
01/018

Redator:
João Augusto Palhares Neto
Diretor de Arte:
José Zaragoza
Fotógrafo:
Moacyr Lugato
Produtor:
Ronald Persichetti
Agência:
DPZ
Produto:
Ferragem sanitária
Anunciante:
Deca
Aprovado por:
Renato Carrascoza



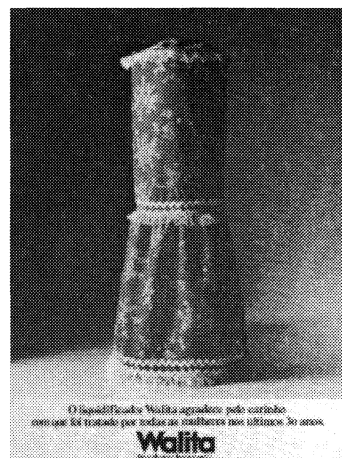
01/015

Redator:
Hans Dammann / Liber Matteucci
Diretor de Arte:
Margrith Immoberdorff
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Roberto Testa
Agência:
Lage, Dammann & Stabel
Produto:
Roupas Lycra
Anunciante:
Du Pont do Brasil
Aprovado por:
Leila Ali



01/017

Redator:
João Augusto Palhares Neto
Diretor de Arte:
José Zaragoza
Fotógrafo:
Moacyr Lugato
Produtor:
Ronald Persichetti
Agência:
DPZ
Produto:
Ferragem sanitária
Anunciante:
Deca
Aprovado por:
Renato Carrascoza



01/019

Redator:
Laurence Klinger
Diretor de Arte:
Hector Tortolano
Fotógrafo:
Moacyr Lugato
Produtor:
Ronald Persichetti
Agência:
DPZ
Produto:
Liquidificador
Anunciante:
Walita
Aprovado por:
Danilo Gava Caim



01/020

Redator:
Liber Mateucci
Diretor de Arte:
Margrith Immoberdorff
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Roberto Testa
Agência:
Lage, Dammann & Stabel
Produto:
Papel, celulose, cartões
Anunciante:
Olinkraft
Aprovado por:
Marcello Pilar / Zulma Bittencourt



01/022

Redator:
Paulo Ghirotti
Diretor de Arte:
Fábio Boer
Fotógrafo:
Hilton de Souza Ribeiro
Produtor:
José Sant'Ana
Agência:
Gang S.A. Publicidade e Promoções
Anunciante:
Rhodia Inds. Químicas e Têxteis S.A.
Aprovado por:
Mário César Gatti



01/024

Redator:
Christina Carvalho Pinto / Dmitry Petroff
Diretor de Arte:
Rainer Jablonka
Fotógrafo:
Vicente Moura Cerqueira
Produtor:
José Carlos Montiani
Agência:
CBB&A
Produto:
Joias e presentes finos
Anunciante:
H. Stern Comércio e Indústria S.A.
Aprovado por:
Udo Bock / Arletti Dias Gonçalves



01/021

Relator:
Ciro Pellicano
Diretor de Arte:
Spencer Emílio Chingotte
Fotógrafo:
Alípio de Oliveira e Silva
Produtor:
Mário Quirino
Agência:
Mauro Salles
Produto:
Esmaltes Palermont
Anunciante:
Laboratórios Lepetit
Aprovado por:
Nelson Barrizelli



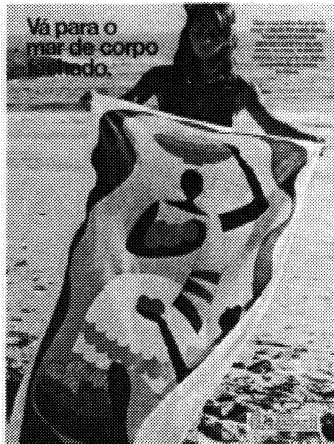
01/023

Redator:
Joaquim Gustavo P. Leite / Flávio Márcio Salim
Diretor de Arte:
Helga Miethke
Fotógrafo:
Luiz Guilherme Assumpção
Produtor:
Odail Passarelli
Agência:
DPZ
Produto:
Absorvente higiênico
Anunciante:
Johnson & Johnson
Aprovado por:
Ronald Z. Carvalho



01/025

Redator:
Silvio Lima
Diretor de Arte:
Luiz Saidemberg
Fotógrafo:
Stock Shot
Produtor:
Antônio Caleffi
Agência:
MPM-Casabranca
Produto:
Institucional
Anunciante:
Fiat



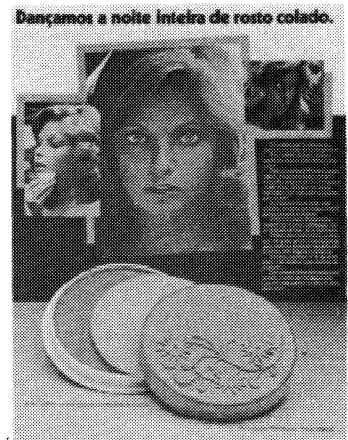
01/026

Redator:
Sebastião Teixeira
Diretor de Arte:
Rubem Sampaio Cardoso
Fotógrafo:
Federico Spitalé
Produtor:
José Carlos Zeferino
Agência:
Denison Propaganda
Produto:
Toalhas de banho
Anunciante:
Artex
Aprovado por:
Valdir Klitzke / Cláudio Fraga



01/028

Redator:
Sebastião Teixeira
Diretor de Arte:
Rubem Sampaio Cardoso
Fotógrafo:
Defoto
Produtor:
José Carlos Seferino
Agência:
Denison Propaganda
Produto:
Toalhas de banho
Anunciante:
Artex
Aprovado por:
Valdir Klitzke / Cláudio Fraga



01/030

Redator:
Laurence Klinger
Fotógrafo:
Moacyr Lugato
Produtor:
Ronald Persichetti
Agência:
DPZ
Produto:
Cosméticos
Anunciante:
Pond's
Aprovado por:
Maria da Glória Sarkozi



01/027

Relator:
Sílvio Lima
Diretor de Arte:
Luis Saidemberg
Fotógrafo:
Acme
Produtor:
Antônio Caleffi
Agência:
MPM-Casabranca
Produto:
Refratários
Anunciante:
Cia Vidraria Santa Marina
Aprovado por:
Douglas Mudocco



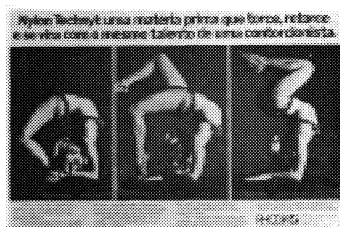
01/029

Redator:
Laurence Klinger
Fotógrafo:
Moacyr Lugato
Produtor:
Ronald Persichetti
Agência:
DPZ
Produto:
Cosméticos
Anunciante:
Pond's
Aprovado por:
Maria da Glória Sarkozi



01/031

Redator:
Ulisses Tavares
Diretor de Arte:
Paulo Ernesto
Fotógrafo:
Odd
Produtor:
Paulo Ernesto
Agência:
Spot Agência de Propaganda Ltda.
Produto:
Lanchas
Anunciante:
Cabrasmar S.A. Indústria e Comércio
Aprovado por:
João Ribeiro



01/032

Redator:
Liliana Barabino
Diretor de Arte:
Licínio de Almeida / João Cardaci Júnior
Fotógrafo:
Eric Forat
Produtor:
José Sant'Ana
Agência:
Gang S.A. Publicidade e Promoções
Produto:
Nylon Techhnyl
Anunciante:
Rhodia Inds. Químicas e Têxteis S.A.
Aprovado por:
Mário César Gatti



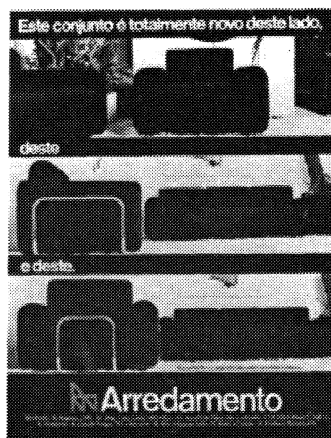
01/033

Redator:
Hans Dammann
Diretor de Arte:
Margrith Immoberdorff
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Roberto Testa
Agência:
Lage, Dammann & Stabel
Produto:
Toalhas de mesa Garcia
Anunciante:
Artex
Aprovado por:
Valdir Klitzke / Cláudio Fraga



01/034

Redator:
Plínio Telles Rudge Filho
Diretor de Arte:
Zbigniew Campioni
Fotógrafo:
Ana Teófilo / Gabriel Zellmeister
Produtor:
Runivam Caetano Alves
Agência:
Alcantara Machado, Periscinoto Comunicações
Anunciante:
Gillette do Brasil Ltda.
Aprovado por:
Sílvia Perli



01/035

Redator:
Ulisses Tavares
Diretor de Arte:
Paulo Ernesto
Fotógrafo:
Stúdio Giró
Produtor:
Andrade
Agência:
Spot Agência de Propaganda Ltda.
Produto:
Móveis
Anunciante:
Móveis Arredamento
Aprovado por:
Z. César Wasserfirer



01/036

Redator:
Hans Dammann / Liber Matteucci
Fotógrafo:
Luis Trípoli
Produtor:
Roberto Testa
Agência:
Lage, Dammann & Stabel
Produto:
Vestidos
Anunciante:
Du Pont do Brasil
Aprovado por:
Leila Ali



01/037

Redator:
Hans Dammann / Liber Matteucci
Fotógrafo:
Luis Trípoli
Produtor:
Roberto Testa
Agência:
Lage, Dammann & Stabel
Produto:
Vestidos
Anunciante:
Du Pont do Brasil
Aprovado por:
Leila Ali



01/038

Redator:
Hans Dammann/LiberMatteucci
Diretor de Arte:
Margrith Immoberdarff
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Roberto Testa
Agência:
Lage, Dammann & Stabel
Produto:
Pratos
Anunciante:
Cerâmica Porto Ferreira
Aprovado por:
Sebastião Bonfá



01/040

Redator:
Hans Dammann/Liber Matteucci
Diretor de Arte:
Margrith Immoberdorff
Fotógrafo:
Luis Tripoli
Produtor:
Roberto Testa
Agência:
Lage, Dammann & Stabel
Produto:
Roupas
Anunciante:
Trevira/Hoechst
Aprovado por:
Iracy de A. Cardia e Blaesing



01/042

Redator:
Washington Olivetto
Diretor de Arte:
Francisco Petit Reig
Fotógrafo:
Moacyr Lugato
Produtor:
Ronald Persischetti
Agência:
DPZ
Produto:
Institucional
Anunciante:
General Motors do Brasil
Aprovado por:
Antonio Romeu Neto



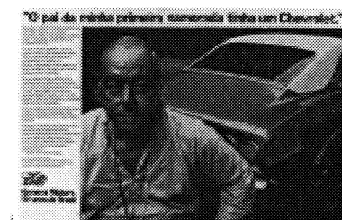
01/039

Redator:
Hans Dammann/Liber Matteucci
Diretor de Arte:
Margrith Immoberdorff
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Roberto Testa
Agência:
Lage, Dammann & Stabel
Produto:
Faróis para automóvel
Anunciante:
Projetores Cibié do Brasil
Aprovado por:
Helmuth Muths



01/041

Redator:
Hans Dammann/Liber Matteucci
Diretor de Arte:
Margrith Immoberdorff
Fotógrafo:
Luis Tripoli
Produtor:
Roberto Testa
Agência:
Lage, Dammann & Stabel
Produto:
Roupas
Anunciante:
Trevira/Hoechst
Aprovado por:
Iracy de A. Cardia e Blaesing



01/043

Redator:
Washington Olivetto
Diretor de Arte:
Francisco Petit Reig
Fotógrafo:
Moacyr Lugato
Produtor:
Ronald Persischetti
Agência:
DPZ
Produto:
Institucional
Anunciante:
General Motors do Brasil
Aprovado por:
Antonio Romeu Neto



01/044

Redator:
João Augusto Palhares Neto
Diretor de Arte:
José Zaragoza
Fotógrafo:
Luiz Guilherme Assumpção/ Moacyr
Lugato
Produtor:
Ronald Persischetti
Agência:
DPZ
Produto:
Vinho
Anunciante:
Maison Forrester
Aprovado por:
Rogério Behring



01/045

Redator:
João Augusto Palhares Neto
Diretor de Arte:
José Zaragoza
Fotógrafo:
Luiz Guilherme Assumpção/ Moacyr
Lugato
Produtor:
Ronald Persischetti
Agência:
DPZ
Produto:
Absorvente higiênico
Anunciante:
Johnson & Johnson
Aprovado por:
Sérgio V. Milred



01/046

Redator:
Plínio Telles Rudge Filho
Diretor de Arte:
Zbignieto Campioni
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Runivan Caetano Alves
Agência:
Alcântara Machado, Periscinoto
Comunicações
Produto:
Automóvel
Anunciante:
Volkswagen do Brasil S.A.
Aprovado por:
Fábio de Luca



01/047

Redator:
Hans Dammann / Liber Mateucci
Diretor de Arte:
Margrith Immoberdorff
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Roberto Testa
Agência:
Lage, Dammann & Stabel
Produto:
Roupas Lycra
Anunciante:
Du Pont do Brasil.
Aprovado por:
Leila Ali



01/048

Redator:
Gilberto dos Reis
Diretor de Arte:
Francisco Silva Ramos
Fotógrafo:
Acme
Produtor:
Antonio Caleffi
Agência:
MPM-Casabranca
Produto:
Lençóis
Anunciante:
Santista.
Aprovado por:
Alvaro Arruda



01/049

Redator:
Ercílio Faria Tranjan / Sebastião
Teixeira
Diretor de Arte:
Rubem Sampaio Cardoso
Fotógrafo:
Ramon Chust
Produtor:
José Carlos Zeferino
Artista:
Jaime (Leão)
Agência:
Denison Propaganda
Produto:
Automóvel
Anunciante:
Chrysler do Brasil
Aprovado por:
José Kozel/ KlausHadulla

Journal of Management Inquiry 22(1) 3-16

Redator:
 Sebastião Teixeira
 Diretor de Arte:
 Rubem Sampaio Cardoso
 Fotógrafo:
 Defoto
 Produtor:
 José Carlos Zeferino
 Agência:
 Denison Propaganda
 Produto:
 Automóvel
 Anunciante:
 Chrysler do Brasil
 Aprovado por:
 José Kozel/ KlausHadulla

Downloaded from Taylor & Francis Group

Redator:
 Ercílio Faria Tranjan / Sebastião Teixeira
Diretor de Arte:
 Rubem Sampaio Cardoso
Fotógrafo:
 Ramon Chust
Produtor:
 José Carlos Zeferino
Artista:
 Jaime (Leão)
Agência:
 Denison Propaganda
Produto:
 Automóvel
Anunciante:
 Chrysler do Brasil
Aprovado por:
 José Kozel/ KlausHadulla

July 2001

Redator:
Ercilio Faria Tranjan /Sebastião Teixeira
Diretor de Arte:
Rubem Sampaio Cardoso
Fotógrafo:
Ramon Chust
Produtor:
José Carlos Zeferino
Agência:
Denison Propaganda
Produto:
Automóvel
Anunciante:
Chrysler do Brasil
Aprovado por:
José Kozel/ KlausHadulla

[illegible]

Redator:
Plínio Teles Rudge Filho
Diretor de Arte:
Zbigniew Campioni
Fotógrafo:
Thomas Scheier
Produtor:
Runivan Caetano Alves
Agência:
Alcântara Machado, Periscinoto
Comunicações
Produto:
Máquina Fotográfica de revelação
instantânea
Anunciante:
Polaroid do Brasil Ltda.
Aprovado por:
Jason Hubard

[illegible]

Redator:
Clovis Calia
Diretor de Arte:
Klaus Isnenghi
Fotógrafo:
Dercílio
Agência:
Proeme
Produto:
Campanha para anunciar no verão
Anunciante:
Proeme

Redator:
Alcides A. da Cruz Fidalga
Diretor de Arte:
João Galhardo Jr.
Fotógrafo:
Andreas Heinigen
Produtor:
Runivan Caetano Alves
Agência:
Alcântara Machado, Periscinoto
Comunicações
Produto:
Serviço bancário
Anunciante:
Banco Real S.A.
Aprovado por:
Edson Paulucci



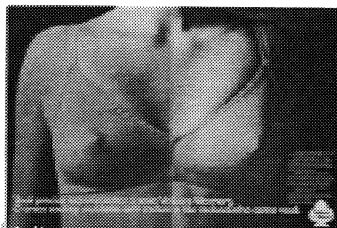
01/056

Redator:
Joaquim Gustavo P. Leite
Diretor de Arte:
Helga Miethke.
Fotógrafo:
Luiz Guilherme Assumpção
Produtor:
Fernando Queiroz
Agência:
J. Walter Thompson
Produto:
Automóvel
Anunciante:
Ford
Aprovado por:
Sérgio Guerreiro / Norberto Isnenghi



01/058

Redator:
Alberto Dijnishian / Hans Dammann
Diretor de Arte:
Zbigniew Campioni.
Fotógrafo:
Andreas Heininger
Produtor:
Fernando Queiroz
Artista:
Luis Carlos Braga de Camargo
Agência:
J. Walter Thompson
Produto:
Canetas
Anunciante:
Parker
Aprovado por:
Waldemar Coelho



01/057

Redator:
Liliana Barabino
Diretor de Arte:
Licínio de Almeida / João Cardaci Jr.
Fotógrafo:
Hilton de Souza Ribeiro
Produtor:
José Sant'Ana
Agência:
Gang S.A. Publicidade e Promoções
Anunciante:
Valisere S.A. Fab. De Artef. E
Tecidos Indesmalháveis



Capa do Anuário 02 - 1976

Da apresentação do anuário:

“É a memória da propaganda brasileira que vai se fixando, no ano-a-ano de cada geração.”

Os jurados:

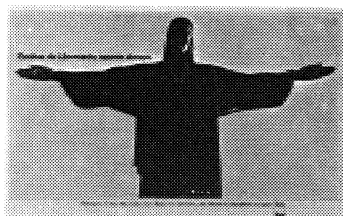
José Fontoura da Costa
Júlio C. Xavier da Silveira
Helga Maria Miethke
José Monserrat
Alcides Fidalgo
Hans Dammann
Armando Mihanovich

Neil Ferreira
Dorian Taterka
Aníbal Guastavino
Joaquim Gonçalves
Armando Mihanovich
Leighton Gace
Ercílio Tranjan



02/002

Redator:
João Augusto Palhares Neto
Diretor de Arte:
José Zaragoza
Fotógrafo:
Meca
Produtor:
Ronald Persichetti
Agência:
DPZ Propaganda
Produto:
OB
Anunciante:
Johnson & Johnson
Aprovado por:
Gilberto Pillegi



02/003

Redator:
Washington Olivetto
Diretor de Arte:
Francisco Petit
Fotógrafo:
Arquivo DPZ
Produtor:
Ronald Persichetti
Agência:
DPZ Propaganda
Produto:
Banco
Anunciante:
Banco Itaú
Aprovado por:
Alfredo Rosa Borges



02/004

Redator:
Liliana Barabino
Diretor de Arte:
José Abel Kropivka
Fotógrafo:
Miro de Souza
Produtor:
Adelmo Pelegrini
Agência:
Bureau Técnico de Publicidade
Produto:
Tecido
Anunciante:
Cia. Nacional de Estamparia
Aprovado por:
Severino P. da Silva Neto



02/005

Redator:
Liliana Barabino
Diretor de Arte:
José Abel Kropivka
Fotógrafo:
Miro de Souza
Produtor:
Adelmo Pelegrini
Agência:
Bureau Técnico de Publicidade
Produto:
Tecido
Anunciante:
Cia. Nacional de Estamparia
Aprovado por:
Severino P. da Silva Neto



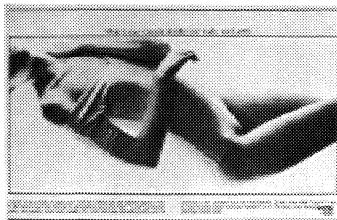
02/006

Redator:
Ruy Lindenberg
Diretor de Arte:
Maurício Dedalo
Fotógrafo:
Ramon Chust
Produtor:
Rogério Dias Moraes
Agência:
Standard, Ogilvy & Mather
Produto:
Tubos e Conexões Tigre
Anunciante:
Grupo Hansen
Aprovado por:
D. Freitas



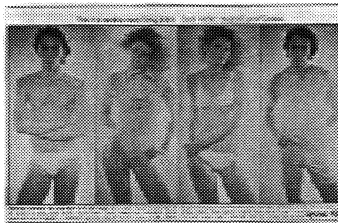
02/007

Redator:
Bruno Tamassia
Diretor de Arte:
Jarbas José de Souza
Fotógrafo:
Alltype
Produtor:
Otávio Silvério
Agência:
Cosi, Jarbas, Srgino Propaganda
Produto:
Móveis
Anunciante:
Móveis Hobjeto
Aprovado por:
Geraldo de Barros



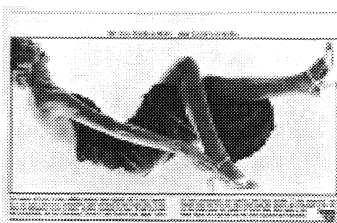
02/008

Redator:
Wagner Fomel / Hans Dammann
Diretor de Arte:
Margrith Imoberdorf
Fotógrafo:
Miro de Souza
Produtor:
Roberto Testa
Agência:
Lage, Dammann & Stabel Publicidade
Produto:
Lycra
Anunciante:
Du Pont do Brasil
Aprovado por:
Leila Ali



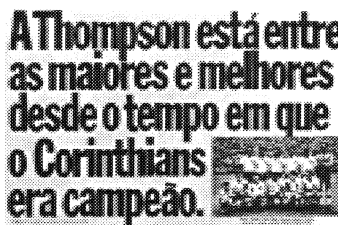
02/010

Redator:
Wagner Fomel
Diretor de Arte:
Margrith Imoberdorf
Fotógrafo:
Miro de Souza
Produtor:
Roberto Testa
Agência:
Lage, Dammann & Stabel Publicidade
de
Produto:
Lycra Cotton
Anunciante:
Du Pont do Brasil
Aprovado por:
Giovanna Pasin



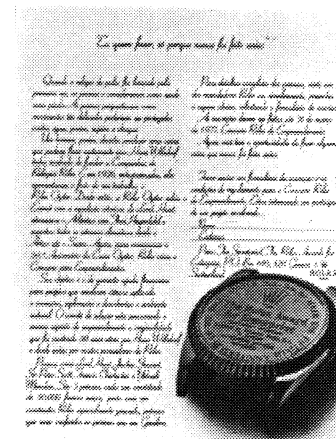
02/009

Redator:
Wagner Fomel
Diretor de Arte:
Margrith Imoberdorf
Fotógrafo:
Miro de Souza
Produtor:
Roberto Testa
Agência:
Lage, Dammann & Stabel Publicidade
Produto:
Lycra
Anunciante:
Du Pont do Brasil
Aprovado por:
Leila Ali



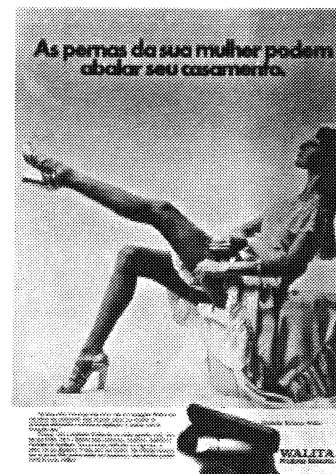
02/011

Redator:
Cláudio Correa
Diretor de Arte:
Adeir Rampazzo
Fotógrafo:
Foto de Arquivo
Produtor:
Fernando Queiroz
Agência:
J. Walter Thompson
Produto:
Agência J.W.T.
Anunciante:
J. Walter Thompson
Aprovado por:
Patrick Moran



02/012

Redator:
 Cláudio Correa
Diretor de Arte:
 Adeir Rampazzo
Fotógrafo:
 Foto arquivo de cliente
Produtor:
 Fernando Queiroz
Agência:
 J. Walter Thompson
Produto:
 Relógio
Anunciante:
 Rolex
Aprovado por:
 Walter Ammeler



02/013

Redator:
Gilberto dos Reis
Diretor de Arte:
Gemoto Stiegler
Fotógrafo:
Meca
Produtor:
Antonio Caleffi
Agência:
MPM-Casabranca
Produto:
Depilador Feminino
Anunciante:
Walita
Aprovado por:
Tarcísio Bluner

ALGO DE NOVO NO FRONT.

O Fiat 147 mostra sua resistência no campo de provas do Estádio.



LOCSET
Automóveis S.A.

02/014

Redator:
Silvio Lima
Diretor de Arte:
Luis Saindenberg
Fotógrafo:
Oswaldo Meligeni
Produtor:
Antonio Caleffi
Agência:
MPM-Casablanca
Produto:
Fiat 147
Anunciante:
Fiat Automóveis S.A.
Aprovado por:
Henrique Funari, Duilio Malfa



02/015

Redator:
João Augusto Palhares Neto
Diretor de Arte:
José Zaragoza
Fotógrafo:
Meca
Produtor:
Ronald Persichetti
Agência:
DPZ Propaganda
Produto:
OB
Anunciante:
Johnson & Johnson
Aprovado por:
Gilberto Pilegi

"Os filhos que crescem na nuvem não são filhos de mãe, mas de pai e mãe de pai."



02/016

Redator:
Pedro Alcântara
Diretor de Arte:
Jan Stomfelt
Fotógrafo:
Moacir Lugato
Produtor:
Ronaldo Persichetti
Agência:
DPZ Propaganda
Produto:
Ajinomoto
Anunciante:
Ajinomoto do Brasil
Aprovado por:
Gilbert Rodrigues



02/017

Redator:
Celso Nogueira
Diretor de Arte:
Oswaldo Soares
Fotógrafo:
Defoto
Produtor:
José Carlos Zeferino
Agência:
Denison Propaganda
Produto:
Serviço Telefônico
Anunciante:
Telesp
Aprovado por:
Antonio Salles Leite

CASAMENTO A SUECA.

De certa forma, a Locaset adapta-se a sua TV a cores (1980) ou a preto e branco (1981), como se fosse uma única e mesma. E isso é feito graças à tecnologia da Locaset, que permite a troca de cores e de tons de cinza, sem a necessidade de qualquer outro aparelho.

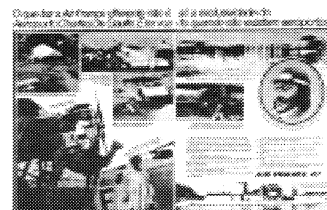
Pela mesma razão, a Locaset não precisa de um aparelho de som separado, pois o som é integrado ao mesmo aparelho que o vídeo, o áudio e o vídeo, e a Locaset pode ser usada em qualquer lugar.

Isso mesmo: a Locaset não está apenas no mercado de televisão, mas também no mercado de áudio e vídeo, e a Locaset pode ser usada em qualquer lugar.

LOCASET

02/018

Redator:
Liber Mateucci
Diretor de Arte:
Francisco Silva Ramos
Produtor:
Antonio Caleffi
Agência:
MPM-Casablanca
Produto:
Locação de televisores
Anunciante:
Locaset
Aprovado por:
Tarcísio Blumer



02/019

Redator:
Paulo Ghirotti
Diretor de Arte:
Fábio Boer
Produtor:
Edson de Souza Pinto
Agência:
Gang S.A. Publicidade e Propaganda
Produto:
Air France
Anunciante:
Cia. Nationale Air France
Aprovado por:
Claude Brunswick



02/020

Redator:
Wagner Fommel
Diretor de Arte:
Margrith Imoberdorf
Fotógrafo:
Miro de Souza
Produtor:
Roberto Testa
Agência:
Lage, Dammann & Stabel Publicidade
Produto:
Faróis auxiliares Cibié
Anunciante:
Projetores Cibié do Brasil S.A.
Aprovado por:
Helmuth Muth



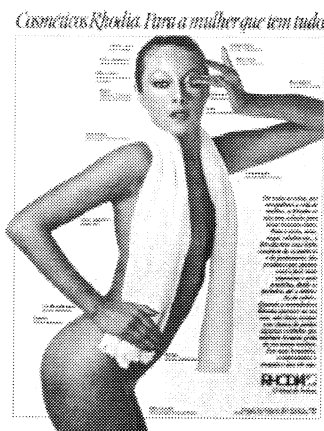
02/021

Redator:
Wagner Fommel
Diretor de Arte:
Margrith Imoberdorf
Fotógrafo:
Miro de Souza
Produtor:
Roberto Testa
Agência:
Lage, Dammann & Stabel Publicidade
Produto:
Lycra
Anunciante:
Du Pont do Brasil
Aprovado por:
Leila Ali



02/022

Redator:
Gilberto dos Reis
Diretor de Arte:
Gemot Stiegler
Fotógrafo:
Meca
Produtor:
Antonio Caleffi
Agência:
MPM-Casabranca
Produto:
Depilador Feminino
Anunciante:
Walita
Aprovado por:
Tarcisio Blumer



02/023

Redator:
Gilberto dos Reis
Diretor de Arte:
Gemot Stiegler
Fotógrafo:
Meca
Produtor:
Antonio Caleffi
Agência:
MPM-Casabranca
Produto:
Cosméticos
Anunciante:
Rhodia
Aprovado por:
Sérgio Brito



02/024

Redator:
Silvio Lima
Diretor de Arte:
Luis Saindenberg
Fotógrafo:
Osvaldo Meligeni
Produtor:
Antonio Caleffi
Agência:
MPM-Casabranca
Produto:
Margarina Flor
Anunciante:
Sanbra
Aprovado por:
Carlos A. C. de Andrade



02/025

Redator:
Silvio Lima
Diretor de Arte:
Luis Saindenberg
Fotógrafo:
Osvaldo Meligeni
Produtor:
Antonio Caleffi
Agência:
MPM-Casabranca
Produto:
Margarina Flor
Anunciante:
Sanbra
Aprovado por:
Carlos A. C. de Andrade



02/026

Redator:
Silvio Lima
Diretor de Arte:
Luis Saindenberg
Fotógrafo:
Oswaldo Meligeni
Produtor:
Antonio Caleffi
Agência:
MPM-Casabranca
Produto:
Institucional
Anunciante:
Fiat Automóveis S. A.
Aprovado por:
Henrique Funaria / Duilio Malfatt



02/028

Redator:
Silvio Lima
Diretor de Arte:
Luis Saindenberg
Fotógrafo:
Arquivo
Produtor:
Antonio Caleffi
Agência:
MPM-Casabranca
Produto:
Institucional
Anunciante:
Fiat Automóveis S. A.
Aprovado por:
Henrique Funaria / Duilio Malfatt



02/030

Redator:
Alcides Angeli da Cruz Fidalgo
Diretor de Arte:
João Galhardo Jr.
Fotógrafo:
José Daloia Neto
Produtor:
Moacyr Zamith / Runivan Alves
Agência:
ALMAP Comunicações S.A.
Produto:
Lubrax-MG-4
Anunciante:
Petrobras Distribuidora S. A.
Aprovado por:
Carlos Alberto Pinheiro

NAO É QUALQUER CARRO QUE PODE FAZER ESTA PROMESSA:



02/027

Redator:
Silvio Lima
Diretor de Arte:
Luis Saindenberg
Fotógrafo:
Oswaldo Meligeni
Produtor:
Antonio Caleffi
Agência:
MPM-Casabranca
Produto:
Institucional
Anunciante:
Fiat Automóveis S. A.
Aprovado por:
Henrique Funaria / Duilio Malfatt

RECORDE NA TRAVESSIA RIO-NITERÓI.



02/029

Redator:
Silvio Lima
Diretor de Arte:
Luis Saindenberg
Fotógrafo:
Oswaldo Meligeni
Produtor:
Antonio Caleffi
Agência:
MPM-Casabranca
Produto:
Fiat 147
Anunciante:
Fiat Automóveis S. A.
Aprovado por:
Henrique Funaria / Duilio Malfatt



02/031

Redator:
João Augusto Palhares Neto
Diretor de Arte:
José Zaragoza.
Fotógrafo:
Arquivo
Produtor:
Ronald Persichetti
Agência:
DPZ Propaganda
Produto:
Máquina de costura Singer
Anunciante:
Singer do Brasil
Aprovado por:
Thomaz Goltz



02/032

Redator:
Liliana Barabino
Diretor de Arte:
José Abel Kropivka
Fotógrafo:
Miro de Souza
Produtor:
Adelmo Pelegrini
Agência:
Bureau Técnico de Publicidade
Produto:
Tecido
Anunciante:
Cia. Nacional de Estamparia
Aprovado por:
Severino P. da Silva Neto



02/034

Redator:
Liliana Barabino
Diretor de Arte:
José Abel Kropivka
Fotógrafo:
Miro de Souza
Produtor:
Adelmo Pelegrini
Agência:
Bureau Técnico de Publicidade
Produto:
Tecido
Anunciante:
Cia. Nacional de Estamparia
Aprovado por:
Severino P. da Silva Neto



02/036

Redator:
Ulisses Tavares
Diretor de Arte:
Paulo Ernesto Luters Nesti
Fotógrafo:
Playbil
Produtor:
Luiz Carlos Zopazzo
Agência:
Spot Agência de Propaganda
Produto:
Conjunto de Som
Anunciante:
Audio Estúdio de Som
Aprovado por:
Toni Miranda



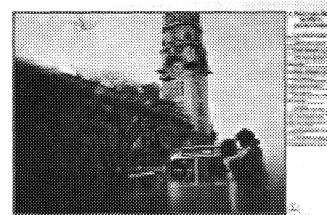
02/033

Redator:
Liliana Barabino
Diretor de Arte:
José Abel Kropivka
Fotógrafo:
Miro de Souza
Produtor:
Adelmo Pelegrini
Agência:
Bureau Técnico de Publicidade
Produto:
Tecido
Anunciante:
Cia. Nacional de Estamparia
Aprovado por:
Severino P. da Silva Neto



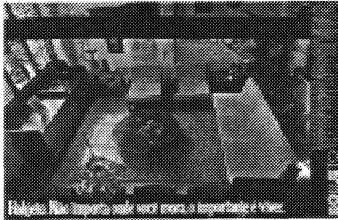
02/035

Redator:
Liliana Barabino
Diretor de Arte:
José Abel Kropivka
Fotógrafo:
Miro de Souza
Produtor:
Adelmo Pelegrini
Agência:
Bureau Técnico de Publicidade
Produto:
Tecido
Anunciante:
Cia. Nacional de Estamparia
Aprovado por:
Severino P. da Silva Neto



02/037

Redator:
Ulisses Antonio P. A. Cabral
Diretor de Arte:
Sérgio Vicente da Silva
Fotógrafo:
L. C. Autuori
Produtor:
Rogério dias Moraes
Agência:
Standard, Ogilvy & Mather
Produto:
Institucional
Anunciante:
Mercedes-Benz do Brasil S.A.
Aprovado por:
Depto. De Propaganda



02/038

Redator:
Bruno Tamassia
Diretor de Arte:
Jarbas José de Souza
Fotógrafo:
Alltype
Produtor:
Otávio Silvério
Agência:
Cosi, Jarbas, Srgino Propaganda
Produto:
Móveis
Anunciante:
Móveis Hobjeto
Aprovado por:
Geraldo de Barros



02/039

Redator:
Paulo Ghirotti
Diretor de Arte:
Fábio Boer
Produtor:
Edson de Souza Pinto
Agência:
Gang S. A. Publicidade e Promoções
Produto:
Institucional
Anunciante:
Rádio Difusora
Aprovado por:
Hélio Mecharinni



02/040

Redator:
Paulo Ghirotti
Diretor de Arte:
Fábio Boer
Produtor:
Edson de Souza Pinto
Agência:
Gang S. A. Publicidade e Promoções
Produto:
Institucional
Anunciante:
Rádio Difusora
Aprovado por:
Hélio Mecharinni



02/041

Redator:
Alcides Angeli da Cruz Fidalgo
Diretor de Arte:
João Galhardo Jr.
Fotógrafo:
José Daloia Neto
Produtor:
Moacyr Zamith / Runivan Alves
Agência:
ALMAP Comunicações S.A.
Produto:
Lubrax-MG-4
Anunciante:
Petrobrás Distribuidora S. A.
Aprovado por:
Carlos Alberto Pinheiro



Tudo o que cabe no seu coração, cabe no Variant.

02/042

Redator:
Adalberto D'Alambert
Diretor de Arte:
Eugênio Curcio Filho
Fotógrafo:
José Daloia Neto
Produtor:
Moacyr Zamith / Runivan Alves
Agência:
ALMAP Comunicações S.A.
Produto:
Variant
Anunciante:
Volkswagen do Brasil S.A.
Aprovado por:
Fábio A. de Luca



02/043

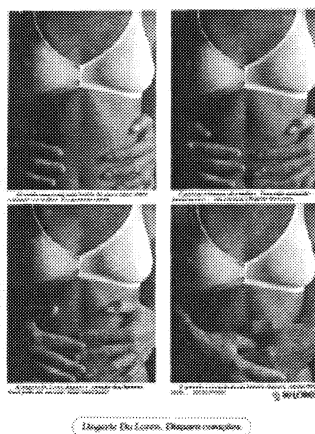
Redator:
João Augusto Palhares Neto
Diretor de Arte:
José Zaragoza
Fotógrafo:
Moacyr Lugato
Produtor:
Ronald Persichetti
Agência:
DPZ Propaganda
Produto:
OB
Anunciante:
Johnson & Johnson
Aprovado por:
Gilberto Pillegi



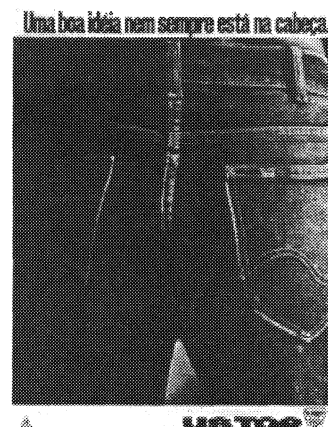
Bufoenho medo de usar o.b.

Ráio bom (diferenciador) é o que não tem medo. O.b. não tem medo. Com sua linha, coloração e do seu design, o.b. não tem medo. Com sua linha, coloração e do seu design, o.b. não tem medo. Com sua linha, coloração e do seu design, o.b. não tem medo.

Redator: João Augusto Palhares Neto
Diretor de Arte: José Zaragoza
Fotógrafo: Arquivo Americano
Produtor: Ronald Persichetti
Agência: DPZ Propaganda
Produto: OB
Anunciante: Johnson & Johnson
Aprovado por: Gilberto Pillegi



Redator: José Monserrat Filho
Diretor de Arte: Jacques Lewkowicz
Fotógrafo: Luis Augusto
Produtor: Gil Galindo
Agência: Caio Domingues & Associados
Produto: Roupa íntima feminina
Anunciante: Jolimode Roupas (Du Loren)
Aprovado por: Mário Bitencourt Vicencio



Uma boa ideia nem sempre está na cabeça.

Redator: Alberto Dijnishian
Diretor de Arte: Zbigniew Campioni
Fotógrafo: Ary Custódio da Silva
Produtor: Fernando Queiroz
Artista: Luiz Carlos Braga de Camargo
Agência: J. Walter Thompson
Produto: Calças US Top
Anunciante: São Paulo Alpagatas
Aprovado por: Décio Nappi

02/044

Redator: João Augusto Palhares Neto
Diretor de Arte: José Zaragoza
Fotógrafo: Arquivo Americano
Produtor: Ronald Persichetti
Agência: DPZ Propaganda
Produto: OB
Anunciante: Johnson & Johnson
Aprovado por: Gilberto Pillegi

02/046

Redator: José Monserrat Filho
Diretor de Arte: Jacques Lewkowicz
Fotógrafo: Luis Augusto
Produtor: Gil Galindo
Agência: Caio Domingues & Associados
Produto: Roupa íntima feminina
Anunciante: Jolimode Roupas (Du Loren)
Aprovado por: Mário Bitencourt Vicencio

02/048

Redator: Alberto Dijnishian
Diretor de Arte: Zbigniew Campioni
Fotógrafo: Ary Custódio da Silva
Produtor: Fernando Queiroz
Artista: Luiz Carlos Braga de Camargo
Agência: J. Walter Thompson
Produto: Calças US Top
Anunciante: São Paulo Alpagatas
Aprovado por: Décio Nappi



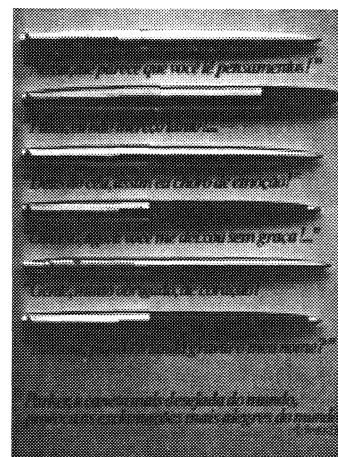
Redator: Gilce Velasco
Diretor de Arte: Hector Rossano
Fotógrafo: Ramon Chust
Produtor: Mauricio de Carvalho
Agência: SSC&B Lintas do Brasil
Produto: Cosamea
Anunciante: Ind. Gessy Lever
Aprovado por: Patrice Videlier / Francisco Homem de Melo



Redator: Walter Arruda
Diretor de Arte: Odilon Kleber Cavalcanti
Fotógrafo: Jota Silva
Produtor: Adelmo Pelegrini
Agência: Bureau Técnico de Publicidade
Produto: Construtora João Carlos Della Manna
Anunciante: Construtora João Carlos Della Manna
Aprovado por: João Carlos Della Manna

02/047

Redator: Walter Arruda
Diretor de Arte: Odilon Kleber Cavalcanti
Fotógrafo: Jota Silva
Produtor: Adelmo Pelegrini
Agência: Bureau Técnico de Publicidade
Produto: Construtora João Carlos Della Manna
Anunciante: Construtora João Carlos Della Manna
Aprovado por: João Carlos Della Manna



Redator: Alberto Dijnishian / Hans Dammann
Diretor de Arte: Zbigniew Campioni
Fotógrafo: Andreas Heininger
Produtor: Fernando Queiroz
Artista: Luiz Carlos Braga de Camargo
Agência: J. Walter Thompson
Produto: Canetas
Anunciante: Parker
Aprovado por: Waldemar Coelho

02/049

Redator: Alberto Dijnishian / Hans Dammann
Diretor de Arte: Zbigniew Campioni
Fotógrafo: Andreas Heininger
Produtor: Fernando Queiroz
Artista: Luiz Carlos Braga de Camargo
Agência: J. Walter Thompson
Produto: Canetas
Anunciante: Parker
Aprovado por: Waldemar Coelho



02/050

Redator:
Wagner Fomel
Diretor de Arte:
Margrith Imoberdorf
Fotógrafo:
Miro de Souza
Produtor:
Roberto Testa
Agência:
Lage, Dammann & Stabel Publicidade
Produto:
Lycra
Anunciante:
Du Pont do Brasil
Aprovado por:
Leila Ali



02/051

Redator:
Ivan Rotundo
Diretor de Arte:
Hortêncio Varoto
Produtor:
Luis Bosquetti
Agência:
McCANN
Produto:
Lãs Cisne
Anunciante:
Linha Corrente
Aprovado por:
Douglas Wilson/Tony Tredwell



Capa do Anuário 03 - 1977

Da apresentação do anuário:

“A cada ano que se faz um balanço profissional como este, fica registrado o que se fez de melhor, criativamente, no ultimo exercício de nossa propaganda.”

Os jurados:

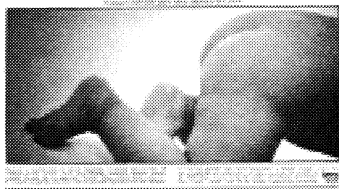
Sérgio Graciotti
Daniel de Freitas
João Augusto Palhares Neto
Hebert Klaus Isnenghi
Jacques Lewkowicz
Márcio Moreira

Aníbal Guastavino
Dorian Taterka
Júlio César Xavier
Hector Rossano
Magy Imoberdorf



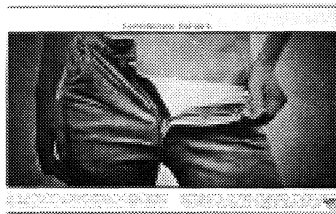
03/002

Diretor de Arte:
João Simone
Redatores:
Gilberto dos Reis / Armando Mihanovich
Fotógrafo:
Oswaldo Meligeni
Produtor:
Antonio Caleffi
Agência:
MPM
Anunciante:
Fiat Automóveis
Produto:
Fiat 147
Aprovado por:
Vincenzo Barello



03/003

Redator:
Wagner Fomel
Diretor de Arte:
Margrith Imoberdorf
Fotógrafo:
Miro de Souza
Produtor:
Roberto Testa
Agência:
Lage, Dammann & Stabel Publicidade
Produto:
Lycra
Anunciante:
Du Pont do Brasil
Aprovado por:
Leila Ali



03/004

Redator:
Wagner Fomel
Diretor de Arte:
Margrith Imoberdorf
Fotógrafo:
Miro de Souza
Produtor:
Roberto Testa
Agência:
Lage, Dammann & Stabel Publicidade
Produto:
Lycra
Anunciante:
Du Pont do Brasil
Aprovado por:
Leila Ali



03/005

Diretor de Arte:
João Galhardo Jr.
Redatores:
Alvaro Gabriel de Almeida / Alcides Fidalgo
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Gualber Ribeiro
Agência:
SGB
Anunciante:
Nashua do Brasil S.A.
Produto:
Copiadoras
Aprovado por:
Daniel Menes



03/006

Diretores de Arte:
João Galhardo Jr. / Hugo Zanzi
Redatores:
Alvaro Gabriel de Almeida / Alcides Fidalgo
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Gualber Ribeiro
Agência:
SGB
Anunciante:
Nashua do Brasil S.A.
Produto:
Copiadoras
Aprovado por:
Daniel Menes



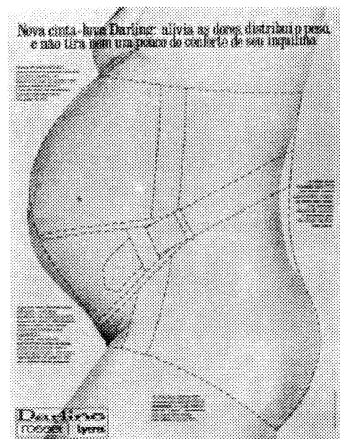
03/007

Diretores de Arte:
João Galhardo Jr. / Emani Gouveia
Redatores:
Alvaro Gabriel de Almeida / Alcides Fidalgo
Fotógrafo:
Andreas Heininger
Produtor:
Gualber Ribeiro
Agência:
SGB
Anunciante:
Nashua do Brasil S.A.
Produto:
Copiadoras
Aprovado por:
Daniel Menes



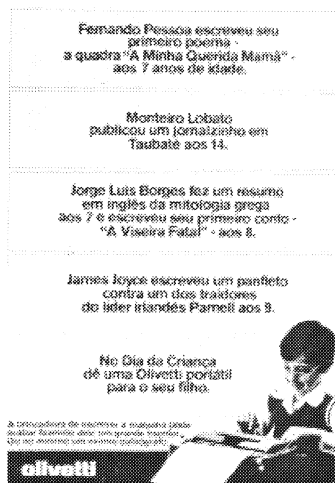
03/008

Diretor de Arte:
Francisco Silva Ramos
Redator:
Gilberto dos Reis (Giba)
Fotógrafo:
Osvaldo Meligeni
Produtor:
Antonio Caleffi
Agência:
MPM
Anunciante:
Alfa Romeo
Produto:
Alfa Romeo 2300 TI
Aprovado por:
Vitorio D'Amico



03/009

Diretor de Arte:
Magy
Redator:
Wagner Fornell
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Roberto Testa
Agência:
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
Du Pont
Produto:
Lycra
Aprovado por:
Lee Miller



03/010

Diretor de Arte:
Francisco Petit
Redator:
Washington Olivetto
Fotógrafo:
Moacir Lugato
Produtor:
Ronald Persichetti
Agência:
DPZ
Anunciante:
Olivetti do Brasil
Produto:
Máquina de escrever
Aprovado por:
Jorge Konigsberger



03/011

Diretor de Arte:
Ruben Sampaio
Redator:
Silvio Lima
Fotógrafo:
Ramon Chust
Produtor:
Maurício de Carvalho
Agência:
SSC&B Lintas
Anunciante:
Indústrias Gessy Lever Ltda.
Produto:
Margarina Vegetal Grandina
Aprovado por:
Jacobus A. Smith



03/012

Diretor de Arte:
Magy
Redator:
Wagner Fornell
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Roberto Testa
Agência:
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
Hoechst
Aprovado por:
Giese G. Hubner



03/13

Diretor de Arte:
Magy
Redator:
Wagner Fornell
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Roberto Testa
Agência:
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
Hoechst
Aprovado por:
Giese G. Hubner



03/014

Diretor de Arte:
Magy
Redator:
Wagner Fornell
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Roberto Testa
Agência:
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
Hoechst
Aprovado por:
Giese G. Hubner



03/015

Diretores de Arte:
Hugo Zanzi / João Galhardo Jr.
Redatores:
Álvaro de Almeida / Alcides Fidalgo
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Gualber Ribeiro
Agência:
SGB
Anunciante:
Nashua do Brasil S.A.
Produto:
Copiadoras
Aprovado por:
Daniel Menes



03/016

Diretor de Arte:
Kélio Rodrigues
Redator:
José Alberto M. Pinto
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Gualber Ribeiro
Romeu Testa
SGB
Anunciante:
Macarrão Petybon
Aprovado por:
Hamilton Gomes de Oliveira



03/017

Diretor de Arte:
João Galhardo Jr.
Redatores:
Álvaro Gabriel de Almeida / Alcides Fidalgo
Fotógrafo:
Andreas Heininger
Produtor:
Gualber Ribeiro
Agência:
SGB
Anunciante:
Nashua do Brasil S.A.
Produto:
Copiadoras
Aprovado por:
Daniel Menes



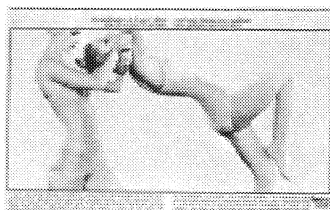
03/018

Diretor de Arte:
Spencer E. Chingotte
Redator:
Antonio P. A. Cabral
Fotógrafo:
Hilton de Souza
Produtor:
Fernando Queiróz
Agência:
JWT
Anunciante:
São Paulo Alpargatas S.A.
Produto:
Bamba Maioral Allcolor
Aprovado por:
Décio Nappi



03/019

Diretor de Arte:
Francisco Petit
Redator:
Washington Olivetto
Fotógrafo:
Maureen Bissiliat
Produtor:
Ronald Persichetti
Agência:
DPZ
Anunciante:
Banco Itaú
Produto:
Capas de Talão de Cheques
Aprovado por:
Alex C. Thiele



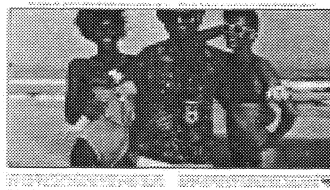
03/020

Diretor de Arte:
Magy
Redator:
Wagner Fornell
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Roberto Testa
Agência:
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
Du Pont
Produto:
Lycra
Aprovado por:
Lee Miller



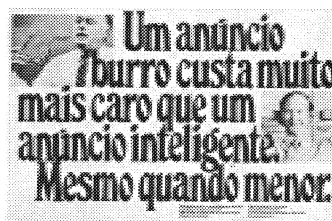
03/021

Diretor de Arte:
Hans Haudenschild
Redator:
Eloy Simões
Fotógrafo:
Azemiro de Souza
Produtor:
Runivan C. Alves
Agência:
Almap
Anunciante:
Rodhia Indústrias Químicas e Textéis S.A.
Produto:
Lençóis Tergal
Aprovado por:
Roberto Krause



03/022

Diretor de Arte:
Magy
Redator:
Wagner Fornell
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Roberto Testa
Agência:
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
Du Pont
Produto:
Lycra
Aprovado por:
Lee Miller



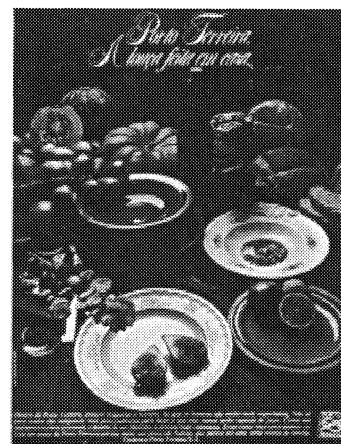
03/023

Diretor de Arte:
Jaques Lewkowicz
Redator:
José Monserrat Filho
Produtor:
Gil Galindo
Agência:
Caio
Anunciante:
Caio
Produto:
Campanha A. B. A./Exame
Aprovado por:
William Norman



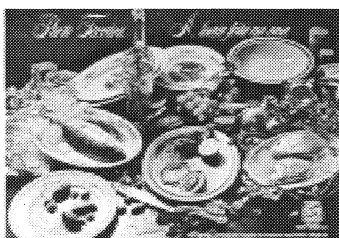
03/024

Diretor de Arte:
Sílvia Cosentini
Redator:
José Alberto M. Pinto Ferreira
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Romeu Testa
Agência:
Proeme
Anunciante:
H. Stern Joalheiros
Produto:
Jóias
Aprovado por:
Gerd Tycocynski



03/025

Diretor de Arte:
Magy
Redator:
Wagner Fornell
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Roberto Testa
Agência:
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
Cerâmica Porto Ferreira
Produto:
Louças
Aprovado por:
Sebastião Bonfá



03/026

Diretor de Arte:
Magy
Redator:
Wagner Fornell
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Roberto Testa
Agência:
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
Cerâmica Porto Ferreira
Produto:
Louças
Aprovado por:
Sebastião Bonfá



03/028

Diretor de Arte:
Francisco Silva Ramos
Redator:
Liber Mateucci
Fotógrafo:
Osvaldo Meligeni
Produtor:
Antonio Caleffi
Agência:
MPM
Anunciante:
Fiat Diesel
Produto:
Caminhões Fiat Diesel
Aprovado por:
Vitor Sá



03/030

Diretor de Arte:
Enido Angelo Michelin
Redator:
Fernando Tadeu C. Portela
Fotógrafo:
Eduardo Ribeiro Pereira
Produtor:
Runivan C. Alves
Agência:
Almap
Anunciante:
Volkswagen do Brasil
Produto:
Fusca
Aprovado por:
Fábio A. de Luca



03/027

Diretor de Arte:
Francisco Silva Ramos
Redator:
Liber Mateucci
Fotógrafo:
Osvaldo Meligeni
Produtor:
Antonio Caleffi
Agência:
MPM
Anunciante:
Fiat Diesel
Produto:
Caminhões Fiat Diesel
Aprovado por:
Vitor Sá



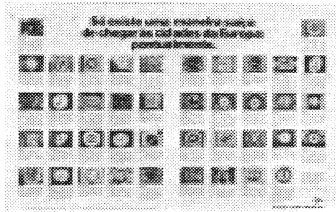
03/029

Diretor de Arte:
Hector Rossano
Redator:
Gilce Velasco
Fotógrafo:
Ramon Chust
Produtor:
Maurício de Carvalho
Agência:
SSC&B Lintas
Anunciante:
Valisère S.A.
Produto:
Soutien Valisère
Aprovado por:
Nelson Rama/H. Lanfray



03/031

Diretor de Arte:
João Simone
Redator:
Roni Gotthilf
Fotógrafo:
Tony Garcia
Ilustrador:
Doug Johnson
Produtor:
Antonio Caleffi
Agência:
MPM
Anunciante:
Indústrias Têxteis Santista
Produto:
Jeans You
Aprovado por:
Luiz Carlos Carmona



03/032

Diretor de Arte:
Peter Erzberger
Redator:
Rosemary C. Ferraz
Fotógrafo:
GGK Basileia
Produtor:
Augusto F. Pattoli
Agência:
GGK – São Paulo
Anunciante:
Swissair
Produto:
Linhas Aéreas Suíças
Aprovado por:
Charles Manz



03/033

Diretor de Arte:
Manoel Zanzotti
Redator:
Clóvis Calia
Fotógrafo:
Foto Stúdio Ernest Schauder
Produtor:
Maurício Carvalho
Agência:
SSC&B Lintas
Anunciante:
Johnson & Johnson
Produto:
Fraldas Descartáveis Johnson's
Aprovado por:
Antonio Jesus



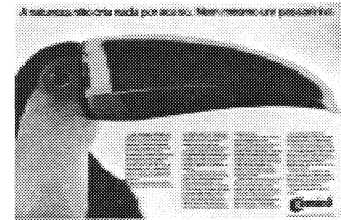
03/034

Diretor de Arte:
Luiz Saidemberg
Redator:
Gilberto Reis
Fotógrafo:
Chico guerrissi
Produtor:
Luiz Lellis/José Carlos Zeferino/
Marcionildo Santos
Agência:
Denison
Anunciante:
ALBA S/A
Produto:
Soft
Aprovado por:
José Mauro Figueiredo



03/035

Diretor de Arte:
Magy
Redator:
Wagner Fornell
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Roberto Testa
Agência:
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
Du Pont
Produto:
Lycra
Aprovado por:
Lee Miller



03/036

Diretor de Arte:
Licínio de Almeida/Maurício Dedalo
Redator:
Luís D'Horta/Rui Lindenberg
Agência:
Gang
Anunciante:
Banco Comércio e Indústria de São Paulo
Produto:
Comind
Aprovado por:
Francisco Alberto Madia de Souza



03/037

Diretor de Arte:
Hortencio Varoto
Redator:
Ivan Rotundo
Ilustrador:
Costa Bello
Produtor:
Luiz Bosquetti
Agência:
McCann
Anunciante:
Linhas Corrente
Produto:
Zipper
Aprovado por:
Douglas Wilson/Tony Tredwell



03/038

Diretor de Arte:
Jarbas José de Souza
Redator:
Victor Rebouças
Produtor:
Sérgio Leite de Camargo
Agência:
Cosi, Jarbas, Sergino Propaganda
Anunciante:
Rádio Record (TV Record)
Aprovado por:
Alfredo de Carvalho Filho



03/039

Diretor de Arte:
Sílvio Cosentini
Redator:
Ricardo Guimarães
Fotógrafo:
Peter Michael
Produtor:
Romeu Testa
Agência:
Proeme
Anunciante:
Heublein Comercial Ltda.
Aprovado por:
Átila Sarkozy



03/040

Diretor de Arte:
Maurício Dedalo
Redator:
Rui Lindenberg
Fotógrafo:
Jean Pierre Appelis
Agência:
Gang
Anunciante:
Rhodia Inds. Químicas Têxteis
Produto:
Super Repelex
Aprovado por:
Mário Gatti



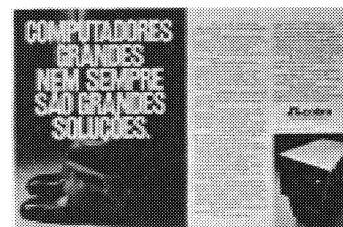
03/041

Diretor de Arte:
Joaquim Gonçalves de Oliveira
Redator:
Otoniel Santos Pereira
Fotógrafo:
Francisco Albuquerque
Produtor:
Mário Quirino
Agência:
Salles/Interamericana
Anunciante:
Pedro Domêco
Produto:
Conhaque Domêco
Aprovado por:
Luís Puig



03/042

Diretor de Arte:
Francisco Petit
Redator:
Washington Olivetto
Produtor:
Ronald Persichetti
Agência:
DPZ
Anunciante:
Banco Itaú
Produto:
Autobank
Aprovado por:
Alex C. Thiele



03/043

Diretor de Arte:
João Galhardo Jr.
Redator:
Álvaro de Almeida
Fotógrafo:
Eduardo Ribeiro
Produtor:
Gualter Ribeiro
Agência:
SGB
Anunciante:
COBRA - Comp. e Sist. Bras. S.A.
Produto:
Computadores e Sistemas
Aprovado por:
Carlos Augusto R. Carvalho



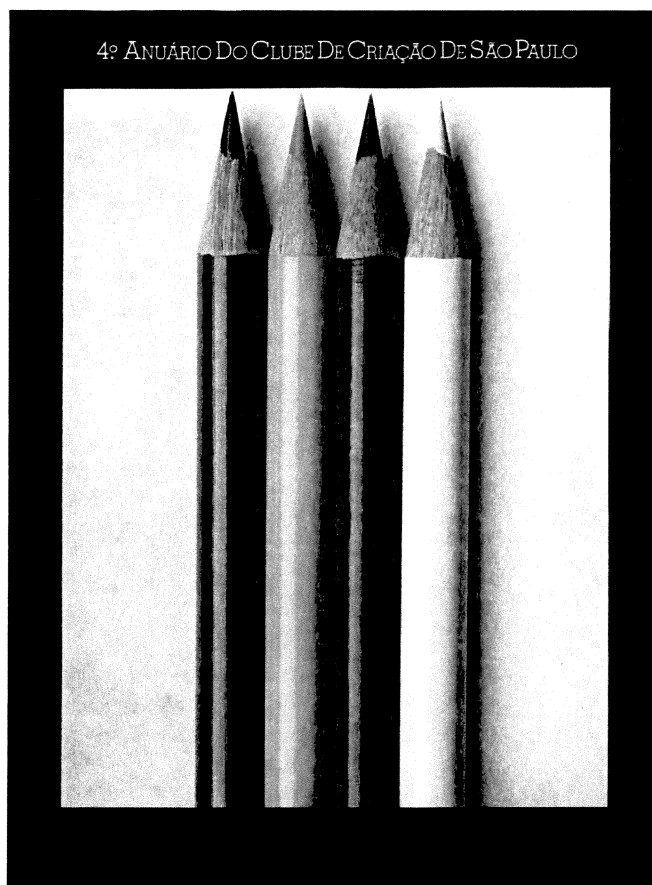
03/044

Diretor de Arte:
Odir Grecco
Redator:
Sebastião Teixeira
Fotógrafo:
Meca
Produtor:
Mário Quirino
Agência:
Salles/Interamericana S.A.
Anunciante:
Ford Brasil S.A.
Produto:
Corcel II
Aprovado por:
Thom Shanahan/Norberto Isnenghi



03/045

Diretor de Arte:
Joaquim Gonçalves de Oliveira
Redator:
Otoniel Santos Pereira
Fotógrafo:
Amir Campos
Produtor:
Mário Quirino
Agência:
Salles/Interamericana S.A.
Anunciante:
Nadir Figueiredo
Produto:
Copos
Aprovado por:
Constantin Chrissovergis



Capa do Anuário 04 - 1978

Da apresentação do anuário:

“Não sabemos se ele está melhor que os outros, nem na forma, nem no conteúdo. Isso, cabe a você julgar.”

Os jurados:

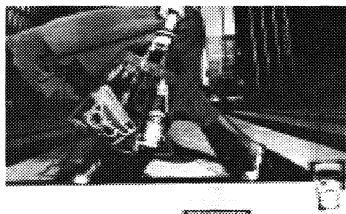
Gilberto dos Reis
Joaquim Gustavo Pereira Leite
Hector Tortolano
Clóvis Calia

Ciro Pelicano
Margrith Imoberdorf
Newton Pacheco
Adilson Ferrari



04/002

Diretor de Arte:
Jarbas José de Souza
Redator:
José Abdalla
Fotógrafo:
Abraham Lincoln Antunes Metri
Ilustrador:
Cláudio Crespo
Produtor:
Paulo Sales
Agência
DPZ-Dualibi, Petit, Zaragoza
Propaganda S.A.
Anunciante:
Max Factor Produtos Cosméticos
Ltda.
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Corina Galvani
Veículo:
Revistas



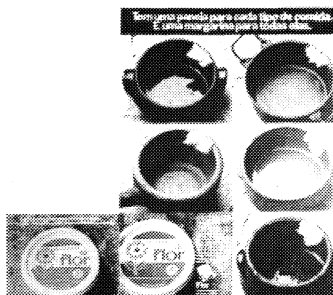
04/003

Diretor de Arte:
Rodolfo Felix Vanni
Redator:
Cláudio Deckes
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Romeu Antonio Testa
Agência
Proeme S.A. Publicidade
Anunciante:
Heublein
Produto:
Smirnoff
Aprovado por:.
Áttila Sarközy



04/004

Diretor de Arte:
Francisco Silva Ramos
Redator:
Gilberto dos Reis (Giba)
Fotógrafo:
Osamu Nishi
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Tarcísio Blumer
Agência
MPM-Casabranca
Anunciante:
Fiat Diesel
Produto:
Institucional
Aprovado por:.
Anderson Fabiano e Giovani Funari
Veículo:
Revistas



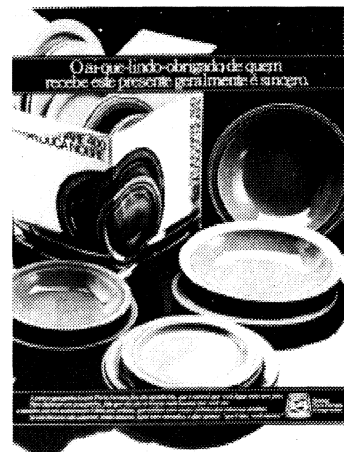
04/005

Diretor de Arte:
Luís Di Nallo
Redator:
Joaquim Gustavo
Fotógrafo:
Oswaldo Meligeni
Produtor:
Ladislao/Sílvia Mangabeira
Contato:
Luiz Gonzaga Vasconcelos
Agência
Núcleo de Peopaganda
Anunciante:
Sanbra
Produto:
Margarina Flor
Aprovado por:.
Sérgio Mendes
Veículo:
Revistas



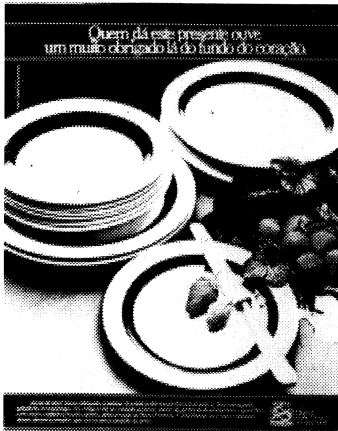
04/006

Diretor de Arte:
Luís Di Nallo
Redator:
Joaquim Gustavo
Fotógrafo:
Oswaldo Meligeni
Produtor:
Ladislao/Sílvia Mangabeira
Contato:
Luiz Gonzaga Vasconcelos
Agência
Núcleo de Peopaganda
Anunciante:
Sanbra
Produto:
Margarina Flor
Aprovado por:.
Sérgio Mendes
Veículo:
Revistas



04/007

Diretor de Arte:
Cristina Silva
Redator:
João Baptista Assumpção Jr. / Wagner
Fornel
Fotógrafo:
Oswaldo
Produtor:
Roberto Testa Filho
Contato:
Jacira Inaiá de Almeida
Agência
Lage, Stabel & Guerreiro Publicidade
Anunciante:
Cerâmica Porto Ferreira
Produto:
Louças
Veículo:
Revistas



04/008

Diretor de Arte:
Cristina Silva
Redator:
João Baptista Assumpção Jr. / Wagner Fomel
Fotógrafo:
Oswaldo
Produtor:
Roberto Testa Filho
Contato:
Jacira Inaiá de Almeida
Agência:
Lage, Stabel & Guerreiro Publicidade
Anunciante:
Cerâmica Porto Ferreira
Produto:
Louças
Veículo:
Revistas

**Quando o campo
é pobre, a esperança vem morrer
na cidade.**

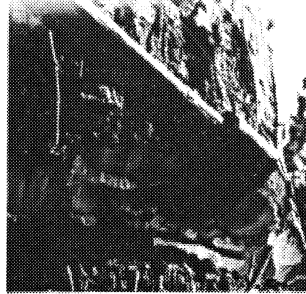


04/009

Diretor de Arte:
Geraldo Leite Filho
Redator:
David Paiva
Fotógrafo:
Genérico
Produtor:
Anderson Guizan

Contato:
Mário D'Alcântara
Agência:
Stembro
Anunciante:
Planta 7 Empreendimentos Rurais
Produto:
Reflorestamento
Veículo:
Revistas e Jornais

**Um país tratado desse jeito
não tem futuro.**



04/010

Diretor de Arte:
Geraldo Leite Filho
Redator:
David Paiva
Fotógrafo:
Genérico
Produtor:
Anderson Guizan
Contato:
Mário D'Alcântara
Agência:
Stembro
Anunciante:
Planta 7 Empreendimentos Rurais
Produto:
Reflorestamento
Veículo:
Revistas e Jornais

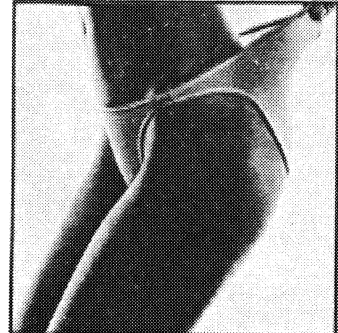


04/011

Diretor de Arte:
João Carlos Feijão
Redator:
Roni Gotthilf
Fotógrafo:
Osamo Nishi

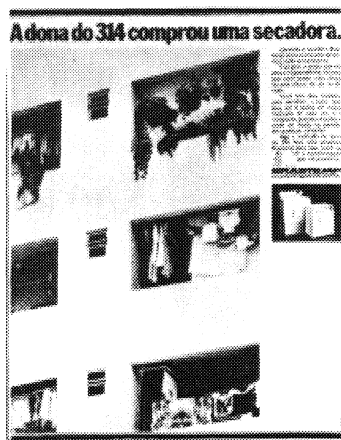
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Duílio Malfatti
Agência:
MPM-Casabranca
Anunciante:
Fiat Automóveis S.A.
Produto:
Fiat 147
Aprovado por:
Luis Flávio Furtado
Veículo:
Revistas

**A calção de Lycra é elástico desse jeito
para não apertar você nem sobreir em lugar nenhum.**



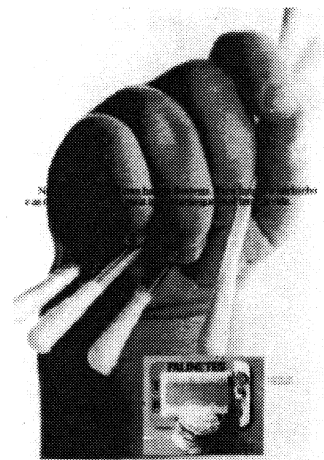
04/012

Diretor de Arte:
Magy Imoberdorf
Redator:
Wagner Fomel
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Roberto Testa
Contato:
Lais Helena Tobias de Barros
Agência:
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
Du Pont do Brasil S.A.
Produto:
Lingerie - Lycra
Veículo:
Revistas



04/013

Diretor de Arte:
Oswaldo Soares
Redator:
Celso Nogueira
Fotógrafo:
Defoto
Produtor:
Marcionilo Dias dos Santos
Contato:
Appio S. Ribeiro / Francisco Santos
Agência
Denison Propaganda S.A.
Anunciante:
Brastemp S.A.
Produto:
Lavadora Brastemp
Aprovado por:
Mário Bessp
Veículo:
Revistas



04/014

Diretor de Arte:
Hector Tortolano

Redator:
João A. Palhares Neto
Fotógrafo:
Oswaldo Meligeni
Produtor:
José Carlos Araújo
Contato:
Alfredo Rosa Borges
Agência
Integral Propaganda Técnica S.A.
Anunciante:
York S.A. Ind. E Comércio
Produto:
Palinete
Aprovado por:
José Roberto D'Aprille e Carlos Ferraz
Veículo:
Revistas



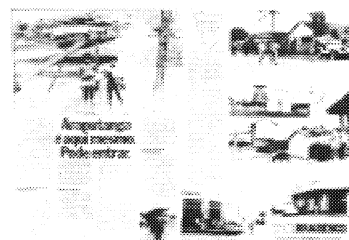
04/015

Diretor de Arte:
Márcia Vargas Batista
Redator:
Antonio de Pádua A. Cabral
Fotógrafo:
Hilton de S. Ribeiro
Produtor:
Fernando Queiroz
Contato:
Leoni F. Assaly
Agência
J.W. Tompson
Anunciante:
Heublein Ind. Comércio
Produto:
Whisky B.S. Givan
Aprovado por:
Bill Seawrite
Veículo:
Revistas
Editor:
Klaus Isnenghi



04/016

Diretor de Arte:
Fábio Boer
Redator:
Raul Cruz Lima
Fotógrafo:
Du Ribeiro
Produtor:
Mário Quirino
Contato:
Euvaldo Nunes
Agência:
Salles/Inter-Americana de Publicidade S.A.
Anunciante:
Refinações de Milho Brasil
Produto:
Inseticida SBP
Aprovado por:
Bryan Hussey
Veículo:
Revistas



04/017

Diretor de Arte:
Ronaldo Maver de Assumpção
Redator:
Engelber Adair Paschoal
Fotógrafo:
Rolando Maver
Produtor:
Mário Quirino
Contato:
Sérgio Reis
Agência:
Salles/Inter-Americana de Publicidade S.A.
Anunciante:
Bradesco
Produto:
Projetos Especiais
Aprovado por:
José Munhoz Moya
Veículo:
Revistas



04/018

Diretor de Arte:
Ronaldo Maver de Assumpção
Redator:
Engelber Adair Paschoal
Fotógrafo:
Rolando Maver
Produtor:
Mário Quirino
Contato:
Sérgio Reis
Agência:
Salles/Inter-Americana de Publicidade S.A.
Anunciante:
Bradesco
Produto:
Projetos Especiais
Aprovado por:
José Munhoz Moya
Veículo:
Revistas



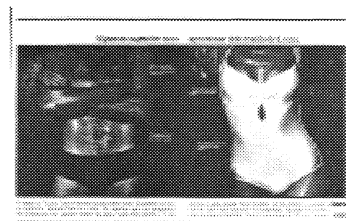
04/019

Diretor de Arte:
Ronaldo Maver de Assumpção
Redator:
Engelber Adair Paschoal
Fotógrafo:
Rolando Maver
Produtor:
Mário Quirino
Contato:
Sérgio Reis
Agência:
Salles/Inter-Americana de Publicidade S.A.
Anunciante:
Bradesco
Produto:
Projetos Especiais
Aprovado por:
José Munhoz Moya
Veículo:
Revistas



04/020

Diretor de Arte:
Ronaldo Maver de Assumpção
Redator:
Engelber Adair Paschoal
Fotógrafo:
Rolando Maver
Produtor:
Mário Quirino
Contato:
Sérgio Reis
Agência:
Salles/Inter-Americana de Publicidade S.A.
Anunciante:
Bradesco
Produto:
Projetos Especiais
Aprovado por:
José Munhoz Moya
Veículo:
Revistas



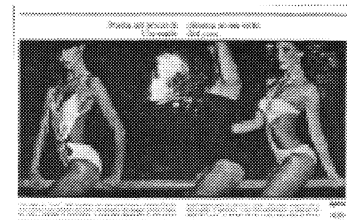
04/021

Diretor de Arte:
Magy Imoberdorf e Cristina Silva
Redator:
João Batista Assumpção Jr.
Fotógrafo:
Luis Carlos de Campos Trípoli
Produtor:
Roberto Testa Filho
Contato:
Lais Helena Tobias de Barros
Agência:
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
Du Pont do Brasil S.A.
Produto:
Maiôs - Lycra
Veículo:
Revistas



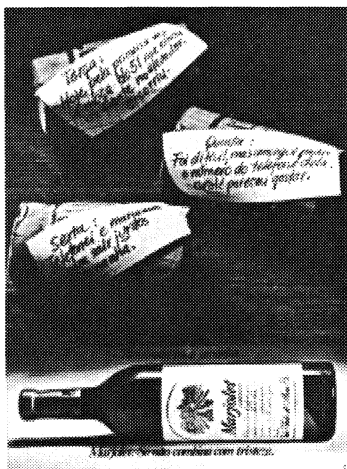
04/022

Diretor de Arte:
Jaques Lewkowicz
Redator:
Nei Leandro de Castro
Fotógrafo:
José Franceschi
Produtor:
Gil Galindo
Contato:
Vicente de Vicq
Agência:
Caio Domingues
Anunciante:
Bausch & Lomb
Aprovado por:
Paulo Wagner
Veículo:
Revistas



04/023

Diretor de Arte:
Magy Imoberdorf e Cristina Silva
Redator:
João Batista Assumpção Jr.
Fotógrafo:
Luis Carlos de Campos Trípoli
Produtor:
Roberto Testa Filho
Contato:
Lais Helena Tobias de Barros
Agência:
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
Du Pont do Brasil S.A.
Produto:
Maiôs - Lycra
Veículo:
Revistas



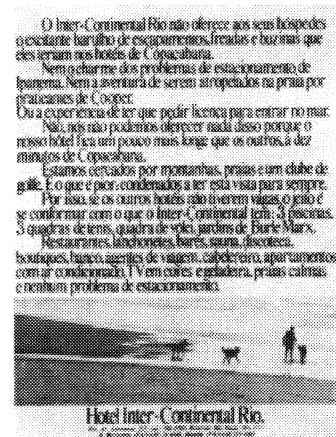
04/024

Diretor de Arte:
Helga M. Miethke
Redator:
Antonio A. Batista
Fotógrafo:
Helga
Produtor:
Manoel Victor
Contato:
Caio A. Domingues
Agência:
Caio A. Domingues
Anunciante:
Heublein
Produto:
Vinhos Marjolet
Aprovado por:
Áttila Sarkösy
Veículo:
Revistas



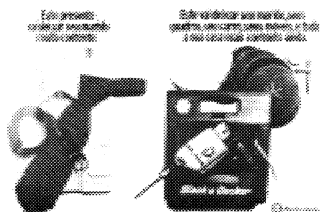
04/026

Diretor de Arte:
Magy Imoberdorf
Redator:
Joaquim Gustavo Pereira Leite
Fotógrafo:
Miro de Souza
Produtor:
Roberto Testa Filho
Contato:
Luis Henrique dos Reis
Agência:
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
Sony Motorradio Com. Ind. Ltda.
Produto:
Equipamento de Som
Veículo:
Revistas



04/028

Diretor de Arte:
Nelo Pimentel
Redator:
Laurence Klinger
Fotógrafo:
Luis Affonso Veiga
Produtor:
João Vicente
Contato:
Léa Goldgewitch
Agência:
DPZ-Dualibi, Petit, Zaragoza Prop./Rio
Anunciante:
Hotel Inter-Continental Rio
Produto:
Serviços
Veículo:
Revistas



04/025

Diretor de Arte:
Magy Imoberdorf
Redator:
João Batista Assumpção Jr.
Fotógrafo:
Andreas Heininger
Produtor:
Roberto Testa Filho
Contato:
Lais Helena Tobias de Barros
Agência:
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
Black & Decker do Brasil
Produto:
Ferramenta Elétrica
Veículo:
Revistas



04/027

Diretor de Arte:
Magy Imoberdorf e Cristina Silva
Redator:
João Batista Assumpção Jr. E
Wagner Fomel
Fotógrafo:
Miro de Souza
Produtor:
Roberto Testa Filho
Contato:
Lais Helena Tobias de Barros
Agência:
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
Poliolefinas S.A. Ind. E Com.
Produto:
(Polietileno) Institucional
Veículo:
Revistas



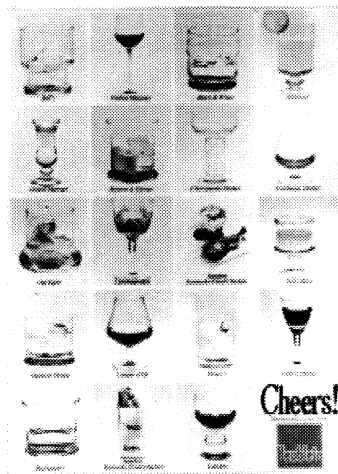
04/029

Diretor de Arte:
Magy Imoberdorf e Cristina Silva
Redator:
João Batista Assumpção Jr. e
Wagner Fomel
Fotógrafo:
Andreas Heininger
Produtor:
Roberto Testa Filho
Contato:
Luis Henrique dos Reis
Agência:
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
Bayer
Produto:
Baygon
Veículo:
Revistas



04/030

Diretor de Arte:
Helga M. Miethe
Redator:
Antonio A. Batista
Fotógrafo:
Meca
Produtor:
Manoel Victor
Contato:
Caio A. Domingues
Agência
Caio A. Domingues
Anunciante:
Heublein
Produto:
Vinhos Marjolet
Aprovado por:
Áttila Sarkösy
Veículo:
Revistas



04/032

Diretor de Arte:
Helga M. Miethe
Redator:
Antonio A. Batista
Fotógrafo:
Leonardo Costa
Produtor:
Manoel Victor
Contato:
Caio A. Domingues
Agência
Caio A. Domingues
Anunciante:
Heublein
Produto:
Heublein
Aprovado por:
Bill Sawright
Veículo:
Revistas

Este é o segundo veículo
mais criativo do país.

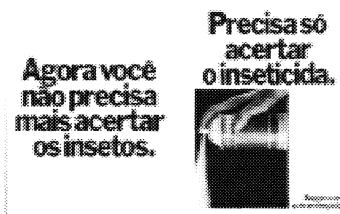


O primeiro é este
que você está lendo.

Ford Brasil S.A.

04/034

Diretor de Arte:
Odir Grecco
Redator:
Newton Pacheco
Fotógrafo:
Ramon Chust
Produtor:
Mário Quirino
Contato:
José Miranda Filho
Agência
Salles/Inter/Americana de Publicidade
S.A.
Anunciante:
Ford do Brasil S.A.
Produto:
Corcel II
Aprovado por:
Norberto Isnenghi
Veículo:
Anuário C.C.S.P.



04/031

Diretor de Arte:
Magy Imoberdorf
Redator:
João Batista Assumpção Jr. e
Joaquim Gustavo Pereira Leite
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Roberto Testa Filho
Contato:
Luis Henrique dos Reis
Agência
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
Bayer
Produto:
Baygon
Veículo:
Revistas



04/033

Diretor de Arte:
Oswaldo Soares
Redator:
Celso Nogueira
Fotógrafo:
Miro (Móbile)
Produtor:
José Carlos Zeferino
Contato:
Paulo França
Agência
Denison Propaganda S.A.
Anunciante:
Hering Ind. Textil Cia.
Produto:
Malhas Hering
Aprovado por:
Maurici Burt
Veículo:
Revistas



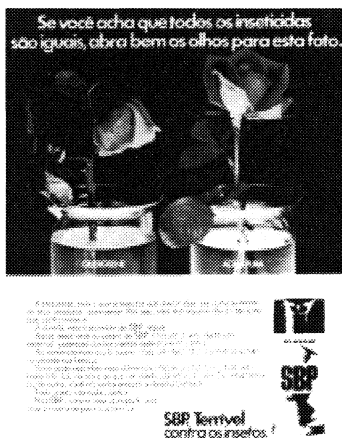
04/035

Diretor de Arte:
João Simone
Redator:
Gilberto dos Reis (Giba)
Fotógrafo:
Oswaldo Meligeni
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Dulio Malfatti
Agência
MPM-Casabranca
Anunciante:
Fiat Automóveis
Produto:
Fiat 147 e Alfa Romeo
Aprovado por:
Luis Flávio Furtado
Veículo:
III Anuário do C.C.S.P.



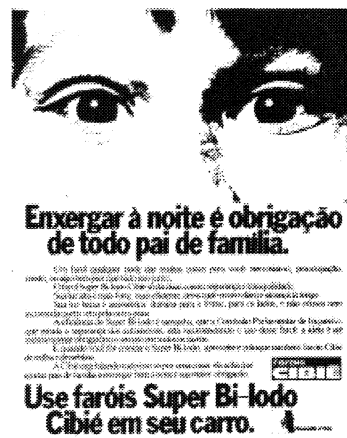
04/036

Diretor de Arte:
Odir Grecco
Redator:
Sebastião Manoel Teixeira
Fotógrafo:
Meca
Produtor:
Mário Quintino
Contato:
José Miranda Filho
Agência:
Salles/Inter-Americana de Publicidade S/A
Anunciante:
Ford do Brasil S.A.
Produto:
Belina
Aprovado por:
Norberto Isnenghi
Veículo:
Revistas



04/038

Diretor de Arte:
Fábio Boer
Redator:
Raul Cruz Lima
Fotógrafo:
Jean Pierre
Produtor:
Mário Quirino
Contato:
Euvaldo Nunes
Agência:
Salles/Inter-Americana de Publicidade S.A.
Anunciante:
Refinações de Milho Brasil
Produto:
Inseticida SBP
Aprovado por:
Bryan Hussey
Veículo:
Revistas



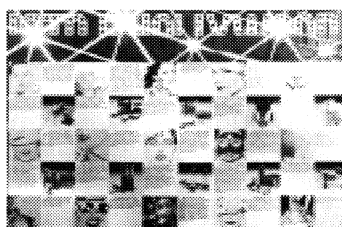
04/040

Diretor de Arte:
Magy Imoberdorf
Redator:
Wagner Fomel
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Roberto Testa Filho
Contato:
Luís Henrique dos Reis
Agência:
Lage, Stabel & Guerreiro Publicidade
Anunciante:
Projetores Cibié do Brasil
Produto:
Faróis
Veículo:
Revistas



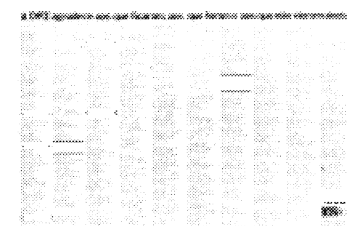
04/037

Diretor de Arte:
Rodolfo Félix Vanni
Redator:
Cláudio Deckes
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Romeu Antonio Testa
Contato:
Mário Lacerda
Agência:
Proeme S.A. Publicidade
Anunciante:
Heublein
Produto:
Smirnoff
Aprovado por:
Attila Sarkösy
Norberto Isnenghi
Veículo:
Revistas



04/039

Diretor de Arte:
Jarbas José de Souza
Redator:
José Abdala
Fotógrafo:
Abraham Lincoln Antunes Metri
Produtor:
Paulo Sales
Contato:
Roberto Gregório
Agência:
DPZ-Dualibi, Petit, Zaragozza Propaganda S.A.
Anunciante:
Max Factor Produtos Cosméticos Ltda.
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Corina Galvani
Veículo:
Revistas



04/041

Diretor de Arte:
José Zaragozza
Redator:
Neil Ferreira
Fotógrafo:
Arquivo/ DPZ
Produtor:
Ronald Persichetti
Agência:
DPZ-Dualibi, Petit, Zaragozza Propaganda S.A.
Anunciante:
DPZ-Dualibi, Petit, Zaragozza Propaganda S.A.
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Diretoria DPZ
Veículo:
Revistas



04/042

Diretor de Arte:
Maurício Souza de Oliveira
Redator:
Edson Ricardo Taramelli
Fotógrafo:
Miro (Móvil)
Produtor:
Marcionilio Dias dos Santos
Contato:
Appio S. Ribeiro/Francisco Santos
Agência:
Denison Propaganda S.A
Anunciante:
Brastemp
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Mário Besso
Veículo:
Anuário Revista



04/043

Diretor de Arte:
Hector Sapia
Redator:
Laurence Klinger

Fotógrafo:
Luis Affonso Veiga
Produtor:
João Vicente
Contato:
Fernando Luis dos Santos
Agência:
DPZ-Dualibi, Petit, Zaragoza
Propaganda S.A.
Anunciante:
Cia. Souza Cruz Ind. E Com.
Produto:
Cigarros Hilton
Aprovado por:
José Ernani Neves / Reinaldo Paes
Barreto
Veículo:
Revistas



04/044

Diretor de Arte:
Hector Sapia
Redator:
Laurence Klinger
Fotógrafo:
Luis Affonso Veiga
Produtor:
João Vicente
Contato:
Fernando Luis dos Santos
Agência:
DPZ-Dualibi, Petit, Zaragoza
Propaganda S.A.
Anunciante:
Cia. Souza Cruz Ind. E Com.
Produto:
Cigarros Hilton
Aprovado por:
José Ernani Neves / Reinaldo Paes
Barreto
Veículo:
Revistas



04/045

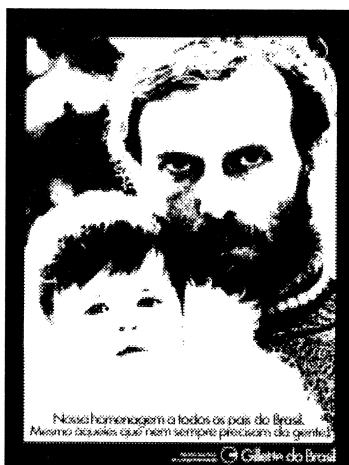
Diretor de Arte:
Magy Imoberdorf
Redator:
Wagner Fomel
Fotógrafo:
Miro de Souza
Produtor:
Roberto Testa Filho
Contato:
Lais Helena Tobias de Barros
Agência:
Lage, Stabel & Guerreiro Publicidade
Anunciante:
Du Pont do Brasil S.A.
Produto:
Lingerie - Lycra
Veículo:
Revistas



04/046

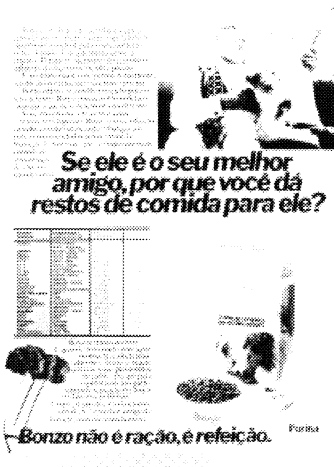
Diretor de Arte:
Magy Imoberdorf
Redator:
Wagner Fomel
Fotógrafo:
Miro de Souza
Produtor:
Roberto Testa Filho

Contato:
Lais Helena Tobias de Barros
Agência
Lage, Stabel & Guerreiro Publicidade
Anunciante:
Du Pont do Brasil S.A.
Produto:
Lingerie - Lycra
Veículo:
Revistas



04/047

Diretor de Arte:
José Abel Kropivka
Redator:
Liliana Barabino
Fotógrafo:
Daloia
Produtor:
Runivan C. Alves
Contato:
Gildo Morbim
Agência
Almap
Anunciante:
Gillette do Brasil
Produto:
Institucional
Veículo:
Revistas



04/048

Diretor de Arte:
Sílvio Cosentini
Redator:
José Roberto Ramasini
Fotógrafo:
Peter Michael
Produtor:
Romeu Antonio Testa
Contato:
Piern Helzel
Agência
Proeme S.A. Publicidade
Anunciante:
Purina
Produto:
Bonzo
Aprovado por:
Bernard Higgins

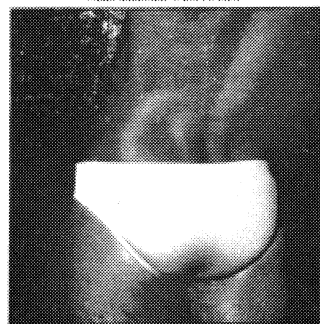


04/049

Diretor de Arte:
Márcio Vieira Carvalho
Redator:
Otoniel Santos Ferreira

Fotógrafo:
Meca
Produtor:
Maurício de Carvalho
Contato:
Walter Guelth
Agência
SSC&B Lintas Brasil Comunicações Ltda.
Anunciante:
Ron Bacardi S.A.
Produto:
Ron Bacardi
Aprovado por:
Karol Sapiro
Veículo:
Anúncio

As mulheres usam maiôs de lycra por sua causa: retribuição.



04/050

Diretor de Arte:
Magy Imoberdorf e Cristina Silva
Redator:
João Batista Asumção Jr.
Fotógrafo:
Luis Carlos de Campos Trípoli
Produtor:
Roberto Testa Filho
Contato:
Lais Helena Tobias de Barros
Agência
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
Du Pont do Brasil S.A.
Produto:
Maiôs - Lycra
Veículo:
Revistas



04/051

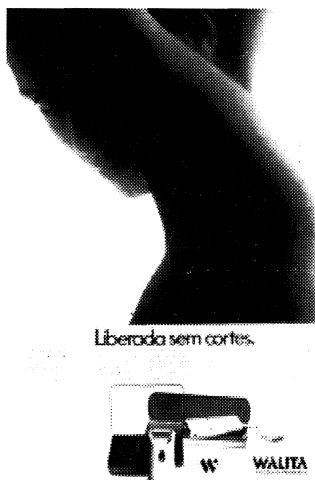
Diretor de Arte:
José Adelino Diniz
Redator:
Ana Clélia Quarto
Fotógrafo:
Oswaldo Meligeni
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Ana Maria China
Agência
MPM-Casabranca
Anunciante:
Moinho Santista S.A.
Produto:
Toalhas
Aprovado por:
Antonio Carlos Fadiga
Veículo:
Revista do Tênis



04/052

Diretor de Arte:
Zbigniew Campioni

Redator:
Maria Teixeira Soares
Fotógrafo:
Abraham Lincoln
Produtor:
Ronald Persicheti
Contato:
Frederico Guesbuhler
Agência
DPZ-Dualibi, Petit, Zaragoza
Propaganda S.A.
Anunciante:
Carbonell
Produto:
Azeitonas
Aprovado por:
Lucas Arenas Vacas / José Maria
Martinez Cuartero
Veículo:
Revista



04/053

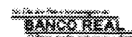
Diretor de Arte:
João Simone
Redator:
Gilberto dos Reis / Cristina Cortez
Fotógrafo:
Oswaldo Meligeni
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Tarcísio Blumer
Agência
MPM-Casabranca
Anunciante:
Walita
Produto:
Depilador
Aprovado por:
Danilo Gavacaim
Veículo:
Revista



04/054

Diretor de Arte:
Nelo Pimentel
Redator:
Laurence Klinger
Produtor:
João Vicente
Contato:
Márcio Azambuja
Agência
DPZ-Dualibi, Petit, Zaragoza Propaganda S.A.
Anunciante:
Etasa
Produto:
Serviços
Aprovado por:
Carlos Borges Filho
Veículo:
Revistas/Jornais

*Lembre-se
que o próximo
domingo
é o dia da única
pessoa que
investe tudo em
você, sem
esperar juros
nem correção
monetária.*



04/055

Diretor de Arte:
João Simone
Redator:
Gilberto dos Reis (Giba)
Fotógrafo:
Oswaldo Meligeni
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Ana Maria China
Agência
MPM-Casabranca
Anunciante:
S.A. Moinho Santista
Aprovado por:
Luis Carlos Carmona
Veículo:
Revista



Capa do Anuário 05 - 1979

Os jurados

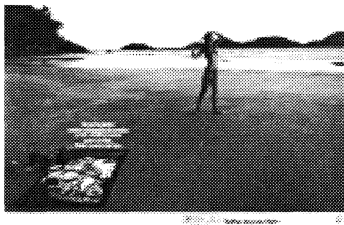
Clóvis Calia
Hector Tortolano
Joaquim G. de Oliveira
Odir Grecco
Sebastião Teixeira

Gernot Stiegler
João Simone
J. Alberto M. P. Ferreira
Paulo Ghirotti
Washington Olivetto



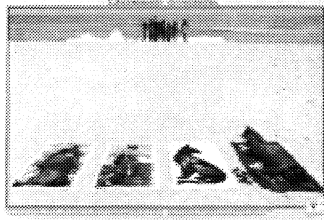
05/002

Diretor de Arte:
Francisco Petit
Redator:
Marita T. Soares/Washington Olivetto
Dir. Criação:
Francisco Petit/José Zaragozza
Fotógrafo:
Abraham Lincoln Metri
Produtor:
Paulo Sales
Contato:
Alvaro Fioco
Agência
DPZ
Anunciante:
Embraer
Aprovado por:
Dourival R. Schultz/Ozório Silva



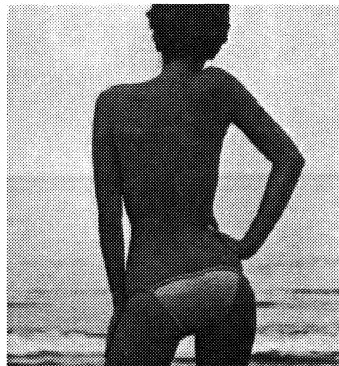
05/003

Diretor de Arte:
Maurício Dédalo
Redator:
Hans Dammann
Dir. Criação:
Hans Dammann
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
José Carlos Zeferino
Contato:
Paulo França/Rolando Guardabassi
Agência
Denison
Anunciante:
Artex
Aprovado por:
J. Waldir Klitzke



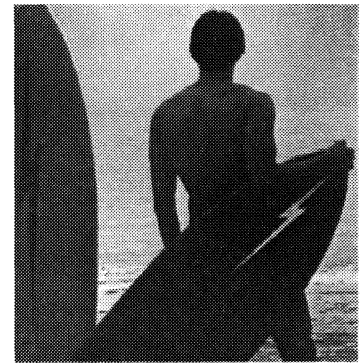
05/004

Diretor de Arte:
Adilson Ferrari
Redator:
Paulo Ghirotti
Dir. Criação:
Hans Dammann
Fotógrafo:
Otto Stupakoff
Produtor:
José Carlos Zeferino
Contato:
Paulo França/Rolando Guardabassi
Agência
Denison
Anunciante:
Artex
Aprovado por:
J. Waldir Klitzke



05/005

Diretor de Arte:
Ricardo Van Steen
Redator:
Washington Olivetto
Dir. Criação:
Francisco Petit/José Zaragozza
Fotógrafo:
Ricardo Van Steen
Produtor:
Paulo Sales
Contato:
José Carlos Piedade
Agência
DPZ
Anunciante:
Levi's
Aprovado por:
Isaac Sztutman



05/006

Diretor de Arte:
Ricardo Van Steen
Redator:
Washington Olivetto
Dir. Criação:
Francisco Petit/José Zaragozza
Fotógrafo:
Ricardo Van Steen
Produtor:
Paulo Sales
Contato:
José Carlos Piedade
Agência
DPZ
Anunciante:
Levi's
Aprovado por:
Isaac Sztutman



05/007

Diretor de Arte:
João Simone
Redator:
Gilberto dos Reis
Dir. de Criação:
Sérgio Graciotti
Fotógrafo:
Oswaldo Medligeni
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Dulio Malfatti Jr.
Agência
MPM-Casabranca
Anunciante:
Fiat
Aprovado por:
Luiz Flávio Furtado



05/008

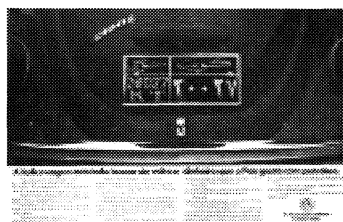
05/008

Diretor de Arte:
João Simone
Redator:
Gilberto dos Reis
Dir. de Criação:
Sérgio Gracioti
Fotógrafo:
Antonio Caleffi
Contato:
Tarcísio Blumer
Agência:
MPM-Casabranca
Anunciante:
Olivetti
Aprovado por:
Carlos Martins



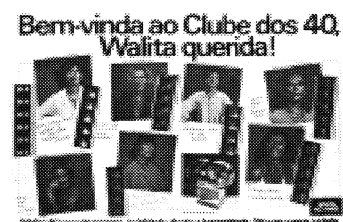
05/009

Diretor de Arte:
Francisco Petit
Redator:
Washington Olivetto
Dir. Criação:
Francisco Petit/José Zaragozaza
Fotógrafo:
Abrahan Lincoln Metri
Produtor:
Paulo Sales
Contato:
Paulo Lacerda
Agência:
DPZ
Anunciante:
Carbonell
Aprovado por:
Lucas Arenas Vacas



05/010

Diretor de Arte:
Joaquim Gonçalves de Oliveira
Redator:
Ênio Basílio Rodrigues
Dir. Criação:
Alex Periscinotto/Sérgio Andrade
Fotógrafo:
Meca
Produtor:
Runivan Caetano Alves
Contato:
Milton Mastabi
Agência:
Alcântara Machado, Periscinotto
Anunciante:
Volkswagen
Aprovado por:
Fábio A. de Luca



05/011

Diretor de Arte:
José Zaragoza
Redator:
Neil Ferreira
Dir. Criação:
Francisco Petit/José Zaragoza
Fotógrafo:
José Zaragoza
Produtor:
Paulo Sales
Contato:
Antonio Tonini Jr.
Agência:
DPZ
Anunciante:
Walita
Aprovado por:
Danilo Gava Caim/Heros Martins



05/012

Diretor de Arte:
Adeir Rampazzo
Redator:
Classir Scorsato
Dir. Criação:
Jarbas José de Souza
Fotógrafo:
Andreas Heinger
Produtor:
João Carlos Montiani
Contato:
Leonardo Lima Fotte
Agência:
SGB
Anunciante:
Fuji Film
Aprovado por:
Sadawo Oba



05/013

Diretor de Arte:
José Zaragoza
Redator:
Neil Ferreira
Dir. Criação:
Francisco Petit/José Zaragoza
Fotógrafo:
Antonio Carlos Dias
Produtor:
Paulo Sales
Contato:
José Carlos Piedade/Emil Betonini
Agência:
DPZ
Anunciante:
Telesp
Aprovado por:
Carlos Alberto Ceneviva/Carlos Eduardo Vassimon



05/014

Diretor de Arte:
José Zaragozza
Redator:
Neil Ferreira
Dir. de Criação:
Francisco Petit / José Zaragozza
Fotógrafo:
Abrahan Lincoln Metri
Produtor:
Paulo Sales
Contato:
Alvaro Fioco
Agência
DPZ
Anunciante:
Deca
Aprovado por:
Geraldo Amorim/Luiz Espósito



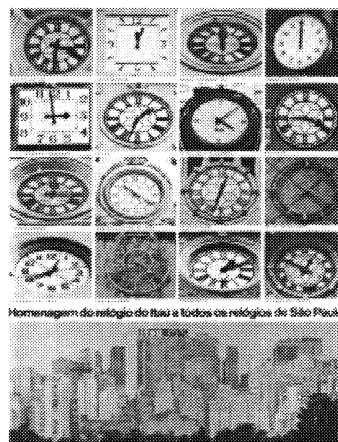
05/015

Diretor de Arte:
Peter Erzberger
Redator:
Wander Cairo Levy/Rosemary do Carmo Ferraz
Dir. de Criação:
Wander Cairo Levy
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Sérgio Leite de Camargo
Contato:
Edeltraud Stockmann
Agência
GGK
Anunciante:
Swissair
Aprovado por:
Charles Manz



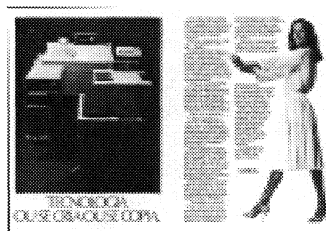
05/016

Diretor de Arte:
Peter Erzberger
Redator:
Wander Cairo Levy/Rosemary do Carmo Ferraz
Dir. de Criação:
Wander Cairo Levy
Fotógrafo:
Arquivo-Siss Chalets/Inter Home
Produtor:
Sérgio Leite de Camargo
Contato:
Edeltraud Stockmann
Agência
GGK
Anunciante:
Swissair
Aprovado por:
Charles Manz



05/017

Diretor de Arte:
Francisco Petit
Redator:
Washington Olivetto
Dir. de Criação:
Francisco Petit
Fotógrafo:
Moacir Lugato
Produtor:
Paulo Sales
Contato:
Alberico Cilento
Agência
DPZ
Anunciante:
Itaú
Aprovado por:
Alfredo Luiz dos Santos



05/018

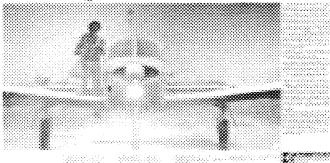
Diretor de Arte:
Jacques Lewkowicz
Redator:
Nei Leandro de Castro
Dir. Criação:
Helga Miethke
Fotógrafo:
José Francheschi
Produtor:
Gil Galindo
Contato:
Vicente de Vico
Agência
Caio Domingues
Anunciante:
Xerox
Aprovado por:
Ignácio Areal



05/019

Diretor de Arte:
Aurélio Julianelli
Redator:
Rodolfo Cavalcanti Bezerra Filho
Fotógrafo:
Dercílio
Produtor:
José Roberto Ferrer
Contato:
Júlio Pimentel/Antonio Esteves
Agência
Persona
Anunciante:
Puma Veículos
Aprovado por:
Diretoria

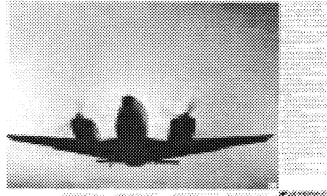
Faça o serviço militar em apenas 40 horas.



05/020

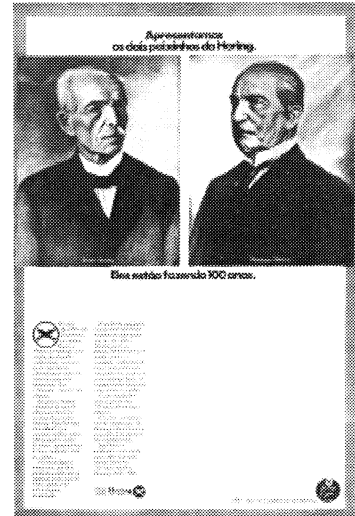
Diretor de Arte:
Francisco Petit
Redator:
Marita T. Soares/Washington Olivetto
Dir. Criação:
Francisco Petit/José Zaragoza
Fotógrafo:
Abraham Lincoln Metri
Produtor:
Paulo Sales
Contato:
Alvaro Fioco
Agência:
DPZ
Anunciante:
Embraer
Aprovado por:
Dourival R. Schultz/Ozório Silva

Retrato de um empresário em ascensão.



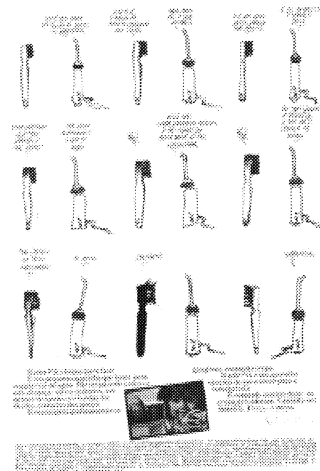
05/022

Diretor de Arte:
Francisco Petit
Redator:
Marita T. Soares/Washington Olivetto
Dir. Criação:
Francisco Petit/José Zaragoza
Fotógrafo:
Abel Fragata
Produtor:
Paulo Sales
Contato:
Alvaro Fioco
Agência:
DPZ
Anunciante:
Embraer
Aprovado por:
Dourival R. Schultz/Ozório Silva

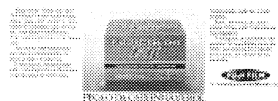


05/024

Diretor de Arte:
Adilson Ferrari
Redator:
Paulo Ghirotti
Dir. Criação:
Hans Dammann
Produtor:
José Carlos Zeferino
Contato:
Paulo França
Agência:
Denison
Anunciante:
Hering
Aprovado por:
Maurice Burt/Francisco Socorro



PONHA VERDE NAS SUAS FERLAS.



05/023

Diretor de Arte:
Adeir Rampazzo
Redator:
Nelson Cintra/Fábio S. Motta
Dir. Criação:
Jarbas José de Souza
Fotógrafo:
Andreas Heiningner
Produtor:
José Carlos Montiani
Contato:
Leonardo Lima Fotte
Agência:
SGB
Anunciante:
Fuji Film
Aprovado por:
Sadawo Oba



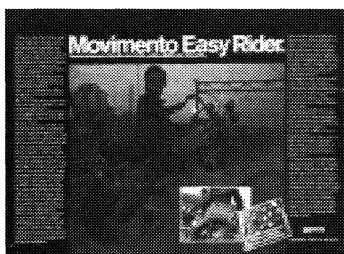
05/025

Diretor de Arte:
Francisco Petit
Redator:
Washington Olivetto
Dir. de Criação:
Francisco Petit / José Zaragoza
Fotógrafo:
Abraham Lincoln Metri
Produtor:
Paulo Sales
Contato:
Ricardo Palmieri
Agência:
DPZ
Anunciante:
Levi's
Aprovado por:
Isaac Sztutman



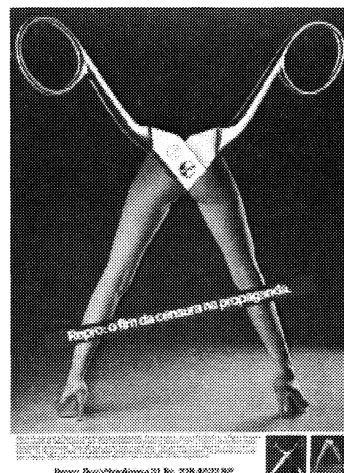
05/026

Diretor de Arte:
Francisco Petit
Redator:
Washington Olivetto
Dir. de Criação:
Francisco Petit / José Zaragozza
Fotógrafo:
Abrahan Lincoln Metri
Produtor:
Paulo Sales
Contato:
Ricardo Palmieri
Agência
DPZ
Anunciante:
Levi's
Aprovado por:
Isaac Sztutman



05/028

Diretor de Arte:
Francisco Petit
Redator:
Washington Olivetto
Dir. de Criação:
Francisco Petit / José Zaragozza
Fotógrafo:
Abrahan Lincoln Metri
Produtor:
Paulo Sales
Contato:
Ricardo Palmieri
Agência
DPZ
Anunciante:
Levi's
Aprovado por:
Isaac Sztutman



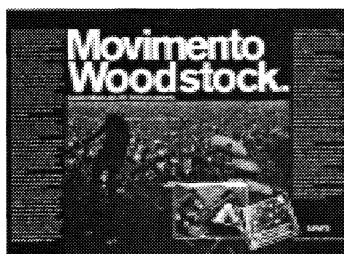
05/030

Diretor de Arte:
Kélio Rodrigues
Redator:
José Alberto M.P. Ferreira
Dir. de Criação:
Ricardo Guimarães
Fotógrafo:
Meca
Produtor:
Cláudio Dirani
Contato:
Hiran Castelo Branco
Agência
CBBA
Anunciante:
Repro
Aprovado por:
Antonio Pinheiro Galasse



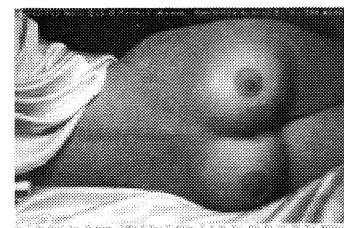
05/027

Diretor de Arte:
Francisco Petit
Redator:
Washington Olivetto
Dir. de Criação:
Francisco Petit / José Zaragozza
Fotógrafo:
Abrahan Lincoln Metri
Produtor:
Paulo Sales
Contato:
Ricardo Palmieri
Agência
DPZ
Anunciante:
Levi's
Aprovado por:
Isaac Sztutman



05/029

Diretor de Arte:
Francisco Petit
Redator:
Washington Olivetto
Dir. de Criação:
Francisco Petit / José Zaragozza
Fotógrafo:
Abrahan Lincoln Metri
Produtor:
Paulo Sales
Contato:
Ricardo Palmieri
Agência
DPZ
Anunciante:
Levi's
Aprovado por:
Isaac Sztutman



05/031

Diretor de Arte:
Kélio Rodrigues
Redator:
José Alberto M.P. Ferreira
Dir. de Criação:
Ricardo Guimarães
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Cláudio Dirani
Contato:
Hiran Castelo Branco
Agência
CBBA
Anunciante:
Repro



05/032

Diretor de Arte:
Maurício de Oliveira
Redator:
Edson Taramelli
Dir. de Criação:
Hans Dammann
Fotógrafo:
Roberto Ávila
Produtor:
José Carlos Zeferino
Contato:
Paulo França/Rolando Guadabassi
Agência:
Denison
Anunciante:
Artem
Aprovado por:
J. Waldir Klitzke



05/033

Diretor de Arte:
Kélio Rodrigues
Redator:
José Alberto M.P. Ferreira
Dir. de Criação:
Ricardo Guimarães
Fotógrafo:
Peter Michel
Produtor:
Cláudio Dirani
Agência:
CBBA

Anunciante:
CBBA
Aprovado por:
Renato Castelo Branco



05/034

Diretor de Arte:
João Simone
Redator:
Gilberto dos Reis
Dir. de Criação:
Sérgio Graciotti
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Ana Maria China
Agência:
MPM-Casabranca
Anunciante:
Fábrica de Tecidos Tatuapé
Aprovado por:
Luiz Carlos Carmona

**A Cica
só trabalha com
uniformes
selecionados.**



Brim Santista

05/035

Diretor de Arte:
João Simone

Redator:
Gilberto dos Reis
Dir. de Criação:
Sérgio Graciotti
Fotógrafo:
Osamu Nishi
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Ana Maria China
Agência:
MPM-Casabranca
Anunciante:
Fábrica de Tecidos Tatuapé
Aprovado por:
Luiz Carlos Carmona

**Parra nenê
ficarr feliz, mamadeirra
Santa Marrina.**
S. Freud

Parra nenê

05/036

Diretor de Arte:
Hélio José de Oliveira
Redator:
Eduardo Borronovi
Dir. de Criação:
Sérgio Graciotti
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Antonio Carlos de Andrade
Agência:
MPM-Casabranca
Anunciante:
Santa Marina
Aprovado por:
Douglas Murdocco



05/037

Diretor de Arte:
João Simone
Redator:
Gilberto dos Reis
Dir. de Criação:
Sérgio Graciotti
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Tarcísio Blumer
Agência:
MPM-Casabranca
Anunciante:
Olivetti
Aprovado por:
Carlos Martins



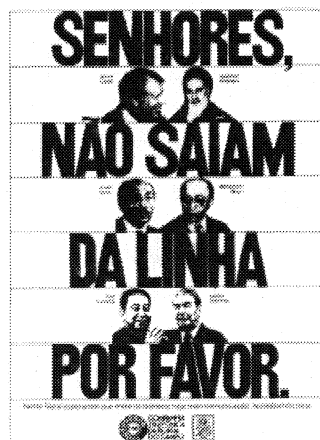
05/038

Diretor de Arte:
João Carlos de Souza Neto
Redator:
Sylvio de Lima
Dir. de Criação:
Sérgio Graciotti
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Duílio Malfatti Jr.
Agência:
MPM-Casabranca
Anunciante:
Fiat
Aprovado por:
Luiz Flávio Furtado



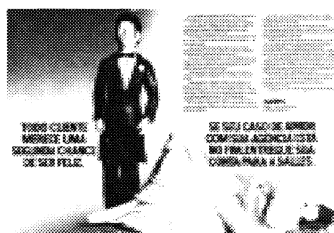
05/039

Diretor de Arte:
João Simone
Redator:
Gilberto dos Reis
Dir. de Criação:
Sérgio Graciotti
Fotógrafo:
Ella Durst
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Duílio Malfatti Jr.
Agência:
MPM-Casabranca
Anunciante:
Fiat
Aprovado por:
Luiz Flávio Furtado



05/040

Diretor de Arte:
Maria Helena B. Bergamini
Redator:
Daniel Felipe Rios
Dir. de Criação:
Alex Periscinoto/Sérgio Andrade
Fotógrafo:
Abril-Press
Produtor:
Runivan Caetano Alves
Contato:
Aloysio Teixeira Costa
Agência:
Alcântara Machado, Periscinoto
Anunciante:
CTBC
Aprovado por:
Arno Traeger



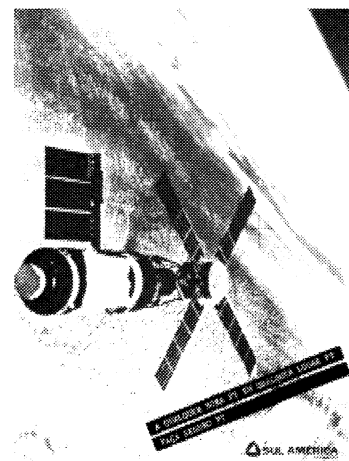
05/041

Diretor de Arte:
Odir Grecco
Redator:
Newton Pacheco
Dir. de Criação:
Domingos Logullo
Fotógrafo:
Lu Rodrigues
Produtor:
Mário Quirino
Agência:
Salles/Inter-Americana
Anunciante:
Salles/Inter-Americana



05/042

Diretor de Arte:
João Simone
Redator:
Gilberto dos Reis
Dir. de Criação:
Sérgio Graciotti
Fotógrafo:
Meca
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Tarcísio Blumer
Agência:
MPM-Casabranca
Anunciante:
Olivetti
Aprovado por:
Carlos Martins



05/043

Diretor de Arte:
Carlos Studart
Redator:
Cristavo Waeneldt
Dir. de Criação:
Domingos Logullo
Contato:
Carlos Areias
Agência:
Salles/Inter-Americana
Anunciante:
Satma/Sul América Seguros
Aprovado por:
Reinaldo Beirrenbach

Aplique sua verba de
propaganda em ouro, prata e bronze.

Contra o
desgaste da vida
moderna,
use Mobil Super em
seu carro.



05/044

Diretor de Arte:
Magy Imoberdorf
Redator:
Wagner Fornel
Dir. de Criação:
Magy Imoberdorf
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Contato:
Emani Moreira Jorge
Agência:
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
Mobil Oil
Aprovado por:
Ruy Ricci

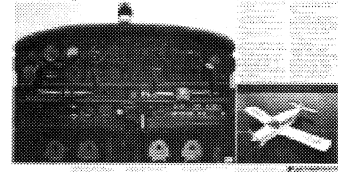
☆☆☆

Denison

05/046

Diretor de Arte:
Maurício de Oliveira
Redator:
Edson Taramelli
Dir. de Criação:
Hans Dammann
Produtor:
Marcionilo Dias dos Santos
Agência:
Denison
Anunciante:
Denison
Aprovado por:
Hector Brenner

Pra que andar a 80 se você
pode andar a 250?



05/048

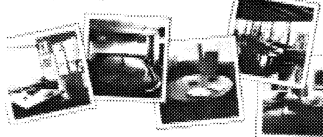
Diretor de Arte:
Francisco Petit
Redator:
Maria T. Soares/Washington Olivetto
Dir. de Criação:
Francisco Petit/José Zaragozza
Fotógrafo:
Abrahan Lincoln Metri
Contato:
Álvaro Fiocco
Agência:
DPZ
Anunciante:
Embraer
Aprovado por:
Dourival R. Schulz/Ozório Silva



05/045

Diretor de Arte:
Eduardo Correa
Redator:
Paulo de Tarso
Dir. de Criação:
Antonio Torres
Fotógrafo:
Frederico Spitalé
Produtor:
José Everaldo Trindade/Nilo Sérgio
Contato:
Roberto Bahiense
Agência:
Denison
Anunciante:
Chocolates Garoto
Aprovado por:
Lino Kroling

Madison
Avenue?



No, sir.
Brigadeiro,
2050.

05/047

Diretor de Arte:
Maurício Dédalo
Redator:
Cristina Cortez
Dir. de Criação:
Hans Dammann
Fotógrafo:
Defoto
Produtor:
Marcionilo Dias dos Santos
Agência:
Denison
Anunciante:
Denison
Aprovado por:
Hector Brenner



Depois da chave de casa, esta é a chave que
os brasileiros mais carregam no bolso.

05/049

Diretor de Arte:
Joaquim Gonçalves de Oliveira
Redator:
Ênio Basílio Rodrigues
Dir. de Criação:
Alex Periscinoto/Sérgio Andrade
Fotógrafo:
Meca
Contato:
Milton Mastabi
Agência:
Alcântara Machado, Periscinoto
Anunciante:
Volkswagen
Aprovado por:
Fábio A. de Luca



05/051

Diretor de Arte:
José Zarogozza/José Luiz Weiss
Redator:
Neil Ferreira
Dir. de Criação:
Francisco Petit/José Zarogozza
Fotógrafo:
Moacir Lugatto
Contato:
Renato Perraccini
Agência:
DPZ
Anunciante:
SERPRO
Aprovador por:
C. Borges/R. Pellicciari/K.
Richibieter/E. Galveas



05/052

Diretor de Arte:
João Simone
Redator:
Gilberto dos Reis
Dir. de Criação:
Sérgio Graciotti
Fotógrafo:
Ronaldo Moreira
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Ana Maria China
Agência:
MPM-Casabranca
Anunciante:
Santista
Aprovado por:
Luiz Carlos Carmona



É preciso reconhecer que a vida é uma luta. É preciso lutar para vencer. É preciso lutar para ser feliz. É preciso lutar para ser livre. É preciso lutar para ser humano. É preciso lutar para ser bom. É preciso lutar para ser justo. É preciso lutar para ser honesto. É preciso lutar para ser verdadeiro. É preciso lutar para ser apaixonado. É preciso lutar para ser corajoso. É preciso lutar para ser forte. É preciso lutar para ser resistente. É preciso lutar para ser perseverante. É preciso lutar para ser determinado. É preciso lutar para ser dedicado. É preciso lutar para ser comprometido. É preciso lutar para ser responsável. É preciso lutar para ser sério. É preciso lutar para ser profissional. É preciso lutar para ser eficiente. É preciso lutar para ser eficaz. É preciso lutar para ser produtivo. É preciso lutar para ser criativo. É preciso lutar para ser inovador. É preciso lutar para ser empreendedor. É preciso lutar para ser líder. É preciso lutar para ser gestor. É preciso lutar para ser organizador. É preciso lutar para ser planejador. É preciso lutar para ser executor. É preciso lutar para ser avaliador. É preciso lutar para ser controlador. É preciso lutar para ser monitorador. É preciso lutar para ser supervisor. É preciso lutar para ser coordenador. É preciso lutar para ser gerente. É preciso lutar para ser diretor. É preciso lutar para ser executivo. É preciso lutar para ser líder de opinião. É preciso lutar para ser influenciador. É preciso lutar para ser mentor. É preciso lutar para ser coach. É preciso lutar para ser consultor. É preciso lutar para ser especialista. É preciso lutar para ser autoridade. É preciso lutar para ser referência. É preciso lutar para ser exemplo. É preciso lutar para ser modelo. É preciso lutar para ser padrão. É preciso lutar para ser norma. É preciso lutar para ser regra. É preciso lutar para ser lei. É preciso lutar para ser ordem. É preciso lutar para ser disciplina. É preciso lutar para ser controle. É preciso lutar para ser domínio. É preciso lutar para ser poder. É preciso lutar para ser influência. É preciso lutar para ser impacto. É preciso lutar para ser transformação. É preciso lutar para ser mudança. É preciso lutar para ser evolução. É preciso lutar para ser progresso. É preciso lutar para ser desenvolvimento. É preciso lutar para ser crescimento. É preciso lutar para ser expansão. É preciso lutar para ser crescimento. É preciso lutar para ser expansão. É preciso lutar para ser crescimento. É preciso lutar para ser expansão.

Nota: este texto é apenas uma referência e não deve ser usado como base para qualquer decisão ou ação.

05/050

Diretor de Arte:
Domingos Lagullo/Spencer Chingotte
Redator:
Marcius Cortez/Newton Pacheco
Dir. de Criação:
Domingos Logullo
Fotógrafo:
Odir Grecco
Produtor:
Mário Quirino
Agência:
Salles/Inter-Americana



VI ANUÁRIO DO CLUBE DE CRIAÇÃO DE SÃO PAULO

Capa do Anuário 06 - 1980

Da apresentação do anuário:

“Pode parecer que nós, os publicitários, ambicionamos o monopólio da idéia. Nada mais falso. O que acontece é que ninguém faz tanto barulho, briga tanto pela idéia quanto nós”

Os jurados:

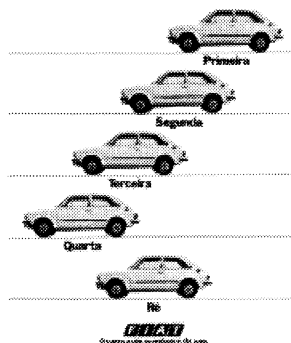
José Fontoura da Costa	Neil Ferreira
Júlio C. Xavier da Silveira	Dorian Taterka
Helga Maria Miethke	Aníbal Guastavino
José Monserrat	Joaquim Gonçalves
Alcides Fidalgo	Armando Mihanovich
Hans Dammann	



06/002

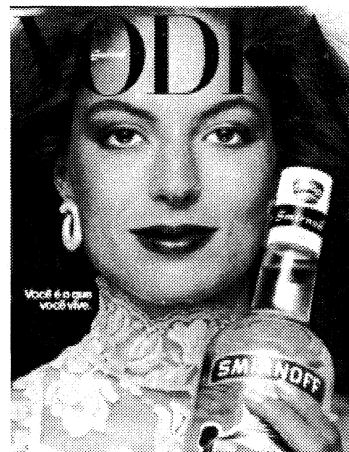
Diretor de Arte:
Francisco Petit
Redator:
Lawrence Klinger
Dir. de Criação:
Washington Olivetto/Lawrence
Klinger
Ilustrador:
Rodolfo Vanni
Produtor:
Ronald Persichetti
Contato:
Fernando Luiz
Agência
DPZ
Anunciante:
Souza Cruz
Aprovado por:
Chris Burton

Como gastar menos combustível em 5 lições:



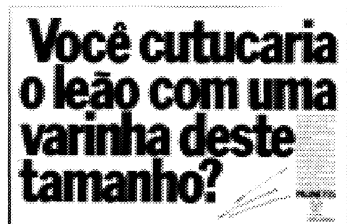
06/004

Diretor de Arte:
João Carlos Feijão
Redator:
Sylvio Lima
Dir. de Criação:
Sérgio Graciotti/Ercílio F. Trajan
Fotógrafo:
Osamu Nishi
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Duilio Malfatti Jr.
Agência
MPM/Casabranca
Anunciante:
Fiat
Aprovado por:
Alberto Fava/Flávio Furtado



06/006

Diretor de Arte:
Rodolfo Vanni
Redator:
Cláudio Deckes
Dir. de Criação:
Sergino Souza/Laerte Agnelli
Fotógrafo:
Chico Aragão
Produtor:
Romeu A. Testa
Contato:
Ronnie Macintyre
Agência
Proeme
Anunciante:
Heublein
Aprovado por:
Arhur McComark



06/003

Diretor de Arte:
Hector O. Tortolano
Redator:
João Baptista A. Jr.
Dir. de Criação:
Hector O. Tortolano
Ilustrador:
Gilberto Marchi
Produtor:
José Carlos Araújo
Contato:
Alda Leite do Canto
Agência
Integral
Anunciante:
York
Aprovado por:
Percival Falvo/José Roberto D'Aprille



06/005

Diretor de Arte:
Rodolfo Vanni
Redator:
Cláudio Deckes
Dir. de Criação:
Sergino Souza/Laerte Agnelli
Fotógrafo:
Chico Aragão
Produtor:
Romeu A. Testa
Contato:
Ronnie Macintyre
Agência
Proeme
Anunciante:
Heublein
Aprovado por:
Arhur McComark



06/007

Diretor de Arte:
Magy Imoberdorf
Redator:
Wagner Fornel
Dir. de Criação:
Magy Imoberdorf
Fotógrafo:
Andreas Heininger
Produtor:
Roberto Testa
Contato:
José Henrique C. Teixeira
Agência
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
Du Pont
Aprovado por:
Alberto R. Perrone



06/008

Diretor de Arte:
Magy Imoberdorf
Redator:
Wagner Fomel
Dir. de Criação:
Magy Imoberdorf
Fotógrafo:
Andreas Heiningner
Produtor:
Roberto Testa
Contato:
Antonio Fadiga
Agência
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
Du Pont
Aprovado por:
Alberto R. Perrone



06/009

Diretor de Arte:
Hector O. Tortolano
Redator:
João Baptista A. Jr.
Dir. de Criação:
Hector O. Tortolano
Fotógrafo:
Andreas Heiningner
Produtor:
José Carlos Araújo
Contato:
Alda Leite do Canto
Agência
Integral
Anunciante:
York
Aprovado por:
Percival Falvo/José Roberto D'Aprille



06/010

Diretor de Arte:
Geraldo Leite Filho
Redator:
Joaquim Gustavo P. Leite
Fotógrafo:
Duran
Produtor:
Fernando Queiroz
Contato:
Roberto Balestro
Agência
Caio Domingues
Anunciante:
Heublein
Aprovado por:
Walter Celli



06/011

Diretor de Arte:
Cristina Silva
Redator:
Paulo Leite Costa
Diretor de Criação:
Sérgio Gracioti/Ercílio F. Trajan
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Ana Maria R. China
Agência
MPM/Casabranca
Anunciante:
Saitecin Turismo
Aprovado por:
Moisés P. da Silva Gomes



06/012

Diretor de Arte:
Milton Sobreiro
Redator:
Hayle Gadelha
Diretor de Criação:
Alvaro Gabriel
Produtor:
Wellington
Contato:
Teca
Agência
MPM/Casabranca
Anunciante:
MPM/Casabranca
Aprovado por:
Luis Macedo



06/013

Diretor de Arte:
Helga Miethke
Redator:
Joaquim Gustavo P. Leite/Laerth Mário Pedrosa
Fotógrafo:
Meca
Produtor:
Fernando Queiroz
Contato:
Roberto Balestro
Agência
Caio Domingues
Anunciante:
Heublein
Aprovado por:
Walter Celli



A idéia está aprovada. Mas tirem o macaco.

Para se lembrar da idéia aprovada, mas não do macaco, a agência Salles/Inter-Americana desenvolveu uma campanha para a venda de produtos da linha de alimentos da empresa. A idéia foi aprovada, mas o macaco não foi.

Salles

06/016 - Agência de Publicidade SA

06/014

Diretor de Arte:
Manoel Zanzotti
Redator:
Ciro Pellicano/Sebastião M. Teixeira
Diretor de Criação:
Eric Nice
Ilustrador:
Arcelino Júlio
Produtor:
Mário Quirino
Agência
Salles/Inter-Americana
Anunciante:
Salles/Inter-Americana
Aprovado por:
Domingos Logullo



06/015

Diretor de Arte:
José Reis
Redator:
Arthur Eduardo
Diretor de Criação:
David Paiva
Fotógrafo:
Jorge Campos
Produtor:
William Moreno
Contato:
Francisco Bastos
Agência
Setembro
Anunciante:
Irmãos Alvares Guimarães
Aprovado por:
Getúlio A. Guimarães

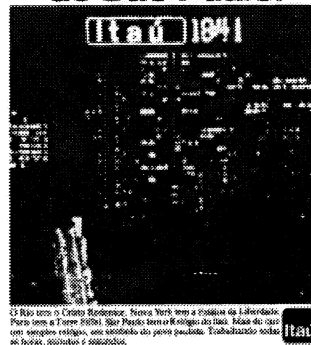
Do campo eu não saio.



06/016

Diretor de Arte:
Geraldo Leite Filho
Redator:
David Paiva
Diretor de Criação:
David Paiva
Fotógrafo:
Al Hamdan
Produtor:
William Moreno
Contato:
Francisco Bastos
Agência
Setembro
Anunciante:
S/A Rádio Guarani
Aprovado por:
José Fonseca

O Cristo Redentor de São Paulo.



06/017

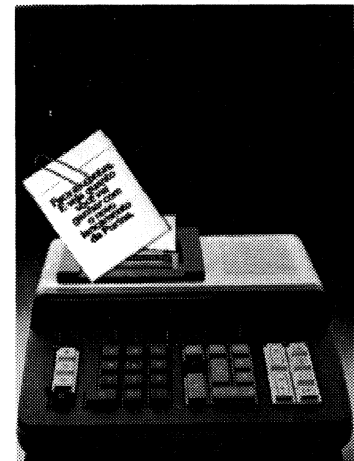
Diretor de Arte:
Nélio Pimentel
Redator:
Lawrence Klinger
Dir. de Criação:
Washington Olivetto
Fotógrafo:
Abraham Lincoln
Produtor:
Ronald Persichetti
Contato:
Alberto Cilentio
Agência
DPZ
Anunciante:
Itaú
Aprovado por:
Conrado Venturini



Vende que nem água.

06/018

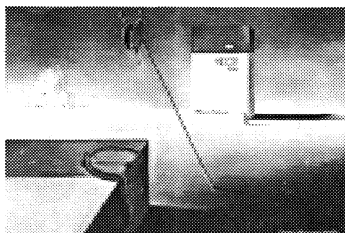
Diretor de Arte:
Nélio Pimentel
Redator:
Washington Olivetto
Dir. de Criação:
Washington Olivetto
Fotógrafo:
Abraham
Produtor:
Paulo Salles
Contato:
Hermenegildo Morbin
Agência
DPZ
Anunciante:
Minalba
Aprovado por:
Thomas W. Culley



06/019

Diretor de Arte:
José Abel Kropivka
Redator:
Roberto Pereira
Dir. de Criação:
Sergio Souza/Laerte Agnelli
Fotógrafo:
Dercilio Vanzelli

Produtor:
Romeu A. Testa
Contato:
Piero Helzel
Agência
Proeme
Anunciante:
Purina
Aprovado por:
Bernardo V. Higgins



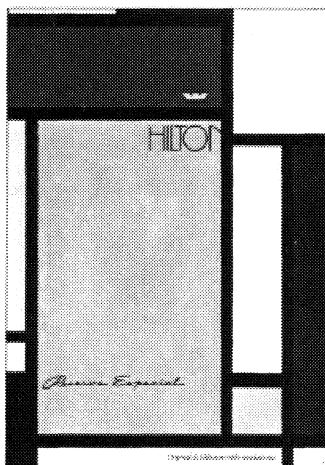
06/020

Diretor de Arte:
Francisco Petit
Redator:
Lawrence Klinger
Dir. de Criação:
Washington Olivetto/Lawrence Klinger
Ilustrador:
Rodolfo Vanni
Produtor:
Ronald Persichetti
Contato:
Fernando Luiz
Agência
DPZ
Anunciante:
Souza Cruz
Aprovado por:
Chris Burton



06/021

Diretor de Arte:
Francisco Petit
Redator:
Lawrence Klinger
Dir. de Criação:
Washington Olivetto/Lawrence Klinger
Ilustrador:
Rodolfo Vanni
Produtor:
Ronald Persichetti
Contato:
Fernando Luiz
Agência
DPZ
Anunciante:
Souza Cruz
Aprovado por:
Chris Burton



06/022

Diretor de Arte:
Francisco Petit
Redator:
Lawrence Klinger
Dir. de Criação:
Washington Olivetto/Lawrence Klinger
Ilustrador:
Rodolfo Vanni
Produtor:
Ronald Persichetti
Contato:
Fernando Luiz
Agência
DPZ
Anunciante:
Souza Cruz
Aprovado por:
Chris Burton



06/023

Diretor de Arte:
Francisco Petit
Redator:
Lawrence Klinger
Dir. de Criação:
Washington Olivetto/Lawrence Klinger
Ilustrador:
Rodolfo Vanni
Produtor:
Ronald Persichetti
Contato:
Fernando Luiz
Agência
DPZ
Anunciante:
Souza Cruz
Aprovado por:
Chris Burton



06/024

Diretor de Arte:
Adeir Rampazzo
Redator:
Cláudio Correa
Fotógrafo:
Jack Scalone
Produtor:
José Carlos Montiani
Contato:
Maria Leonor de Souza
Agência
SGB
Anunciante:
Relógios Dryzun
Aprovado por:
Rubens Dryzun

120 milhões de pessoas carregam o Hering nas costas.



Nas costas, na cintura, na lateral. É só examinar um bresleto por dentro que você descobre uma etiqueta Hering.
Quem é que não gosta de usar uma malha de algodão macio, suave e confortável?
No trabalho, no esporte ou no lazer, qualquer tempo é tempo de camisetas, cuecas, pijamas e calcinhas Hering.
Mas não é só no Brasil que a etiqueta das duas pechinhas virou moda: ela também pode ser encontrada nas costas alemãs, canadenses, irlandesas, americanas, suecas e holandesas.
Aínda, quem fabrica 16 milhões de peças por mês não podia deixar tudo nas costas dos brasileiros.

06/025

Diretor de Arte:
Maurício Dedalo/Adilson Ferrari
Diretor de Criação:
Hans Dammann
Redator:
Cristina Cortez
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Luiz Gonzaga Lelis/José Carlos Zeferino
Contato:
Paulo R. França/José Luiz A. de C. Andrade
Agência
Denison
Anunciante:
Hering
Aprovado por:
Maurice Burt/Francisco Socorro



06/026

Diretor de Arte:
Adeir Rampazzo
Redator:
Cláudio Correa
Fotógrafo:
Jack Scalone
Produtor:
José Carlos Montiani
Contato:
Maria Leonor de Souza
Agência:
SGB
Anunciante:
Relógios Drizun
Aprovado por:
Rubens Drizun



06/027

Diretor de Arte:
Adeir Rampazzo
Redator:
Cláudio Correa
Fotógrafo:
Gui Wber
Produtor:
José Carlos Montiani
Contato:
Neide Rossi
Agência:
SGB
Anunciante:
Fuji Photo
Aprovado por:
Sadawo Oba



06/028

Diretor de Arte:
Magy Imoberdorf
Redator:
Wagner Fornel
Dir. de Criação:
Magy Imoberdorf
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Roberto Testa
Contato:
Antonio Fadiga
Agência:
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
Paramount Lansul
Aprovado por:
Claude Gaus



06/029

Diretor de Arte:
Magy Imoberdorf
Redator:
Wagner Fornel
Dir. de Criação:
Magy Imoberdorf
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Roberto Testa
Contato:
José Henrique C. Teixeira
Agência:
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
Du Pont
Aprovado por:
Alberto R. Perrone



06/030

Diretor de Arte:
Helga Miethke
Redator:
Joaquim Gustavo P. Leite/Laerth
Mário Pedrosa
Fotógrafo:
Arquivo
Produtor:
Fernando Queiroz
Contato:
Roberto Balestro
Agência:
Caio Domingues
Anunciante:
Heublein
Aprovado por:
Walter Celli



**NA CONTA CONJUNTA,
ELE SACOU DE MANHÃ,
ELA SACOU DE TARDE.**

**O SALDO FOI ELES
FICAREM DOIS ANOS
SEM CONTA.**

06/031

Diretor de Arte:
João Galhardo
Redator:
Álvaro Gabriel
Diretor de Criação:
Alcides Fidalgo
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Benê/Wellington
Contato:
Suely Vasconcelos
Agência:
MPM/Casabranca
Anunciante:
Banco Central do Brasil
Aprovado por:
Dr. Carlos G. Langoni



06/032

Diretor de Arte:
Ziano Grigori
Redator:
Ronaldo Conde/Valéria Braga
Dir. de Criação:
Alcides Fidalgo
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Jean Pierre Resmonel/Wellington
Contato:
Eduardo Jardim
Agência
MPM/Casabranca
Anunciante:
Casas Pernambucanas
Aprovado por:
Romildo Peçanha/Pedro Aglota



06/033

Diretor de Arte:
Wilson Nóbrega
Redator:
Isaac Chapira
Dir. de Criação:
Alcides Fidalgo
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Wellington/Max
Contato:
Flávio Mendes
Agência
MPM/Casabranca
Anunciante:
O Globo
Aprovado por:
Mário Bockman/Júlio César Campos



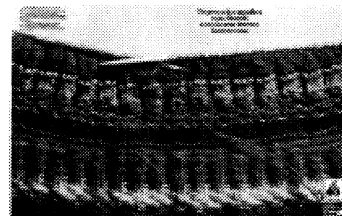
06/034

Diretor de Arte:
Magy Imoberdorf
Redator:
Wagner Fornel
Dir. de Criação:
Magy Imoberdorf
Fotógrafo:
Andreas Heininger
Produtor:
Roberto Testa
Contato:
Ronaldo Gasparini
Agência
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
Rainha
Aprovado por:
Alberto Bacchiocchi/Marion Moli



06/035

Diretor de Arte:
J.A.D.
Redator:
Roni Gotthilf
Dir. de Criação:
Roni Gotthilf
Fotógrafo:
Ozamo Niah
Produtor:
Roni Gotthilf
Contato:
Roni Gotthilf
Agência
Fox
Anunciante:
Quarto, Sala & Cia.
Aprovado por:
Eduardo Strumpf/Marion Moli



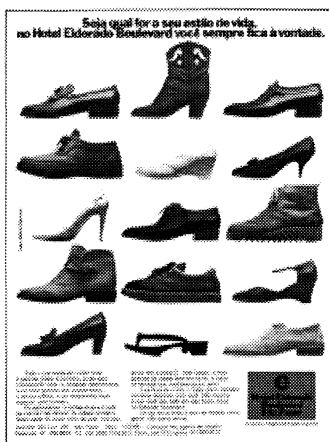
06/036

Diretor de Arte:
Magy Imoberdorf
Redator:
Wagner Fornel
Dir. de Criação:
Magy Imoberdorf
Fotógrafo:
Andreas Heininger
Produtor:
Roberto Testa
Contato:
Antonio Fadiga
Agência
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
Paramount Lansul
Aprovado por:
Claude Guaus



06/037

Diretor de Arte:
Magy Imoberdorf
Redator:
Wagner Fornel
Dir. de Criação:
Magy Imoberdorf
Fotógrafo:
Andreas Heininger
Produtor:
Roberto Testa
Contato:
Roberto Testa
Agência
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
Rainha
Aprovado por:
Alberto Bacchiocchi/Airton Dias



06/038

Diretor de Arte:
Gernot Stiegler
Redator:
Wagner Fornel/Marita Soares
Dir. de Criação:
Magy Imoberdorf
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Roberto Testa
Contato:
Ronaldo Gasparini
Agência
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
Cia. Assam de Hotéis e Turismo
Aprovado por:
Bernardo Sahm



06/040

Diretor de Arte:
C. Estevão/Inocência Peres
Redator:
Pedro Galvão
Dir. de Criação:
José Fontoura/Clóvis Calia
Fotógrafo:
Antonio Guerreiro
Produtor:
Paulo Orro
Contato:
Maurice Cohen/Vital Costa Silva
Agência
Standard, Ogilvy & Mather
Anunciante:
Souza Cruz
Aprovado por:
Chris Burton/Emani Neves/Carlos Matoso

Contato:
Maurice Cohen/Vital Costa Silva
Agência
Standard, Ogilvy & Mather
Anunciante:
Souza Cruz
Aprovado por:
Chris Burton/Emani Neves/Carlos Matoso



06/042

Diretor de Arte:
Magy Imoberdorf
Redator:
Wagner Fornel
Dir. de Criação:
Magy Imoberdorf
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Roberto Testa
Contato:
José Henrique C. Teixeira
Agência
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
Du Pont
Aprovado por:
Alberto R. Perrone



06/039

Diretor de Arte:
Magy Imoberdorf
Redator:
Wagner Fornel
Dir. de Criação:
Magy Imoberdorf
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Roberto Testa
Contato:
Roberto Testa
Agência
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
Rainha
Aprovado por:
Alberto Bacchiocchi/Airton Dias



06/041

Diretor de Arte:
C. Estevão/Inocência Peres
Redator:
Pedro Galvão
Dir. de Criação:
José Fontoura/Clóvis Calia
Fotógrafo:
Antonio Guerreiro
Produtor:
Paulo Orro



06/043

Diretor de Arte:
Magy Imoberdorf
Redator:
Wagner Fornel
Dir. de Criação:
Magy Imoberdorf
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Roberto Testa
Contato:
José Henrique C. Teixeira
Agência
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
Du Pont
Aprovado por:
Alberto R. Perrone



06/044

Diretor de Arte:
Magy Imoberdorf
Redator:
Wagner Fornel
Dir. de Criação:
Magy Imoberdorf
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Roberto Testa
Contato:
José Henrique C. Teixeira
Agência
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
Du Pont
Aprovado por:
Alberto R. Perrone

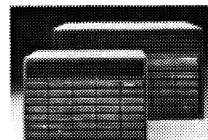


06/046

Diretor de Arte:
Magy Imoberdorf
Redator:
Wagner Fornel
Dir. de Criação:
Magy Imoberdorf
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Roberto Testa
Contato:
Antonio Fadiga
Agência
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
France Mode
Aprovado por:
André Brett

A CONCORRÊNCIA ANDA FAZENDO MUITO BARULHO.

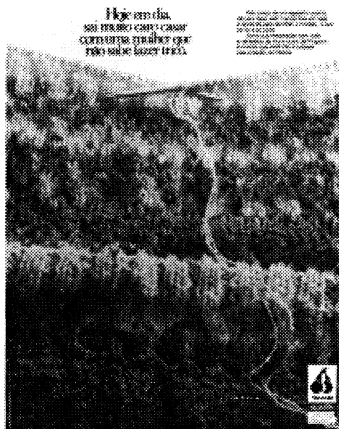
É hora de vender ar condicionado e os fabricantes têm muito a dizer sobre seus produtos.
Para atingir o consumidor, colocam a boca no trombone. Com todo ruído.
O ruído também tem muito a dizer, pois faz ruído de fundo que os consumidores, ao que trabalham em maior silêncio.
Para cada quem liga um condicionador de ar tem todo o direito a alguns momentos de sossego.
O condicionador de ar Consul é mais silencioso, graças ao "duto de silêncio", que amortece o impacto do ar, distribuindo-o com maior suavidade. O ar refrigerado chega ao seu quarto ao mesmo tempo, ao mesmo tempo, sem fazer o ruído.
Não achamos que o silêncio é tão importante como o ar que você respira.



Consul
a marca de excelência

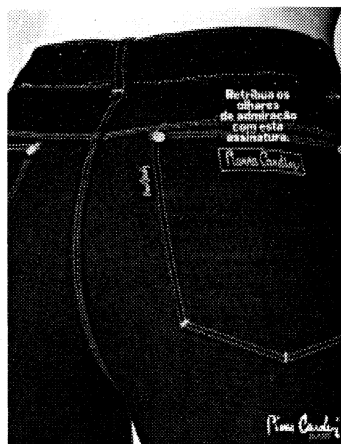
06/048

Diretor de Arte:
Bjarne Norking
Redator:
Plínio Telles R. Filho/Enio Basílio Rodrigues
Dir. de Criação:
Alex Periscinoto/Sérgio de Andrade
Fotógrafo:
Ramom Chust
Produtor:
Runivan Caetano Alves
Contato:
Janice Tirelli P. de Souza
Agência
Alcântara Machado, Periscinoto
Anunciante:
Consul
Aprovado por:
Wilson Gelbecke



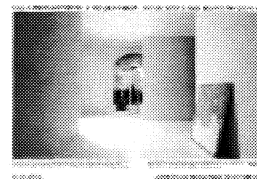
06/045

Diretor de Arte:
Magy Imoberdorf
Redator:
Wagner Fornel
Dir. de Criação:
Magy Imoberdorf
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Roberto Testa
Contato:
Antonio Fadiga
Agência
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
Paramount Lansul
Aprovado por:
Claude Gaus



06/047

Diretor de Arte:
Magy Imoberdorf
Redator:
Wagner Fornel
Dir. de Criação:
Magy Imoberdorf
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Roberto Testa
Contato:
Antonio Fadiga
Agência
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
France Mode
Aprovado por:
André Brett



06/049

Diretor de Arte:
José Zaragoza
Redator:
Neil Ferreira
Dir. de Criação:
José Zaragoza
Fotógrafo:
Moacir Lugato
Produtor:
Paulo Sales
Contato:
Giancarlo Machesin
Agência
DPZ
Anunciante:
Vulcan
Aprovado por:
Arnaldo Alcântara Neto



06/050

Diretor de Arte:
Jaques Lewkowicz
Redator:
Laert Mário Pedrosa
Fotógrafo:
Leonardo Costa
Produtor:
Fernando Queiroz
Contato:
Arturo Nascimento
Agência
Caio Domingues
Anunciante:
Heublein
Aprovado por:
Walter Celli



06/052

Diretor de Arte:
Marcelo F. Nepomuceno
Redator:
João Augusto P. Neto
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti/Ercílio F.Trajan
Fotógrafo:
Oswaldo Meligeni
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Carlos E. De Veechi
Agência
MPM/Casabranca
Anunciante:
Confecções Guararapes
Aprovado por:
Flávio Gurgel Rocha



06/054

Diretor de Arte:
João Simone
Redator:
Gilberto dos Reis
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti/Ercílio F.Trajan
Fotógrafo:
Acme
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Tarcísio Blumer
Agência
MPM/Casabranca
Anunciante:
Olivetti
Aprovado por:
Carlos Dranger



06/051

Diretor de Arte:
Marcelo F. Nepomuceno
Redator:
João Augusto P. Neto
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti/Ercílio F.Trajan
Fotógrafo:
Ella Durst
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Carlos E. De Veechi
Agência
MPM/Casabranca
Anunciante:
Confecções Guararapes
Aprovado por:
Flávio Gurgel Rocha



06/053

Diretor de Arte:
Marcelo F. Nepomuceno
Redator:
João Augusto P. Neto
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti/Ercílio F.Trajan
Fotógrafo:
Ella Durst
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Carlos E. De Veechi
Agência
MPM/Casabranca
Anunciante:
Confecções Guararapes
Aprovado por:
Flávio Gurgel Rocha



06/055

Diretor de Arte:
Cristina Silva
Redator:
Paulo Leite Costa
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti/Ercílio F.Trajan
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Ana Maria R. China
Agência
MPM/Casabranca
Anunciante:
Saitecin Turismo
Aprovado por:
Moisés P. da Silva Ramos



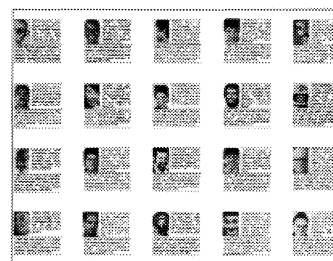
06/056

Diretor de Arte:
Cristina Silva
Redator:
Paulo Leite Costa
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti/Ercílio F. Trajan
Fotógrafo:
Arquivo
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Ana Maria R. China
Agência
MPM/Casabranca
Anunciante:
Saitecin Turismo
Aprovado por:
Moisés P. da Silva Ramos



06/058

Diretor de Arte:
João Carlos Feijão
Redator:
Sylvio Lima
Dir. de Criação:
Sérgio Graciotti/Ercílio F. Trajan
Fotógrafo:
Osamu Nishi
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Duílio Malfatti Jr.
Agência
MPM/Casabranca
Anunciante:
Fiat
Aprovado por:
Alberto Fava/Flávio Furtado



06/060

Diretor de Arte:
Rogério Steinberg
Redator:
Marina Colassanti/Rogério Steinberg
Dir. de Criação:
Rogério Steinberg
Fotógrafo:
Octales F. Gonzales
Produtor:
Alexandre Mac C. Sanhaço
Contato:
Ricardo Vasseur
Agência
Propaganda Estrutural
Anunciante:
MG-500 Investimentos Imobiliários S/A
Aprovado por:
José Alfredo Maia Correia/Chulem Derbander



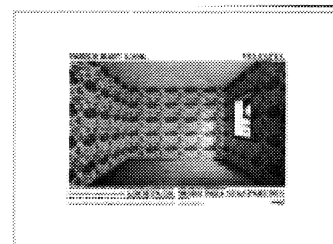
06/057

Diretor de Arte:
Cristina Silva
Redator:
Paulo Leite Costa
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti/Ercílio F. Trajan
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Ana Maria R. China
Agência
MPM/Casabranca
Anunciante:
Saitecin Turismo
Aprovado por:
Moisés P. da Silva Gomes



06/059

Diretor de Arte:
João Simone
Redator:
Gilberto dos Reis
Dir. de Criação:
Sérgio Graciotti/Ercílio F. Trajan
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Ana Maria Ramos China
Agência
MPM/Casabranca
Anunciante:
Fábrica de Tecidos Tatuapé
Aprovado por:
Luiz Carlos Carmona



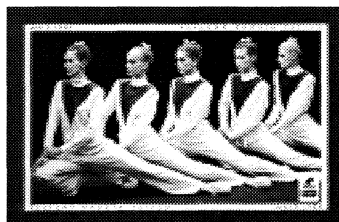
06/061

Diretor de Arte:
José Zaragoza
Redator:
Neil Ferreira
Dir. de Criação:
José Zaragoza
Fotógrafo:
Moacir Lugato
Produtor:
Paulo Sales
Contato:
Giancarlo Machesin
Agência
DPZ
Anunciante:
Vulcan
Aprovado por:
Arnaldo Alcântara Neto



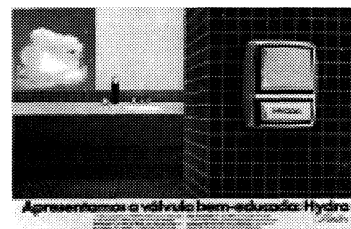
06/062

Diretor de Arte:
José Zaragoza
Redator:
Neil Ferreira
Dir. de Criação:
José Zaragoza
Fotógrafo:
Moacir Lugato
Produtor:
Paulo Sales
Contato:
Giancarlo Machesin
Agência
DPZ
Anunciante:
Vulcan
Aprovado por:
Amaldo Alcântara Neto



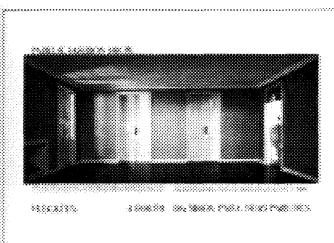
06/064

Diretor de Arte:
José Zaragoza
Redator:
Neil Ferreira
Dir. de Criação:
José Zaragoza
Fotógrafo:
Moacir Lugato
Produtor:
Paulo Sales
Contato:
Antonio Roberto T. de Barros
Agência
DPZ
Anunciante:
Rhodia
Aprovado por:
Roberto Krause/Oswaldo Montoro Jr.



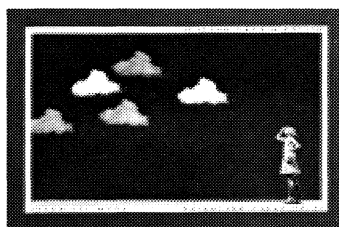
06/066

Diretor de Arte:
José Zaragoza
Redator:
Neil Ferreira
Dir. de Criação:
José Zaragoza
Fotógrafo:
Moacir Lugato
Produtor:
Paulo Sales
Contato:
Renato Rosa
Agência
DPZ
Anunciante:
Deca
Aprovado por:
Luiz Espósito/Gilson Cardoso



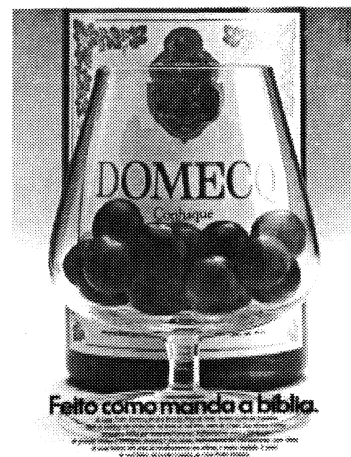
06/063

Diretor de Arte:
José Zaragoza
Redator:
Neil Ferreira
Dir. de Criação:
José Zaragoza
Fotógrafo:
Moacir Lugato
Produtor:
Paulo Sales
Contato:
Giancarlo Machesin
Agência
DPZ
Anunciante:
Vulcan
Aprovado por:
Amaldo Alcântara Neto



06/065

Diretor de Arte:
José Zaragoza
Redator:
Neil Ferreira
Dir. de Criação:
José Zaragoza
Fotógrafo:
Moacir Lugato
Produtor:
Paulo Sales
Contato:
Antonio Roberto T. de Barros
Agência
DPZ
Anunciante:
Rhodia
Aprovado por:
Roberto Krause/Oswaldo Montoro Jr.



06/067

Diretor de Arte:
Hector F. Rossano
Redator:
Otoniel Santos Pereira
Diretor de Criação:
Leighton D. Gage
Fotógrafo:
Ernest Shauder
Produtor:
Maurício de Carvalho
Contato:
Fernando Rodrigues
Agência
SSC & B Lintas
Anunciante:
Pedro Domec
Aprovado por:
Karol Sapiro



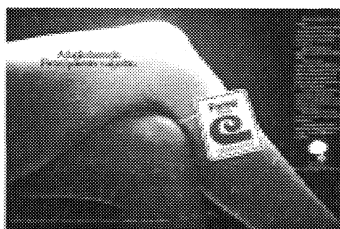
06/068

Diretor de Arte:
Hector F. Rossano
Redator:
Otoniel Santos Pereira
Diretor de Criação:
Leighton D. Gage
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Maurício de Carvalho
Contato:
Walter Pereira
Agência
SSC & B Lintas
Anunciante:
Celanese do Brasil
Aprovado por:
Roberto Alonso



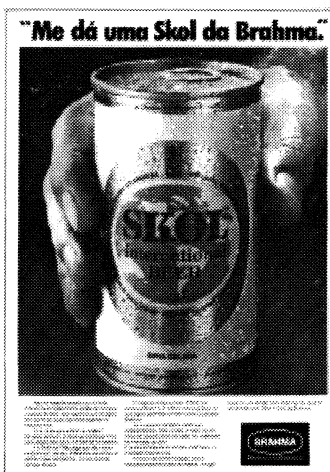
06/069

Diretor de Arte:
Hector F. Rossano
Redator:
Otoniel Santos Pereira
Diretor de Criação:
Leighton D. Gage
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Maurício de Carvalho
Contato:
Walter Pereira
Agência
SSC & B Lintal
Anunciante:
Celanese do Brasil
Aprovado por:
Roberto Alonso



06/070

Diretor de Arte:
Hector F. Rossano
Redator:
Otoniel Santos Pereira
Diretor de Criação:
Leighton D. Gage
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Maurício de Carvalho
Contato:
Walter Pereira
Agência
SSC & B Lintas
Anunciante:
Celanese do Brasil
Aprovado por:
Roberto Alonso



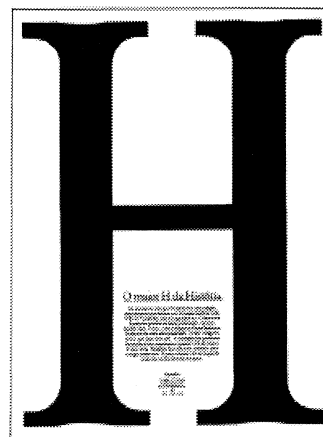
06/071

Diretor de Arte:
Manoel Zanzotti
Redator:
Ciro Pellicano
Diretor de Criação:
Eric Nobre
Produtor:
Mário Quirino
Contato:
Sérgio da Matta
Agência
Salles/Inter-Americana
Anunciante:
Brahma
Aprovado por:
Olavo Werneck



06/072

Diretor de Arte:
André Luis Gonçalves
Redator:
B. A. H. Galvão/André Luis Gonçalves
Diretor de Criação:
André Luis Gonçalves
Produtor:
André Luis Gonçalves
Contato:
Gilmar Cícero Altamirano
Agência
GRAB
Anunciante:
Banco de Olhos de São Paulo
Aprovado por:
Dr. Tadeu Cvinatl



06/073

Diretor de Arte:
Hermes Ursini
Redator:
Hermes Ursini
Produtor:
Evaney Correa
Contato:
Hermenegildo Morbin
Agência
Equador
Anunciante:
Equador



06/074

Diretor de Arte:
Hélio José de Oliveira
Redator:
Vinicius Gagliardi/José Eduardo B. e Silva
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti/Ercílio F. Tranjan
Fotógrafo:
Acme
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Dulio Malfatti Jr.
Agência:
MPM/Casabranca
Anunciante:
Fiat
Aprovado por:
Flávio Furtado/Alberto Fava



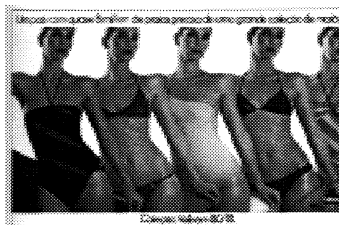
06/075

Diretor de Arte:
Luiz Antonio Nogueira
Redator:
Adriana P. Cury
Dir. de Criação:
Sérgio Graciotti/Ercílio Tranjan
Fotógrafo:
Du Ribeiro
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Ana Maria Ramos China
Agência:
MPM/Casabranca
Anunciante:
Saltecin Turismo
Aprovado por:
Moisés Prudêncio da Silva Gomes



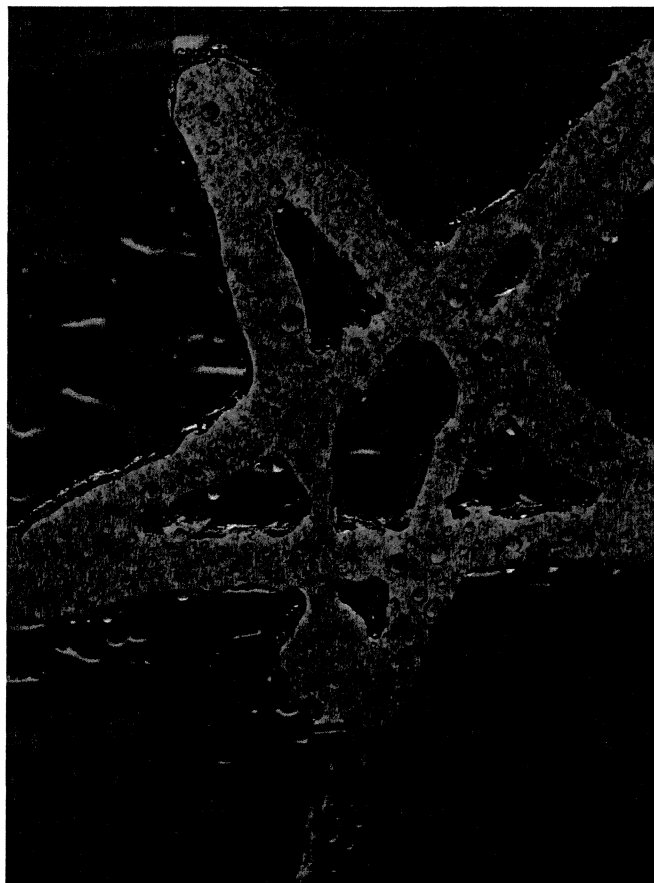
06/076

Diretor de Arte:
Manoel Zanzotti
Redator:
Otoniel Santos Pereira
Dir. de Criação:
Leighon D. Gage
Fotógrafo:
Ernesta Shauder
Produtor:
Maurício de Carvalho
Contato:
Cícero Feltrin
Agência:
SSC & Lintas
Anunciante:
Johnson & Johnson
Aprovado por:
Vitor Edson Delfino



06/077

Redator:
Liliana Barabino
Diretor de Arte:
Licínio de Almeida / João Cardaci Jr.
Fotógrafo:
Hilton de Souza Ribeiro
Produtor:
José Sant'Ana
Agência:
Gang S.A. Publicidade e Promoções
Anunciante:
Valisere S.A. Fab. De Artef. E Tecidos Indesmalháveis



Capa do Anuário 07 - 1981

Da apresentação do anuário:

“Não há clemência. Há apenas a procura da eficiência e da originalidade,
Nós julgamos apenas e tão somente o resultado.”

Os jurados:

Ercílio Tranjan
Manoel Zanzotti
Washington Olivetto
Newton Pacheco
Manoel P. Pimentel



07/002

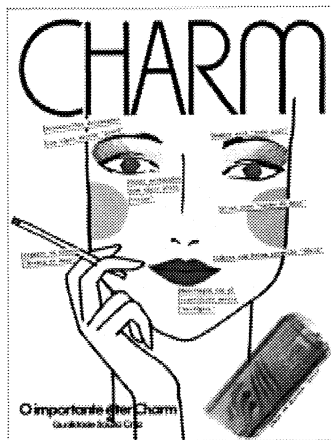
Título:
A MPM dá adeus à PanAm
Redator:
Sérgio Graciotti
Diretor de Arte:
Francisco Silva Ramos
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti
Ilustrador:
Francisco Silva Ramos
Produtor:
Antonio Caleffi
Agência:
MPM-CB
Anunciante:
MPM-CB



07/003

Título:
Lembra-se daquela formiguinha
Redator:
Neil Ferreira
Diretor de Arte:
Rodolfo Vanni
Diretor de Criação:
José Zaragozza

Fotógrafo:
Arquivo
Produtor:
Paulo Salles
Contato:
Richard Reisfeld
Agência:
DPZ
Anunciante:
Pan Am
Aprovado por:
Jon Arthur



07/004

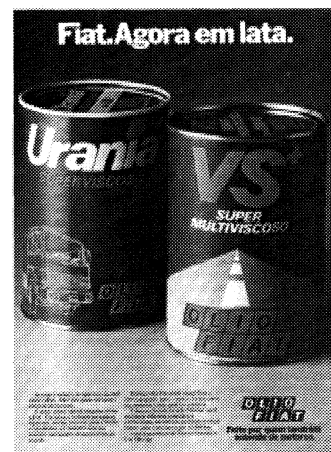
Título:
O importante é Ter Charm
Redator:
Washington Olivetto
Diretor de Arte:
Murilo Felisberto
Diretor de Criação:
Francisco Petit/W. Olivetto
Fotógrafo:
Abraham Lincoln
Produtor:
Paulo Salles
Contato:
Francisco Luiz dos Santos
Agência:
DPZ
Anunciante:
Souza Cruz
Aprovado por:
Oscar Borilhá



07/005

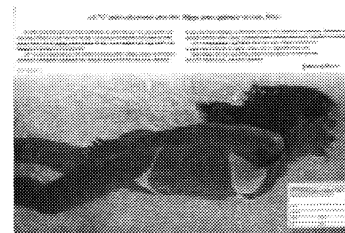
Título:
O pessoal da Lintas...
Redator:
Laerth Pedrosa
Diretor de Arte:
Hector Rossano
Diretor de Criação:
Leighton D. Gage

Produtor:
Maurício de Carvalho
Agência:
SSC&B Lintas
Anunciante:
SSC&B Lintas
Aprovado por:
Leighton D. Gage



07/006

Título:
Fiat. Agora em lata
Redator:
Vinicius Gagliardi
Diretor de Arte:
Cristina Silva
Diretor de Criação:
Ercilio Tranjan/Sérgio Graciotti
Fotógrafo:
Schauder
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Rolando Guardabassi
Agência:
MPM-CB
Anunciante:
Olio Fiat
Aprovado por:
Giovanni Marghertini



07/007

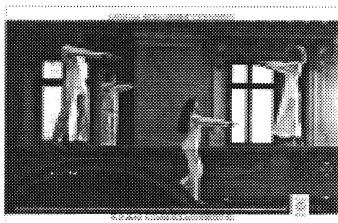
Título:
O único absorvente...
Redator:
Ana Clélia Quanto
Diretor de Arte:
Hisae Yokota
Diretor de Criação:
José Zaragozza
Fotógrafo:
Meca
Produtor:
Paulo Salles

Contato:
Oswaldo Franchi
Agência :
DPZ
Anunciante:
Johnson & Johnson
Aprovado por:
Miriám Gabriel/Irving N. Vieira
Chaves



07/008

Título:
Na passarela...
Redator:
Arthur Amorim
Diretor de Arte:
Elio Mirrado
Diretor de Criação:
Arthur Amorim
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Cláudio Dirani
Contato:
Henri L. Mercati
Agência :
CBBA
Anunciante:
Bayer do Brasil
Aprovado por:
Udo Fischer/Sebastião Guedes



07/009

Título:
Ande na moda...
Redator:
José Alberto Moreira P. Ferreira
Diretor de Arte:
Adilson Ferrari
Diretor de Criação:
Domingos Barone
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
José Carlos Zeferino/Luiz Gonzaga Lellis
Contato:
Paulo Botto/Celso Imperatore
Agência :
Denison
Anunciante:
Companhia Hering
Aprovado por:
Maurice Burt/Francisco Socorro



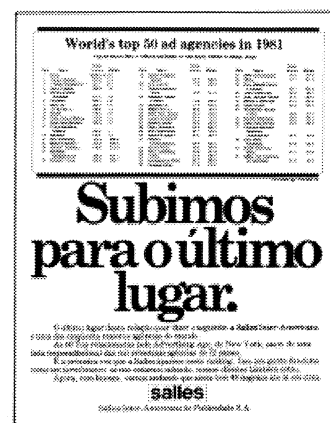
07/010

Título:
A Salles foi eleita...
Redator:
Sebastião M. Teixeira
Diretor de Arte:
Manoel Zanzotti
Diretor de Criação:
Eric Nice
Produtor:
Mário Quirino
Agência :
Salles/Inter-Americana
Anunciante:
Salles/Inter-Americana
Aprovado por:
Domingos Loguilo



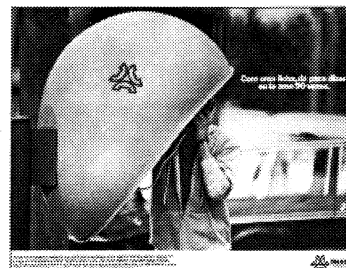
07/011

Título:
Useful things
Redator:
Otoniel Santos Pereira
Diretor de Arte:
Joaquim Gonçalves de Oliveira
Diretor de Criação:
Eric Nice
Produtor:
Mário Quirino
Agência :
Salles-Inter-Americana
Anunciante:
Salles Inter-Americana



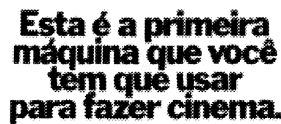
07/012

Título:
Subimos para o último lugar
Redator:
Otoniel Santos Pereira
Diretor de Arte:
Joaquim Gonçalves de Oliveira/
Domingos Leguilo
Diretor de Criação:
Eric Nice
Produtor:
Mário Quirino
Contato:
Nilton Renzetti
Agência :
Salles-Inter-Americana
Anunciante:
Salles Inter-Americana



07/013

Título:
Com uma ficha...
Redator:
Neil Ferreira
Diretor de Arte:
Rodolfo Vanni
Diretor de Criação:
José Zaragoza
Fotógrafo:
Abel Fragata
Produtor:
Paulo Sales
Contato:
José Carlos Piedade
Agência :
DPZ
Anunciante:
Telesp
Aprovado por:
Carlos Eduardo Vassimon/Carlos Alberto Ceneviva



olivetti

[illegible]

Título:
Esta é a primeira máquina
Redator:
Gilberto dos Reis
Diretor de Arte:
João Simone
Diretor de Criação:
Ercilio Tranjan/Sérgio Graciotti
Fotógrafo:
Edson Russo
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Tarcisio Blumer
Agência :
MPM-CB
Anunciante:
Olivetti do Brasil
Aprovado por:
Carlos Dranger



Título:
O único brasileiro...
Redator:
Paulo Leite Costa/Ercílio Tranjan
Diretor de Arte:
Cristina Silva
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Dulílio Malfatti Júnior
Agência :
MPM-CB
Anunciante:
Fiat Automóveis
Aprovado por:
Vincenzo Barello/Luiz Flávio Furtado

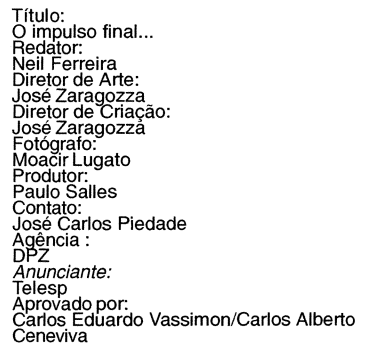
A black and white photograph of a woman with short, dark, curly hair. She is wearing a light-colored, possibly white, bikini top with thin straps and a matching light-colored bikini bottom. She is standing with her arms crossed in front of her. The background is a light, textured surface, possibly a wall or a backdrop. The overall tone of the image is vintage and artistic.

Derivation

Título:
Para agradecer...
Redator:
Washington Olivetto
Diretor de Arte:
Murilo Felisberto
Diretor de Criação:
Francisco Petit/W. Olivetto
Fotógrafo:
Abraham Lincoln
Produtor:
Paulo Salles
Contato:
Ricardo Palmieri
Agência :
DPZ
Anunciante:
Darling
Aprovado por:
James Kohnfio Castro



Título:
Libere seus impulsos à noite
Redator:
Neil Ferreira
Diretor de Arte:
José Zaragoza
Diretor de Criação:
José Zaragoza
Fotógrafo:
Moacir Lugato
Produtor:
Paulo Salles
Contato:
José Carlos Piedade
Agência :
DFZ
Anunciante:
Telesp
Aprovado por:
Carlos Eduardo Vassimon/Carlos Alberto
Geneviva



Título:
Você paga a luz...
Redator:
Neil Ferreira
Diretor de Arte:
José Zaragoza
Diretor de Criação:
José Zaragoza
Fotógrafo:
Abel Fragata
Produtor:
Paulo Salles
Contato:
José Carlos Piedade
Agência :
DPZ
Anunciante:
Telep
Aprovado por:
Carlos Eduardo Vassimon/Carlos Alberto
Ceneviva



07/020

Título:
Irmão da estrada
Redator:
Neil Ferreira
Diretor de Arte:
Hisae Ferreira
Diretor de Criação:
José Zaragoza
Fotógrafo:
Moacir Lugato
Produtor:
Paulo Salles
Contato:
José Carlos Piedade
Agência:
DPZ
Anunciante:
Telesp
Aprovado por:
Carlos Eduardo Vassimon/Carlos Alberto Ceneviva



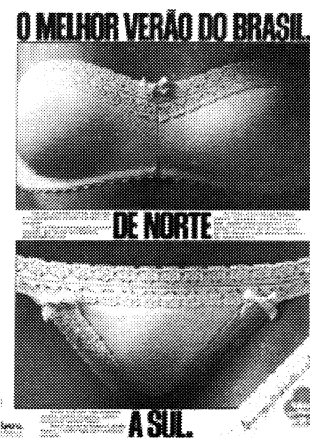
07/021

Título:
O Caixa Automático...
Redator:
José Alberto Moreira P. Ferreira
Diretor de Arte:
Adilson Ferrari
Diretor de Criação:
Domingos Barone
Fotógrafo:
DeFoto S/C
Produtor:
José Carlos Zeferino/Luiz Gonzaga Lelis
Contato:
Afonso Getúlio Zucarato
Agência:
Denison
Anunciante:
Unibanco
Aprovado por:
Maurício Fainzliber

Um pão francês,
um Hollywood,
um pão de forma,
um Minister,
um pão doce,
um Continental,
um pão sovado,
um Hilton,
uma bengala,
um Charm,
um pão de hamburger,
um Luiz XV,
um pão de hot-dog,
um Carlton,
um pão de canteio,
um Arizona.
Cigarras Soliza Cruz:
vendem que nem pão.

07/022

Título:
Pão francês
Redator:
Otoniel Santos Pereira
Diretor de Arte:
Joaquim Gonçalves Oliveira
Diretor de Criação:
Eric Nice
Produtor:
Mário Quirino
Agência:
Salles/Inter-Americana
Anunciante:
Souza Cruz



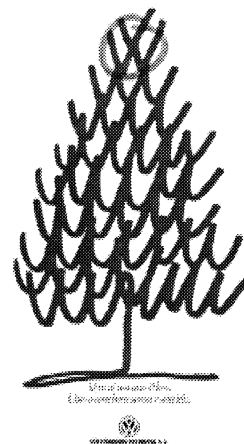
07/023

Título:
O melhor verão do Brasil
Redator:
José Luiz Tavares
Diretor de Arte:
Adeir Rampazzo
Diretor de Criação:
Elói Simões
Fotógrafo:
Dudu Tresca
Produtor:
Walter Reixelo de Jesus
Contato:
Edison eiji Inose
Agência:
GTM e C
Anunciante:
Valisère
Aprovado por:
Nilson Roma



07/024

Título:
Mãe, fui eu que fiz
Redator:
Ercílio Tranjan
Diretor de Arte:
João Carlos feijão
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti
Fotógrafo:
Vários
Produtor:
Antonio Caleffi
Agência:
MPM-CB
Anunciante:
MPM-CB



07/025

Título:
Vem aí o ano 0 km
Redator:
Plínio Telles Rudge Filho
Diretor de Arte:
Bjame Norking
Diretor de Criação:
Alex Periscinoto/Sérgio de Andrade
Ilustrador:
Blame Norking
Produtor:
Runivan Caetano Alves
Contato:
José Eduardo de Melo Legname
Agência:
Almap
Anunciante:
Volkswagen
Aprovado por:
Paulo Dutra/Walter Nori

Título:
Ah, é, é?
Redator:
Luís Siqueira
Diretor de Arte:
Enido Angelo Michelini
Diretor de Criação:
Alex Periscinoto/Sérgio de Andrade
Fotógrafo:
Ruy K. Ueda
Produtor:
Runivan Caetano Alves
Contato:
Paulo Lacerda
Agência :
Almap
Anunciante:
Volkswagen
Aprovado por:
Fábio A. de Luca

Título:
Relax for man
Redator:
Luís Siqueira

Diretor de Arte:
 Enido Ângelo Michelini
 Diretor de Criação:
 Alex Periscinoto/Sérgio de Andrade
 Fotógrafo:
 Ramon Chust
 Produtor:
 Runivan Caetano Alves
 Contato:
 Paulo Lacerda
 Agência :
 Almap
Anunciante:
 Volkswagen
 Aprovado por:
 Fábio A. de Luca

Título:
O que a Quaker...
Redator:
Octávio de Carvalho
Diretor de Arte:
Milton Mastrocressario
Diretor de Criação:
Percival Caropreso Júnior
Fotógrafo:
Waldir Lobato (Estúdio McCann)
Produtor:
Luiz Bosqueti/I. de Deus/E. J. Conceição
Contato:
Márcia Dias Batista
Agência :
McCann-Erickson
Anunciante:
Quaker Produçoa Alimentícios
Aprovado por:
Horácio Rocha/Joseph Nahmias

Título: T-Fal bis
Redator: José Alberto Moreira P. Ferreira
Diretor de Arte: Adilson ferrari
Diretor de Criação: Domingos Barone
Fotógrafo: Miro
Produtor: Marconilio Dias dos Santos/Luiz Gonzaga Lelis
Contato: Boris Poluhoff/Roberto F. Ramos
Agência : Denison
Anunciante:
T-Fal Artigos Domésticos
Aprovado por: Dominaos Scalabrin/Francoise Cessieux

Título:
A Hering realiza...
Redator:
José Alberto Moreira P. Ferreira
Diretor de Arte:
Adilson Ferrari
Diretor de Criação:
Domingos Barone
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Luiz Gonzaga Lelis/José Carlos Zeferino
Contato:
Paulo Boffo/Celso Imperatore
Agência :
Denison
Anunciante:
Companhia Hering
Aprovado por:
Maurice Burt/Francisco Socorro



07/031

Título:
Falcão no...
Redator:
José Alberto Moreira P. Ferreira
Diretor de Arte:
Adilson Ferrari
Diretor de Criação:
Domingos Barone
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Luiz Gonzaga Lelis/José Carlos
Zeferino
Contato:
Paulo Boffo/Celso Imperatore
Agência:
Denison
Anunciante:
Companhia Hering
Aprovado por:
Maurice Burt/Francisco Socorro

07/033

Título:
Falcão no...
Redator:
José Alberto Moreira P. Ferreira
Diretor de Arte:
Adilson Ferrari
Diretor de Criação:
Domingos Barone
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Luiz Gonzaga Lelis/José Carlos
Zeferino
Contato:
Paulo Boffo/Celso Imperatore
Agência:
Denison
Anunciante:
Companhia Hering
Aprovado por:
Maurice Burt/Francisco Socorro



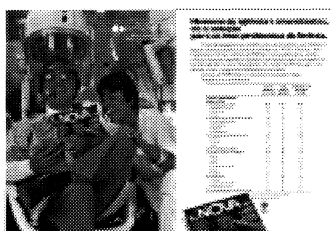
07/035

Título:
Experimente columbia...
Redator:
Jacob Cajaíba
Diretor de Arte:
Joaquim Pecego
Diretor de Criação:
Eric Nice
Fotógrafo:
Meca e José Franceschi
Produtor:
Alfredo Binot
Contato:
Flávio Salgado
Agência:
Salles-Inter-Americana
Anunciante:
Souza Cruz
Aprovado por:
Peter Birch



07/032

Título:
Não se deixe enganar...
Redator:
Maria Cristina Marinheiro
Diretor de Arte:
Máximo Mykulak
Diretor de Criação:
Julio Così Jr.
Fotógrafo:
José Antonio
Produtor:
José Arias
Contato:
Haydée G. Guersoni
Agência:
Abril
Anunciante:
Revista Nova
Aprovado por:
José Roberto Sgarbi



07/034

Título:
Homens de agência...
Redator:
Maria Cristina Marinheiro
Diretor de Arte:
Máximo Mykulak
Diretor de Criação:
Julio Così Jr.
Fotógrafo:
Baby
Produtor:
José Arias
Contato:
Haydée G. Guersoni
Agência:
Abril
Anunciante:
Revista Nova
Aprovado por:
José Roberto Sgarbi



07/036

Título:
O Crioulo do Mês
Redator:
João Batista Assunção
Diretor de Arte:
Mardi Campos Rocha
Diretor de Criação:
Hector Tortolano
Fotógrafo:
Antonio Carlos Rodrigues
Produtor:
Jorge Elias M. Marinhos
Contato:
Herbert Victor Levy Filho
Agência:
Novagência
Anunciante:
Haras crioulo do Servo
Aprovado por:
Luiz Carlos Levy



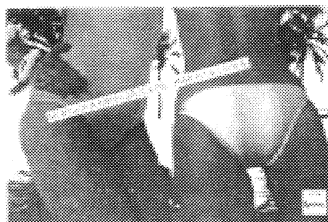
07/037

Título:
Padaria
Redator:
Otoniel Santos Pereira
Diretor de Arte:
Joaquim Gonçalves Oliveira
Diretor de Criação:
Eric Nice
Produtor:
Mário Quirino
Agência:
Salles/Inter-Americana
Anunciante:
Souza Cruz



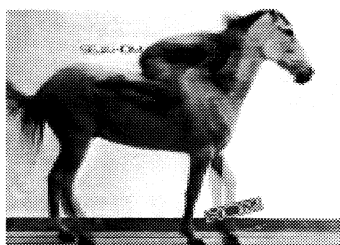
07/038

Título:
Para ir à Copa...
Redator:
Newton Pacheco
Diretor de Arte:
Nelo Pimentel
Diretor de Criação:
Domingos Barone
Fotógrafo:
Arquivo Tiete
Produtor:
José Carlos Zeferino
Contato:
Thaís Boeta Lodovici
Agência:
Denison
Anunciante:
Tiete-Agência de Viagem e Turismo
Aprovado por:
Hilton Tezzoni/Vicente de Benedictis Júnior



07/039

Título:
Movido a energia solar
Redator:
Wagner Fornel
Diretor de Arte:
Magy Imoberdorf/Gemot Stiegler
Diretor de Criação:
Magy Imoberdorf/Gemot Stiegler
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Roberto Testa Filho
Contato:
Ronaldo Gasparini
Agência:
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
Du Pont



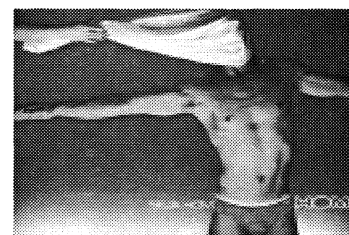
07/040

Título:
Seja Hom.
Redator:
José Alberto Ferreira
Diretor de Arte:
Kélio Rodrigues
Diretor de Criação:
Ricardo Guimarães
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Cláudio Dirani
Contato:
John Pope/Laura Potenza
Agência:
CBBA
Anunciante:
Cia. Hering
Aprovado por:
Francisco Socorro



07/041

Título:
Seja Hom.
Redator:
José Alberto Ferreira
Diretor de Arte:
Kélio Rodrigues
Diretor de Criação:
Ricardo Guimarães
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Cláudio Dirani
Contato:
John Pope/Laura Potenza
Agência:
CBBA
Anunciante:
Cia. Hering
Aprovado por:
Francisco Socorro



07/042

Título:
Seja Hom.
Redator:
José Alberto Ferreira
Diretor de Arte:
Kélio Rodrigues
Diretor de Criação:
Ricardo Guimarães
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Cláudio Dirani
Contato:
John Pope/Laura Potenza
Agência:
CBBA
Anunciante:
Cia. Hering
Aprovado por:
Francisco Socorro



07/043

Título:
Na operação mais complexa...
Redator:
José Roberto Ramasini
Diretor de Arte:
Sylvio Cosentini
Diretor de Criação:
Sergio A. O. Souza
Fotógrafo:
Luís Crispino
Produtor:
Romeu A. Testa
Contato:
Plínio Pereira
Agência:
Proeme
Anunciante:
Hewlett-Packard
Aprovado por:
José Antonio de Lacerda Duarte



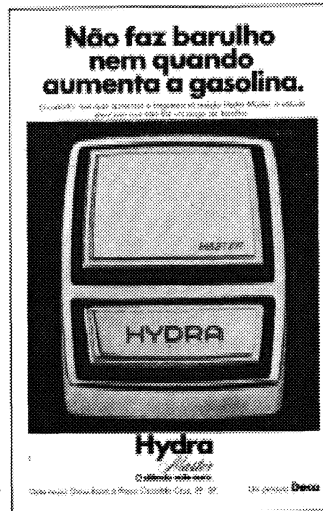
07/044

Título:
Ainda não completou...
Redator:
Geraldo Rodrigues Neto
Diretor de Arte:
André Luís Gonçalves/Paulo T. Yomoguita
Fotógrafo:
Augustin Mangia Gomes
Produtor:
André Luís Gonçalves/Paulo T. Yomoguita
Agência:
Grab
Anunciante:
ABP Polar
Aprovado por:
Randolpho Lobato



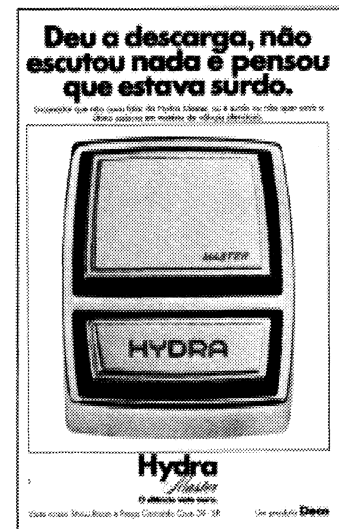
07/045

Título:
Nunca se deve misturar...
Redator:
Sylvio Salles Lima
Diretor de Arte:
João Carlos de Souza Neto/Feijão
Diretor de Criação:
Ercilio Tranjan/Sérgio Graciotti
Fotógrafo:
Álvaro Póvoa
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Augusto M. P. Barros
Agência:
MPM-CB
Anunciante:
Olivetti
Aprovado por:
Carlos Dranger



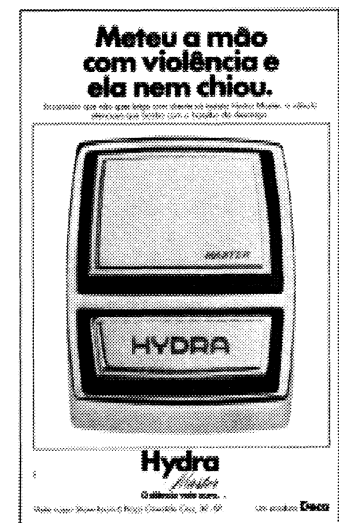
07/046

Título:
Não faz barulho...
Redator:
Neil Ferreira
Diretor de Arte:
José Zaragozza
Diretor de Criação:
José Zaragozza
Fotógrafo:
Moacir Lugato
Produtor:
Paulo Salles
Contato:
Renato Rosa
Agência:
DPZ
Anunciante:
Deca
Aprovado por:
Geraldo Amorim/Gianfranco Piasi/Gilson Cardoso



07/047

Título:
Deu a descarga
Redator:
Neil Ferreira
Diretor de Arte:
José Zaragozza
Diretor de Criação:
José Zaragozza
Fotógrafo:
Moacir Lugato
Produtor:
Paulo Salles
Contato:
Renato Rosa
Agência:
DPZ
Anunciante:
Deca
Aprovado por:
Geraldo Amorim/Gianfranco Piasi/Gilson Cardoso



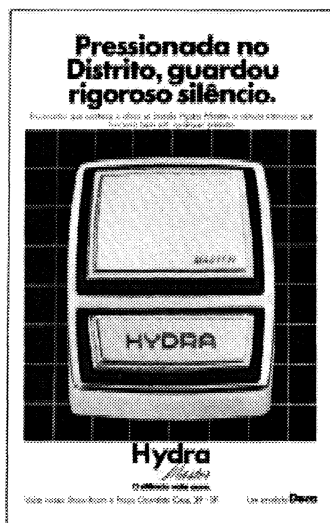
07/048

Título:
Meteu a mão com violência

Redator:
Neil Ferreira
Diretor de Arte:
José Zaragozza
Diretor de Criação:
José Zaragozza
Fotógrafo:
Moacir Lugato
Produtor:
Paulo Salles
Contato:
Renato Rosa
Agência :
DPZ
Anunciante:
Deca
Aprovado por:
Geraldo Amorim/Gianfranco Piasi/
Gilson Cardoso



Redator:
Pedro Alcântara Lopes Resende
Diretor de Arte:
Roberto Esteves Lopes
Diretor de Criação:
José Fontoura da Costa/Clóvis Calia
Fotógrafo:
Spinosa
Produtor:
João Santoro
Contato:
Rogério Dias de Moraes
Agência :
Standard Ogilvy & Mather
Anunciante:
American Express
Aprovado por:
Carlos Joos



07/050

Título:
Sabe o que fazia...
Redator:
Gilberto dos Reis
Diretor de Arte:
João Simone
Diretor de Criação:
Ercilio Tranjan/Sérgio Graciotti
Fotógrafo:
Arquivo
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Tarcísio Blumer
Agência :
MPM-CB
Anunciante:
Olivetti
Aprovado por:
Carlos Dranger

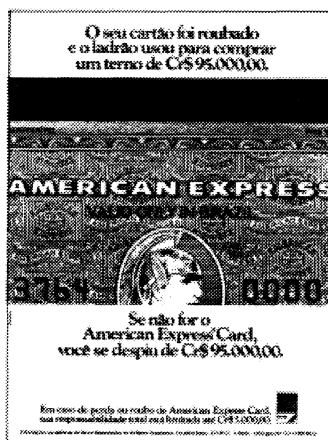


07/052

Título:
Você perdeu...
Redator:
Pedro Alcântara Lopes Resende
Diretor de Arte:
Roberto Esteves Lopes
Diretor de Criação:
José Fontoura da Costa/Clóvis Calia
Fotógrafo:
Spinosa
Produtor:
João Santoro
Contato:
Rogério Dias de Moraes
Agência :
Standard Ogilvy & Mather
Anunciante:
American Express
Aprovado por:
Carlos Joos

07/049

Título:
Pressionada no Distrito
Redator:
Neil Ferreira
Diretor de Arte:
José Zaragozza
Diretor de Criação:
José Zaragozza
Fotógrafo:
Moacir Lugato
Produtor:
Paulo Salles
Contato:
Renato Rosa
Agência :
DPZ
Anunciante:
Deca
Aprovado por:
Geraldo Amorim/Gianfranco Piasi/
Gilson Cardoso



07/051

Título:
O seu cartão...

07/053

Título:
Alguém achou...
Redator:
Pedro Alcântara Lopes Resende
Diretor de Arte:
Roberto Esteves Lopes
Diretor de Criação:
José Fontoura da Costa/Clóvis Calia
Fotógrafo:
Spinosa
Produtor:
João Santoro
Contato:
Rogério Dias de Moraes
Agência :
Standard Ogilvy & Mather
Anunciante:
American Express
Aprovado por:
Carlos Joos

07/054

Título:
...seus documentos...
Redator:
Pedro Alcântara Lopes Resende
Diretor de Arte:
Roberto Esteves Lopes
Diretor de Criação:
José Fontoura da Costa/Clóvis Calia
Fotógrafo:
Spinosa

Produtor:
João Santoro
Contato:
Rogério Dias de Moraes
Agência :
Standard Ogilvy & Mather
Anunciante:
American Express
Aprovado por:
Carlos .loos

07/055

Título:
Quando você diz...
Redator:
Paulo Leite Costa
Diretor de Arte:
Cristina Silva
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti/Ercílio Tranjan
Fotógrafo:
Edson Russo
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Alfredo Henrique Schertel
Agência :
MPM-CB
Anunciante:
Banco Auxiliar
Aprovado por:
Ulrich Millenhansen

07/056

Título:
Na hora de pagar...
Redator:
Paulo Leite Costa
Diretor de Arte:
Cristina Silva
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti/Ercílio Tranjan
Fotógrafo:
Edson Russo
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Alfredo Henrique Schertel
Agência:
MPM-CB
Anunciante:
Banco Auxiliar
Aprovado por:
Ulrich Millenhause

07/057

Título:
The winner is...

Redator:
Clóvis Calla/Ivan L. Rotundo
Diretor de Arte:
Jaques Lewkowicz
Agência :
Standard Ogilvy & Mather
Aprovado por:
Flávio Corrêa



07/058

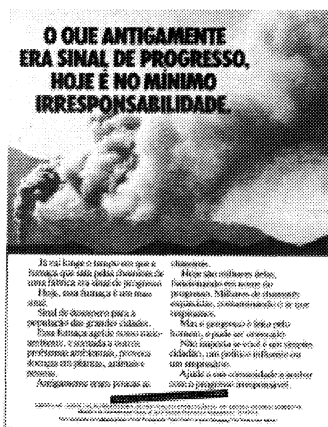
Título:
Tem roupa secando...
Redator:
Sebastião M. Teixeira
Diretor de Arte:
Spencer Chingote
Diretor de Criação:
Eric Nice
Fotógrafo:
Walter Morgenthaler
Produtor:
Mário Quirino
Contato:
Helena Dias
Agência :
Salles/Inter-Americana
Anunciante:
Brastemp
Aprovado por:
Armando Favali



07/059

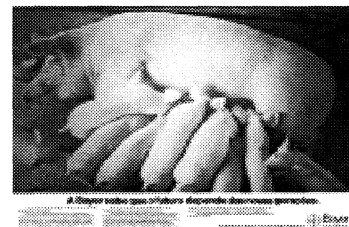
Título:
Recuse imitações...
Redator:
Afonso Barroso
Diretor de Arte:

José Reis
Diretor de Criação:
David Paiva
Fotógrafo:
Genérico
Produtor:
William Moreno
Contato:
Odilon Behrens
Agência :
Stembro/MG
Anunciante:
Radial
Aprovado por:
Mário D'Alcântara



07/060

Título:
O que antigamente...
Redator:
José Mnuel Cascão Costa
Diretor de Arte:
André Luís Gonçalves/Paulo T. Yomoguia
Fotógrafo:
Arquivo Shopping/City News
Produtor:
André Luís Gonçalves/Paulo T. Yomoguia
Agência :
Grab
Anunciante:
ABP Polar
Aprovado por:
Randolpho Lobato



07/061

Título:
A Bayer sabe...
Redator:
Arthur Amorim
Diretor de Arte:
Arthur Amorim
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Cláudio Dirani
Contato:
Henri L. Mercati
Agência :
CBBA
Anunciante:
Bayer do Brasil
Aprovado por:
Udo Fischer/Sebastião Guedes



07/062

Título:
O milagre da multiplicação
Redator:
Geraldo Rodrigues Neto
Diretor de Arte:
André Luís Gonçalves/Paulo T. Yomoguia
Fotógrafo:
Arquivo Diário Popular
Produtor:
André Luís Gonçalves/Paulo T. Yomoguia
Agência :
Grab
Anunciante:
ABP Polar
Aprovado por:
Randolpho Lobato



07/063

Título:
Feitas no Brasil...
Redator:
Wagner Fomel
Diretor de Arte:
Magy Imoberdorf
Diretor de Criação:
Magy Imoberdorf
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Roberto Testa Filho
Contato:
Antonio Martins Fadiga
Agência :
Lage, Stabel & Guerreiro
Anunciante:
Atlas Copco



07/065

Título:
O Banco Central...
Redator:
Paulo de Tarso
Diretor de Arte:
Emami Gouvêa
Diretor de Criação:
Alvaro Gabriel
Fotógrafo:
Móbile Stúdio
Produtor:
Wellington Araújo
Contato:
Ducília Guimarães
Agência :
MPM/Rio
Anunciante:
Banco Central
Aprovado por:
Ítalo Gasparini Filho



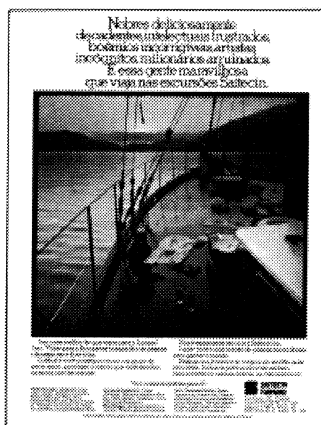
07/067

Título:
Faça o país economizar
Redator:
Paulo de Tarso
Diretor de Arte:
Emami Gouvêa
Diretor de Criação:
Alvaro Gabriel
Fotógrafo:
Móbile Stúdio
Produtor:
Wellington Araújo
Contato:
Ducília Guimarães
Agência :
MPM/Rio
Anunciante:
Banco Central
Aprovado por:
Ítalo Gasparini Filho



07/064

Título:
Alguns pais...
Redator:
João Augusto Palhares Neto/Adriana P.Cury
Diretor de Arte:
Luiz Antonio Nogueira/Marcelo Nepomuceno
Diretor de Criação:
Sérgio Gracioti/Ercílio Tranjan
Fotógrafo:
Dário Freitas de Castro
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Fermio Rodrigues
Agência :
MPM-CB
Anunciante:
Bradesco
Aprovado por:
Nilton Molina/Gilberto Arruda



07/066

Título:
Nobres deliciosamente decadentes...
Redator:
Sylvia Salles Lima
Diretor de Arte:
João Carlos de Souza/Feijão
Diretor de Criação:
Sérgio Gracioti/Ercílio Tranjan
Fotógrafo:
Edson russo
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Ana Maria China
Agência :
MPM-CB
Anunciante:
Saitecin Turismo
Aprovado por:
Moisés P. da Silva Gomes



07/068

Título:
Um empregado só veste...
Redator:
João Augusto Palhares Neto/Adriana P.Cury
Diretor de Arte:
Luiz Antonio Nogueira/Marcelo Nepomuceno
Diretor de Criação:
Sérgio Gracioti/Ercílio Tranjan
Fotógrafo:
Dário Freitas de Castro
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Fermio Rodrigues
Agência :
MPM-CB
Anunciante:
Bradesco
Aprovado por:
Nilton Molina/Gilberto Arruda



07/069

Título:
Cada dia que passa...
Redator:
João Augusto Palhares Neto/Adriana P.Cury
Diretor de Arte:
Luiz Antonio Nogueira/Marcelo Nepomuceno
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti/Ercílio Tranjan
Fotógrafo:
Dario Freitas de Castro
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Fermio Rodrigues
Agência :
MPM-CB
Anunciante:
Bradesco
Aprovado por:
Nilton Molina/Gilberto Arruda

Redator:
João Augusto Palhares Neto/Adriana P.Cury
Diretor de Arte:
Luiz Antonio Nogueira/Marcelo Nepomuceno
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti/Ercílio Tranjan
Fotógrafo:
Dario Freitas de Castro
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Fermio Rodrigues
Agência :
MPM-CB
Anunciante:
Bradesco
Aprovado por:
Nilton Molina/Gilberto Arruda



07/071

Título:
Todo pai é...
Redator:
João Augusto Palhares Neto/Adriana P.Cury
Diretor de Arte:
Luiz Antonio Nogueira/Marcelo Nepomuceno
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti/Ercílio Tranjan
Fotógrafo:
Dario Freitas de Castro
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Fermio Rodrigues
Agência :
MPM-CB
Anunciante:
Bradesco
Aprovado por:
Nilton Molina/Gilberto Arruda



07/072

Título:
Coisa ruim...
Redator:
João Augusto Palhares Neto/Adriana P.Cury
Diretor de Arte:
Luiz Antonio Nogueira/Marcelo Nepomuceno
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti/Ercílio Tranjan
Fotógrafo:
Dario Freitas de Castro
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Fermio Rodrigues
Agência :
MPM-CB
Anunciante:
Bradesco
Aprovado por:
Nilton Molina/Gilberto Arruda



07/070

Título:
A vida passou voando...



07/073

Título:
White Christmas, via Pan Am
Redator:
Neil Ferreira
Diretor de Arte:
José Zaragoza
Diretor de Criação:
José Zaragoza
Fotógrafo:
Renato dos Santos
Produtor:
Paulo Salles
Contato:
Richard Reisfeld
Agência :
DPZ
Anunciante:
Pan Am
Aprovado por:
Jon Arthur



07/074

Título:
Lança, lança-perfume
Redator:
Washington Olivetto
Diretor de Arte:
Murilo Felisberto
Diretor de Criação:
Francisco Petit/W. Olivetto
Fotógrafo:
Abraham Lincoln
Produtor:
Paulo Salles
Contato:
Antonio Tonini Jr.
Agência:
DPZ
Anunciante:
Bom Bril
Aprovado por:
Alvaro Gambarini/Ronaldo S. Ferreira



07/075

Título:
Telesp trabalhando
Redator:
Neil Ferreira
Diretor de Arte:
José Zaragoza
Diretor de Criação:
José Zaragoza
Produtor:
Paulo Salles
Contato:
José Carlos Piedade
Agência:
DPZ
Anunciante:
Telesp
Aprovado por:
Carlos Eduardo Vassimon/Carlos A. Ceneviva



07/076

Título:
Depois do casamento...
Redator:
Washington Olivetto
Diretor de Arte:
Murilo Felisberto
Diretor de Criação:
Francisco Petit/W. Olivetto
Fotógrafo:
Abraham Lincoln
Produtor:
Paulo Salles
Contato:
Antonio Tonini Jr.
Agência:
DPZ
Anunciante:
Bom Bril
Aprovado por:
Alvaro Gambarini/Ronaldo S. Ferreira



07/077

Título:
A única bota...
Redator:
Neil Ferreira/Alberto Maduar
Diretor de Arte:
Ana Vera Lemos
Diretor de Criação:
José Zaragoza
Produtor:
Paulo Salles
Contato:
Nissim Zeitume
Agência:
DPZ
Anunciante:
Vulcabrás
Aprovado por:
Cláudio Marques de Almeida



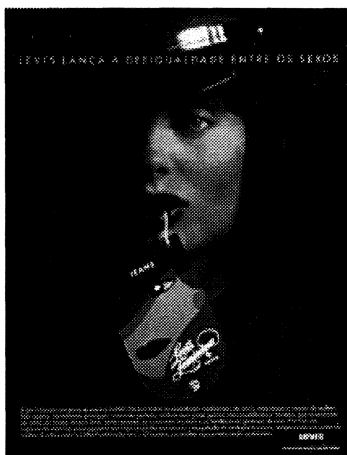
07/078

Título:
Doutor faça a prova...
Redator:
Neil Ferreira
Diretor de Arte:
Paulo Hamilton
Diretor de Criação:
José Zaragoza
Produtor:
Paulo Salles
Contato:
Nissim Zeitume
Agência:
DPZ
Anunciante:
Vulcabrás
Aprovado por:
Cláudio Marques de Almeida



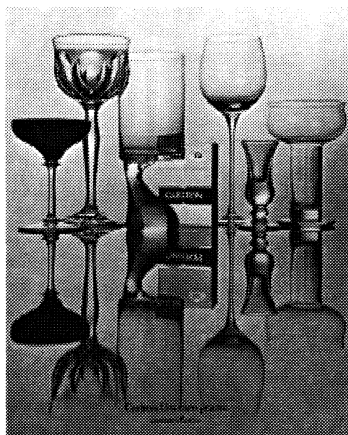
07/079

Título:
Esta estrada...
Redator:
Neil Ferreira
Diretor de Arte:
Rodolfo Vanni
Diretor de Criação:
José Zaragoza
Fotógrafo:
Moacir Lugato
Produtor:
Paulo Salles
Contato:
Álvaro Fioco
Agência:
DPZ
Anunciante:
Embraer
Aprovado por:
Dorival Ramos Schultz



07/080

Título:
Levi's lança...
Redator:
Paulo Ghirotti
Diretor de Arte:
Helga Miethke
Diretor de Criação:
Francisco Petit/W. Olivetto
Fotógrafo:
Abraham Lincoln
Produtor:
Paulo Salles
Contato:
José Carlos Piedade
Agência :
DPZ
Anunciante:
Levi's
Aprovado por:
Isaac Sztutman/João Gabriel R. Czarnowski



07/081

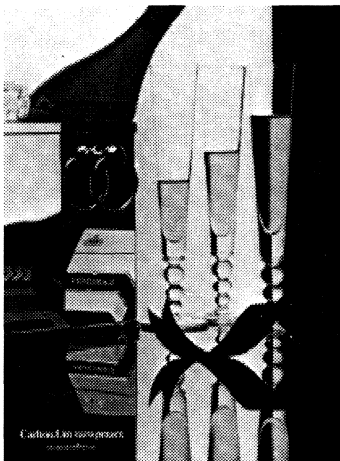
Título:
Carlton. Um raro prazer.
Redator:
Helga Miethke
Diretor de Arte:
Helga Miethke
Diretor de Criação:
Francisco Petit/W. Olivetto
Fotógrafo:
Abraham Lincoln
Produtor:
Paulo Salles
Contato:
Fernando Luiz dos Santos
Agência :
DPZ

Anunciante:
Souza Cruz
Aprovado por:
Peter Birch



07/082

Título:
Nenhum cartão de Natal...
Redator:
Sérgio Faria
Diretor de Arte:
Reginaldo Lima
Diretor de Criação:
Sérgio Faria
Produtor:
Lázaro Nascimento
Contato:
Alberto Castelo Branco
Agência :
Saga/Manaus
Anunciante:
Telamazon
Aprovado por:
Sérgio Túlio Prado



07/083

Título:
Carlton. Um raro prazer.
Redator:
Helga Miethke
Diretor de Arte:
Helga Miethke
Diretor de Criação:
Francisco Petit/W. Olivetto
Fotógrafo:
Abraham Lincoln
Produtor:
Paulo Salles
Contato:
Fernando Luiz dos Santos
Agência :
DPZ

Anunciante:
Souza Cruz
Aprovado por:
Peter Birch



07/084

Título:
Superfluo é o nariz...
Redator:
Afonso Barroso
Diretor de Arte:
José Reis
Diretor de Criação:
Daniel Freitas
Fotógrafo:
Jorge Campos/José Reis
Produtor:
William Moreno
Contato:
Hélvio Brito
Agência :
Stembro/MG
Anunciante:
Água de Cheiro
Aprovado por:
Elizabeth Pimenta/Lúcia Tavares



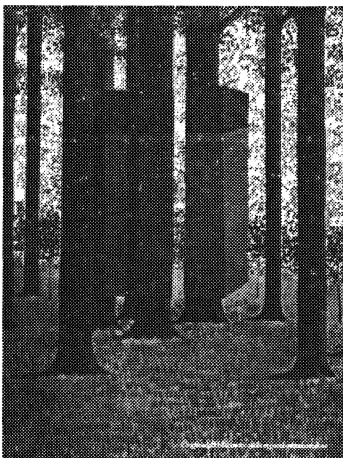
07/085

Título:
Com US TOP a mulher fica...
Redator:
Nicola Raggio
Diretor de Arte:
José Ferreira Caetano
Diretor de Criação:
Herbert Klaus Isnenghi
Fotógrafo:
David Zingg
Produtor:
Walter Mittelstaedt/Ademir de Castro
Contato:
Maria Elena Pope
Agência :
J. Walter Thompson
Anunciante:
São Paulo Alpargatas



07/086

Título:
Última descoberta...
Redator:
Paulo Leite Costa
Diretor de Arte:
Cristina Silva
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti/Ercílio Tranjan
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Duílio Malfatti Júnior
Agência:
MPM-CB
Anunciante:
Fiat
Aprovado por:
Vincenzo Barelio/Luiz Flávio Furtado



07/087

Título:
Original de Hilton...
Redator:
Laurence Klçinger
Diretor de Arte:
Francisco Petit
Diretor de Criação:
Francisco Petit/W. Olivetto
Fotógrafo:
Rodolfo Vanni
Produtor:
Paulo Salles
Contato:
Fernando Luiz dos Santos
Agência:
DPZ
Anunciante:
Souza Cruz
Aprovado por:
Oscar Bonilha



07/088

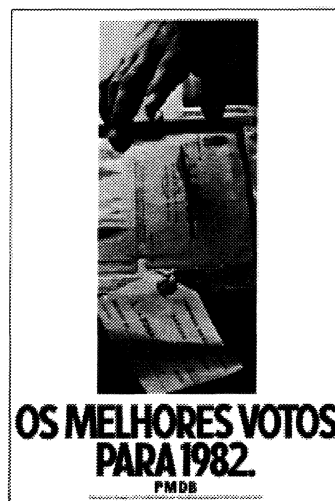
Título:
Na Zona Franca...
Redator:
Sérgio Faria
Diretor de Arte:
Reginaldo Lima
Diretor de Criação:
Sérgio Faria
Fotógrafo:
Reginaldo Lima
Produtor:
Lázaro Nascimento
Contato:
Alberto Castelo Branco
Agência:
Saga/Manaus
Anunciante:
Suframa



07/089

Título:
Telefunken Uktra-Light

Redator:
Henrique Diniz
Diretor de Arte:
Décio Rodrigues
Diretor de Criação:
Énio Mainardi
Fotógrafo:
Antonio Dercílio Vanzelli
Produtor:
Jorge Casademunt Garcia
Contato:
A. Camargo Penteado
Agência:
Énio, Associados
Anunciante:
Telefunken



07/090

Título:
Os melhores votos para 1982
Redator:
Énio Basílio/Cláudio José Maluf
Diretor de Arte:
Leila Loureiro
Diretor de Criação:
Rubeno de Oliveira
Agência:
Vox Populi
Anunciante:
PMDB

[illegible]

Título:
Por medida...
Redator:
Newton Pacheco
Diretor de Arte:
Nelo Pimentel
Diretor de Criação:
Domingos Barone
Produtor:
Marcionilo Dias dos Santos/José C.
Zeferino
Contato:
Tahis Baeta Lodovici
Agência :
Denison
Anunciante:
Cobal
Aprovado por:
Paulo Alberto Aloise

„... aber die wichtigsten Zusammenhänge...
... werden nicht beachtet...
... die gesellschaftliche Verantwortung...
... die Verantwortung der Unternehmen...
... die Verantwortung der Politik...“

[illegible]

Journal of Interpersonal Violence 26(10)

Título: Elogio é melhor...
Redator: Marcos E. S. Rufino
Diretor de Arte: Javier G. Tavera Garcia
Diretor de Criação: Zezito Marques da Costa
Produtor: Wilson Bigarelli
Agência: Marques da Costa
Anunciante: Marques da Costa
Aprovado por: Zezito Marques da Costa

Título:
A Administração...
Redator:
Paulo Leite da Costa
Diretor de Arte:
Cristina Silva
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti/Ercílio Tranjan
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Djalma M. Sampaio
Agência :
MPM-CB
Anunciante:
Prefeitura do Município de S. Paulo
Aprovado por:
Suzana Sancovsky/Orlando C. de R.
Araud

[illegible]

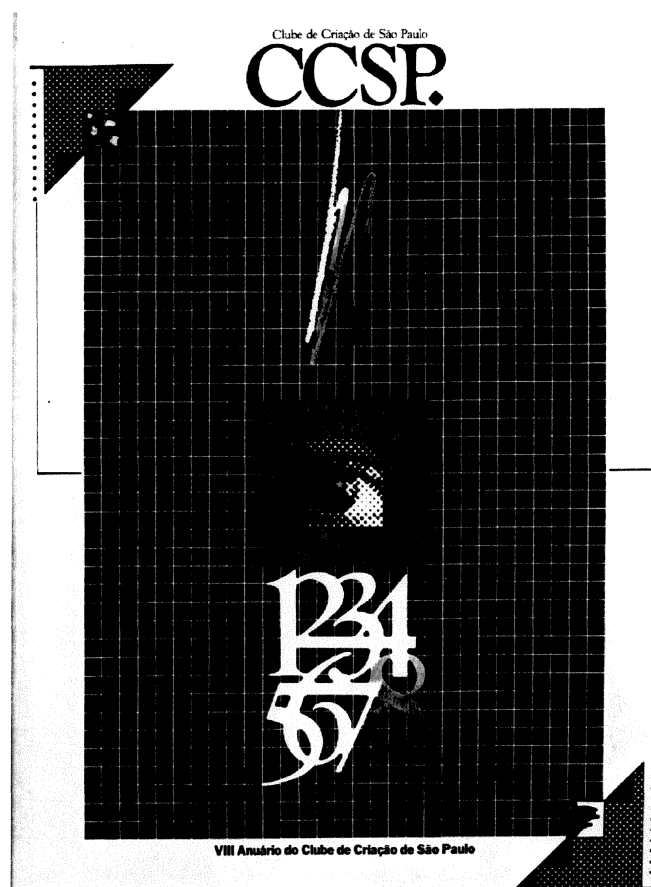
Título:
Quando você diz...

Redator:
 Paulo Leite da Costa
Diretor de Arte:
 Cristina Silva
Diretor de Criação:
 Sérgio Graciotti/Ercílio Tranjan
Fotógrafo:
 Edson Russo
Produtor:
 Antonio Caleffi
Contato:
 Alfredo Henrique Schertel
Agência :
 MPM-CB
Anunciante:
 Banco Auxiliar
Aprovado por:
 Ulrich Millenhausen

[illegible]

Título:
Quando você diz...
Redator:
Paulo Leite da Costa
Diretor de Arte:
Cristina Silva
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti/Ercílio Tranjan
Fotógrafo:
Edson Russo
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Alfredo Henrique Schertel
Agência :
MPM-CB
Anunciante:
Banco Auxiliär
Aprovado por:
Ulrich Millenhausen

299



Capa do Anuário 08 - 1982

Da apresentação do anuário:

“A propaganda é, foi e sempre vai ser a arma do negócio,
E o talento é a própria propaganda.”

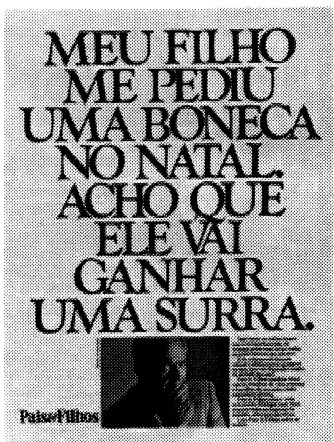
Os jurados:

Adilson Ferrari
Carlos Augusto Hardt Chiesa
Ercílio Faria Tranjan
Manoel Zanzotti
Odir Grecco



08/002

Título:
O povo da Bolívia...
Redator:
Carlos Augusto Hardt Chiesa
Diretor de Arte:
Hector Tortolano
Diretor de Criação:
Hector Tortolano
Produtor:
Jorge E. Marinhos
Agência
Novagência
Anunciante:
Novagência
Aprovado por:
Herbert V. Levy Filho/Alfredo da Rosa Borges



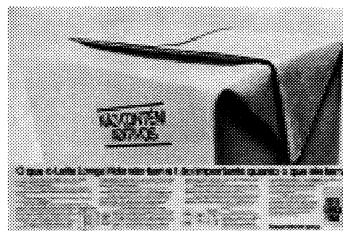
08/003

Título:
Meu filho me pediu uma boneca...
Redator:
Christina Carvalho Pinto/Ricardo de Almeida
Diretor de Arte:
Jarbas José de Souza/César Almeida
Diretor de Criação:
Christina Carvalho Pinto/Ricardo de Almeida
Fotógrafo:
Arquivo Bloch
Contato:
Luciôla de Castro
Agência
S. Associados
Anunciante:
Editora Bloch
Produto:
Revista Pais e Filhos
Aprovado por:
Pedro Jack Kapeller



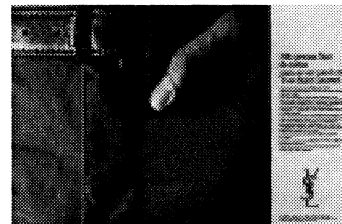
08/004

Título:
Vaca
Redator:
Lorine Nicole Solomonescu
Diretor de Arte:
Luís Larghero
Diretor de Criação:
Bernd Misske
Fotógrafo:
Oswaldo Meligeni
Produtor:
Elenilson Campos/Eduardo Pereira
Contato:
Peter Orrick
Agência :
Young & Rubicam
Anunciante:
Tetra Pak
Produto:
Leite Longa Vida
Aprovado por:
J.A. Bingre



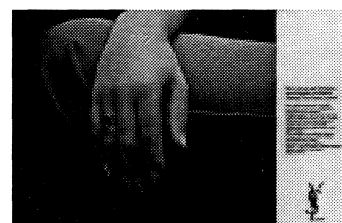
08/005

Título:
Não Contém aditivos
Redator:
Lorine Nicole Solomonescu
Diretor de Arte:
Luís Larghero
Diretor de Criação:
Bernd Misske
Fotógrafo:
Oswaldo Meligeni
Produtor:
Elenilson Campos/Eduardo Pereira
Contato:
Peter Orrick
Agência :
Young & Rubicam
Anunciante:
Tetra Pak
Produto:
Leite Longa Vida
Aprovado por:
J.A. Bingre



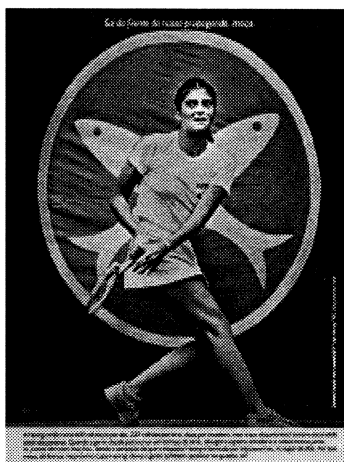
08/006

Título:
Não precisa ficar de costas...
Redator:
Ricardo Guimarães
Diretor de Arte:
Ricardo Van Steen/Ucho Carvalho
Diretor de Criação:
Ricardo Guimarães
Fotógrafo:
Marcos Magaldi
Contato:
Jô Cortez
Agência :
PPR
Anunciante:
Portland
Produto:
Jeans masculinos Yves Saint Laurent
Aprovado por:
Paulo Matias



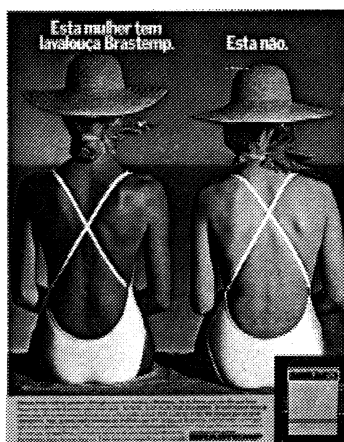
08/007

Título:
Sem metais, sem brocados...
Redator:
Ricardo Guimarães
Diretor de Arte:
Ricardo Van Steen/Ucho Carvalho
Diretor de Criação:
Ricardo Guimarães
Fotógrafo:
Pascal Balland
Contato:
Jô Cortez
Agência :
PPR
Anunciante:
Portland
Produto:
Jeans femininos Yves Saint Laurent
Aprovado por:
Paulo Matias/Clóvis O. Lopes



08/008

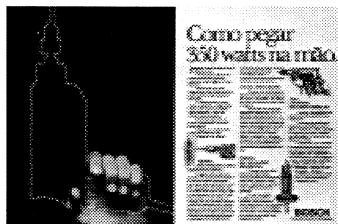
Título:
Sai da frente da nossa propaganda.
Redator:
José Alberto Moreira P. Ferreira
Diretor de Arte:
Adilson Ferrari
Diretor de Criação:
Hans Dammann/Domingos Barone
Fotógrafo:
Arquivo Jornal da Tarde
Produtor:
Marcionilo Dias dos Santos/Luiz Gonzaga Lelis
Contato:
Paulo Botto/Celso Imperatore
Agência :
Denison
Anunciante:
Hering
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Maurice Burt/Francisco Socorro



08/009

Título:
Esta mulher tem lavalouça Brastemp...

Redator:
Regina Cortez
Diretor de Arte:
Reginaldo Camargo
Diretor de Criação:
Hans Dammann/Domingos Barone
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
José Carlos Zeferino/Luiz Gonzaga Lelis
Contato:
Ana Maria Ercolani
Agência :
Denison
Anunciante:
Brastemp
Produto:
Lavalouça
Aprovado por:
Armando Favalli/Carlos A. V. Alves



08/010

Título:
Como pegar...
Redator:
Dimitry Petroff
Diretor de Arte:
Walter Passos
Diretor de Criação:
Bernd Misske
Fotógrafo:
Dudu Tresca
Produtor:
Elenilson Campos/Eduardo Pereira
Contato:
José Roberto de Lalibera/Izael Sienem Júnior
Agência :
Young & Rubicam
Anunciante:
Bosch
Produto:
Furadeira
Aprovado por:
EltemannDieter/Álvaro Álvares



08/011

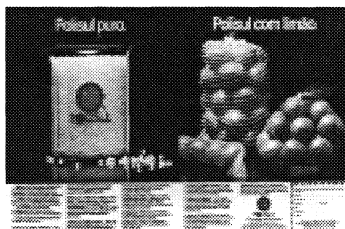
Título:
Os carros que vieram depois...

Redator:
Ercílio Tranjan/Gilberto dos Reis
Diretor de Arte:
Hélio J. de Oliveira
Diretor de Criação:
Ercílio Tranjan/Gilberto dos Reis
Fotógrafo:
Lorca
Produtor:
Fábio B. Cardoso
Contato:
Paulo Lacerda/Mônica Rolzenbruch
Agência :
Almap
Anunciante:
Volkswagen
Produto:
Passat
Aprovado por:
Fábio A. de Luca



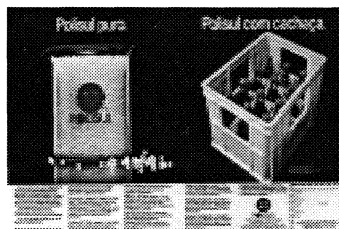
08/012

Título:
Carecas
Redator:
Washington Olivetto
Diretor de Arte:
Gabriel Zellmeister
Diretor de Criação:
Petit/Washington
Fotógrafo:
Abraham Lindoln
Produtor:
Ronald Persichetti
Contato:
Ivan Pinheiro
Agência :
DPZ
Anunciante:
Johnson & Johnson
Produto:
Shampoo
Aprovado por:
Gilberto Pileggi/Paulo Fuchs



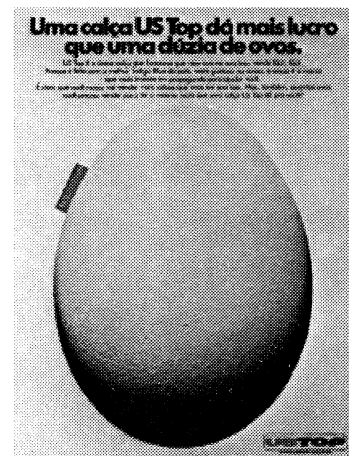
08/013

Título:
Com limão
Redator:
José Eduardo Borgonovi (Castor)
Diretor de Arte:
José Adelino Diniz
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti/Ciro Pellicano
Fotógrafo:
Ernest Schauder
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Leda Maria
Agência :
MPM
Anunciante:
Polisul Petroquímica
Produto:
Polietileno
Aprovado por:
Glese G. Hübner/Gerson Almada



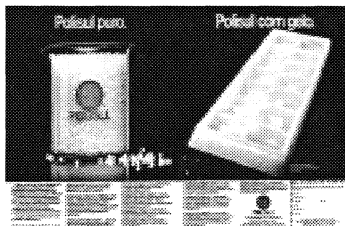
08/015

Título:
Com cachaça
Redator:
José Eduardo Borgonovi (Castor)
Diretor de Arte:
José Adelino Diniz
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti/Ciro Pellicano
Fotógrafo:
Ernest Schauder
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Leda Maria
Agência :
MPM
Anunciante:
Polisul Petroquímica
Produto:
Polietileno
Aprovado por:
Glese G. Hübner/Gerson Almada



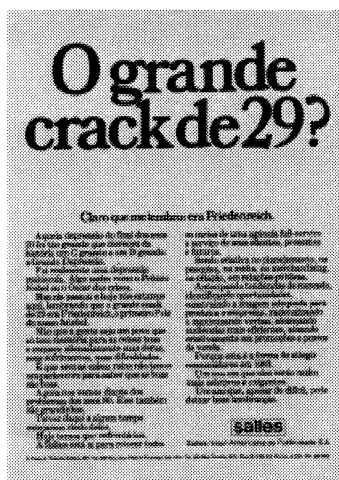
08/017

Título:
Uma calça US TOP dá mais lucro...
Redator:
Cláudio Corrêa/Raul da Cruz Lima Neto
Diretor de Arte:
Odir Grecco/José Ferreira Caetano
Diretor de Criação:
Klaus Isnerg
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Walter Mittelstaedt
Contato:
Maria Helena Pope
Agência :
J. Walter Thompson
Anunciante:
Alpargatas
Produto:
Jeans US TOP
Aprovado por:
Sérgio Dias



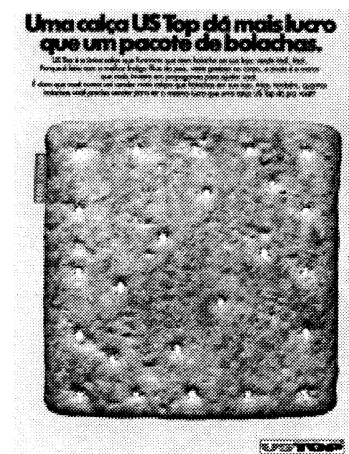
08/014

Título:
Com gelo
Redator:
José Eduardo Borgonovi (Castor)
Diretor de Arte:
José Adelino Diniz
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti/Ciro Pellicano
Fotógrafo:
Ernest Schauder
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Leda Maria
Agência :
MPM
Anunciante:
Polisul Petroquímica
Produto:
Polietileno
Aprovado por:
Glese G. Hübner/Gerson Almada



08/016

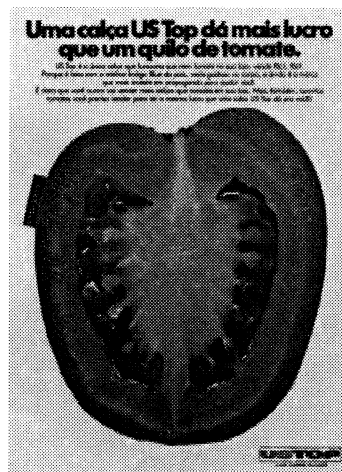
Título:
O grande crack de 29?
Redator:
Otoniel Santos Pereira
Diretor de Arte:
Spencer E. Chingotte
Diretor de Criação:
Eric Nice/Otoniel S. Pereira
Produtor:
Mário Quirino
Contato:
Milton Claro
Agência :
Salles
Anunciante:
Salles
Aprovado por:
Domingos Logullo/Luiz Sales



08/018

Título:
Uma calça US TOP dá mais lucro...
Redator:
Cláudio Corrêa/Raul da Cruz Lima Neto
Diretor de Arte:
Odir Grecco/José Ferreira Caetano
Diretor de Criação:
Klaus Isnerg
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Walter Mittelstaedt

Contato:
Maria Helena Pope
Agência :
J. Walter Thompson
Anunciante:
Alpargatas
Produto:
Jeans US TOP
Aprovado por:
Sérgio Dias



08/019

Título:
Uma calça US TOP dá mais lucro...
Redator:
Cláudio Corrêa/Raul da Cruz Lima Neto
Diretor de Arte:
Odir Grecco/José Ferreira Caetano
Diretor de Criação:
Klaus Isnerg
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Walter Mittelstaedt
Contato:
Maria Helena Pope
Agência :
J. Walter Thompson
Anunciante:
Alpargatas
Produto:
Jeans US TOP
Aprovado por:
Sérgio Dias



08/020

Título:
Botão
Redator:
Cláudio Corrêa/Raul da Cruz Lima Neto

Diretor de Arte:
Odir Grecco/José Ferreira Caetano
Diretor de Criação:
Cláudio Corrêa
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Walter Mittelstaedt
Contato:
Maria Helena Pope
Agência :
J. Walter Thompson
Anunciante:
Alpargatas
Produto:
Jeans US TOP
Aprovado por:
Sérgio Dias



08/021

Título:
Não adianta nada você Ter pena...
Redator:
David Paiva
Diretor de Arte:
Avelino de Paula
Diretor de Criação:
David Paiva
Fotógrafo:
Jaak Bosmans
Produtor:
Antônio Quirino
Contato:
Elzio Costa
Agência :
JMM/Belo Horizonte
Anunciante:
Associação Mineira de Reabilitação
Aprovado por:
Edwiges Alves Mendes



08/022

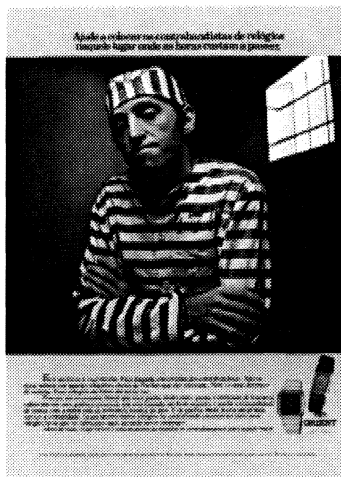
Título:
Não compre relógios sem certificado...
Redator:
Paulo Leite Costa
Diretor de Arte:
Cristina Silva
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti/Ciro Pellicano
Fotógrafo:
Imagens
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Antonio Carlos M. de Andrade
Agência :
MPM
Anunciante:
Oriente Relógios
Produto:
Relógios
Aprovado por:
Nabor Anzanello



08/023

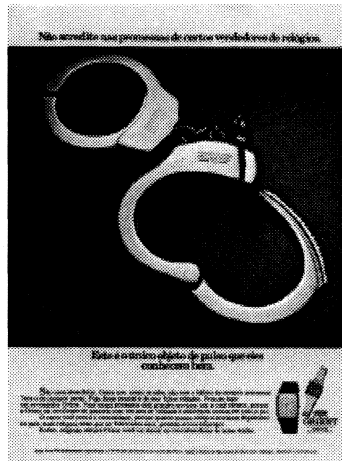
Título:
Não compre relógios sem certificado...
Redator:
Paulo Leite Costa

Diretor de Arte:
Cristina Silva
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti/Ciro Pellicano
Fotógrafo:
Imagens
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Antonio Carlos M. de Andrade
Agência :
MPM
Anunciante:
Oriente Relógios
Produto:
Relógios
Aprovado por:
Nabor Anzanello



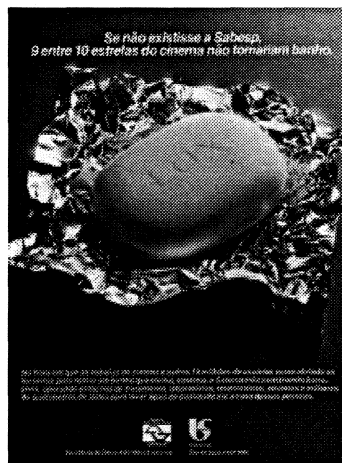
08/024

Título:
Não compre relógios sem certifica-
do...
Redator:
Paulo Leite Costa
Diretor de Arte:
Cristina Silva
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti/Ciro Pellicano
Fotógrafo:
Imagens
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Antonio Carlos M. de Andrade
Agência :
MPM
Anunciante:
Oriente Relógios
Produto:
Relógios
Aprovado por:
Nabor Anzanello



08/025

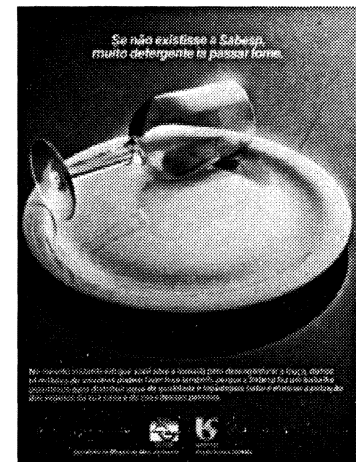
Título:
Não compre relógios sem certificado...
Redator:
Paulo Leite Costa
Diretor de Arte:
Cristina Silva
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti/Ciro Pellicano
Fotógrafo:
Imagens
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Antonio Carlos M. de Andrade
Agência :
MPM
Anunciante:
Oriente Relógios
Produto:
Relógios
Aprovado por:
Nabor Anzanello



08/026

Título:
Se não existisse a Sabesp...
Redator:
Carlos A. P. Alves

Diretor de Arte:
Mardi Rocha/H. Tortolano
Diretor de Criação:
Hector Tortolano
Fotógrafo:
Miguel Winge
Ilustrador:
Flávio Moraes
Produtor:
Jorge E. Marinhos
Contato:
M. Helena Lima
Agência :
Novagência
Anunciante:
Sabesp
Aprovado por:
Nabihm Mitaini



08/027

Título:
Se não existisse a Sabesp...
Redator:
Carlos A. P. Alves
Diretor de Arte:
Mardi Rocha/H. Tortolano
Diretor de Criação:
Hector Tortolano
Fotógrafo:
Miguel Winge
Ilustrador:
Flávio Moraes
Produtor:
Jorge E. Marinhos
Contato:
M. Helena Lima
Agência :
Novagência
Anunciante:
Sabesp
Aprovado por:
Nabihm Mitaini



08/028

Título:
Se não existisse a Sabesp...
Redator:
Carlos A. P. Alves
Diretor de Arte:
Mardi Rocha/H. Tortolano
Diretor de Criação:
Hector Tortolano
Fotógrafo:
Miguel Winge
Ilustrador:
Flávio Moraes
Produtor:
Jorge E. Marinho
Contato:
M. Helena Lima
Agência:
Novagência
Anunciante:
Sabesp
Aprovado por:
Nabih Mitani

Ilustrador:
Flávio Moraes
Produtor:
Jorge E. Marinho
Contato:
M. Helena Lima
Agência:
Novagência
Anunciante:
Sabesp
Aprovado por:
Nabih Mitani



08/030

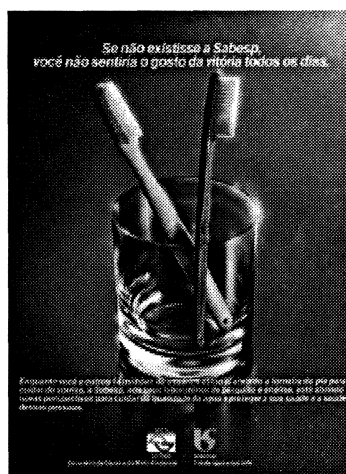
Título:
US TOP é rostinho colado
Redator:
Cláudio Corrêa/Raul da Cruz Lima Neto
Diretor de Arte:
Odir Grecco/José Ferreira Caetano
Diretor de Criação:
Klaus Isner
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Walter Mittelstaedt
Contato:
Maria Helena Pope
Agência:
J. Walter Thompson
Anunciante:
Alpargatas
Produto:
Jeans US TOP
Aprovado por:
Sérgio Dias

Aurélio Julianelli
Diretor de Criação:
José Fontoura da Costa
Fotógrafo:
Chico Aragão
Produtor:
Antônio Carlos Fernandes
Contato:
Ângelo Magüari
Agência:
Standard, Ogilvy & Mather
Anunciante:
Souza Cruz
Produto:
Pall Mall
Aprovado por:
Armando Dile/Peter Birch



08/032

Título:
Pall Mall, cidadão do mundo
Redator:
Ivan Lasco Rotundo
Diretor de Arte:
Aurélio Julianelli
Diretor de Criação:
José Fontoura da Costa
Fotógrafo:
Chico Aragão
Produtor:
Antônio Carlos Fernandes
Contato:
Ângelo Magüari
Agência:
Standard, Ogilvy & Mather
Anunciante:
Souza Cruz
Produto:
Pall Mall
Aprovado por:
Armando Dile/Peter Birch



08/029

Título:
Se não existisse a Sabesp...
Redator:
Carlos A. P. Alves
Diretor de Arte:
Mardi Rocha/H. Tortolano
Diretor de Criação:
Hector Tortolano
Fotógrafo:
Miguel Winge



08/031

Título:
Pall Mall, cidadão do mundo
Redator:
Ivan Lasco Rotundo
Diretor de Arte:



08/033

Título:
Pall Mal, cidadão do mundo
Redator:
Ivan Lasco Rotundo
Diretor de Arte:
Aurélio Julianelli
Diretor de Criação:
José Fontoura da Costa
Fotógrafo:
Chico Aragão
Produtor:
Antônio Carlos Fernandes
Contato:
Ângelo Magüari
Agência:
Standard, Ogilvy & Mather
Anunciante:
Souza Cruz
Produto:
Pall Mall
Aprovado por:
Armando Dile/Peter Birch

Redator:
Ivan Lasco Rotundo
Diretor de Arte:
Aurélio Julianelli
Diretor de Criação:
José Fontoura da Costa
Fotógrafo:
Chico Aragão
Produtor:
Antônio Carlos Fernandes
Contato:
Ângelo Magüari
Agência:
Standard, Ogilvy & Mather
Anunciante:
Souza Cruz
Produto:
Pall Mall
Aprovado por:
Armando Dile/Peter Birch



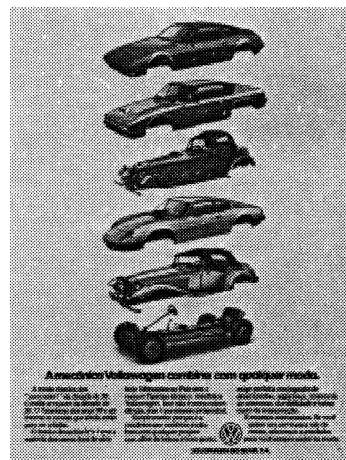
08/035

Título:
Chorinho
Redator:
Paulo Ghirotti
Diretor de Arte:
Helga Miethke
Diretor de Criação:
Petit/Washington
Fotógrafo:
Abraham Lincoln
Produtor:
Ronald Persichetti
Contato:
Ivan Pinheiro
Agência:
DPZ
Anunciante:
Heublein
Produto:
Bell's
Aprovado por:
Marcos D'Ávila/Silvyane Horekens



08/036

Título:
Qual desses dois carros você prefere?
Redator:
Laurence Klinger
Diretor de Arte:
Rodolfo Vanni
Diretor de Criação:
Rodolfo Vanni/Laurence Klinger
Fotógrafo:
Lorca
Produtor:
Fábio B. Cardoso
Contato:
Paulo Lacerda
Agência:
Almap
Anunciante:
Volkswagen
Produto:
Voyage Parati
Aprovado por:
Fábio A. de Luca



08/037

Título:
A mecânica Volkswagen combina...
Redator:
Plínio Telles Rudge Filho
Diretor de Arte:
Bjorne Norking
Diretor de Criação:
Ercilio Tranjan/Gilberto dos Reis
Ilustrador:
Antonio Melero
Produtor:
Runivan C. Alves
Contato:
Marlene D'Arc S. Fontão
Agência:
Almap
Anunciante:
Volkswagen
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Paulo J. Dutra de Castro



08/034

Título:
Pall Mal, cidadão do mundo



08/038

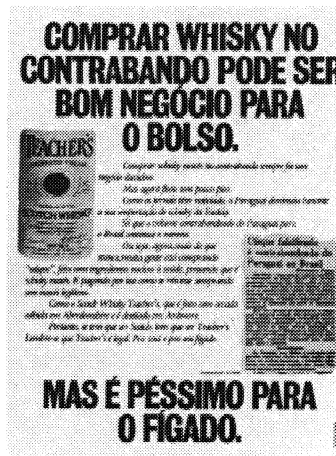
Título:
Olivetti Portátil
Redator:
Sylvio Lima
Diretor de Arte:
João Carlos Feijão
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti/Ciro Pellicano
Fotógrafo:
Gregori
Produtor:
Antônio Caleffi
Contato:
Tarcísio Blumer
Agência:
MPM
Anunciante:
Alivetti
Produto:
Máquina portátil de escrever
Aprovado por:
Carlos Dranger



08/039

Título:
Pela primeira vez no Brasil...

Redator:
Marcius Cortez
Diretor de Arte:
Manoel Zanzotti/Márcio Carvalho
Diretor de Criação:
Eric Nice/Otoniel S. Pereira
Fotógrafo:
Ernest Schaudel
Ilustrador:
Augustin Villacamp
Contato:
Fernando Jorge Cabral
Agência:
Salles
Anunciante:
Martini & Rossi
Produto:
Vinho Zähringer's
Aprovado por:
Márcio Melamud



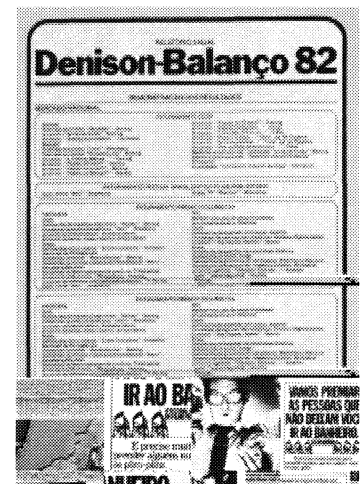
08/040

Título:
Comprar whisky no contrabando...
Redator:
Juvenal de Azevedo
Diretor de Arte:
Nelson Catto
Diretor de Criação:
Leighton D. Gage
Fotógrafo:
Renato Berg
Produtor:
Maurício de Carvalho
Contato:
Ricardo Ladvocat
Agência:
SSC&B Lintas
Anunciante:
Wm. Teacher & Sons
Produto:
Whisk
Aprovado por:
Kenneth Stephen



08/041

Título:
Um dia todos os bancos...
Redator:
Stallmir Carvalho Vieira
Diretor de Arte:
Murilo Felisberto
Diretor de Criação:
Petit/Washington
Produtor:
Ronald Persichetti
Contato:
Walter Aguiar
Agência:
DPZ
Anunciante:
Banco Itaú
Produto:
Inauguração de agência
Aprovado por:
Antônio Jacinto Matias



08/042

Título:
Denison-Balanço 82
Redator:
Irene Knock
Diretor de Arte:
Adilson Ferrari
Diretor de Criação:
Hans Dammann/Domingos Barone
Produtor:
José Carlos Zeferino
Agência:
Denison
Anunciante:
Denison
Aprovado por:
Hector Brener



Cerque o seu Teacher's de todos os cuidados.

08/043

Título:
Cerque o seu Teacher's
Redator:
Juvenal de Azevedo/Carlos A. Hardt
Chiesa
Diretor de Arte:
Nelson Catto
Diretor de Criação:
Leighton D. Gage
Fotógrafo:
Renato Berg
Produtor:
Maurício de Carvalho
Contato:
Ricardo Ladvocat
Agência:
SSC&B Lintas
Anunciante:
Wm. Teacher & Sons
Produto:
Whisk
Aprovado por:
Kenneth Stephen



08/044

Título:
Fury
Redator:
Carlo Augusto Hardt Chiesa

Diretor de Arte:
Hector Tortolano
Diretor de Criação:
Hector Tortolano
Fotógrafo:
Oswaldo Wing
Ilustrador:
Flávio Ilaivo
Contato:
Milton R. Esteves
Agência:
Novagência
Anunciante:
Ancora
Produto:
Tênis/ material esportivo
Aprovado por:
Hilton Silva/Silen de Tarso/Vanees/
Manuel Dulanto



08/045

Título:
Veja aqui como o time da Denison...
Redator:
José Augusto M.P.Ferreira
Diretor de Arte:
Adilson Ferrari
Diretor de Criação:
Hans Dammann/Domingos Baron
Ilustrador:
Gepp e Maia
Produtor:
Marcionilo Dias dos Santos/José Carlos Zeferino
Agência:
Denison
Anunciante:
Denison
Aprovado por:
Hector Brenner



08/046

Título:
Enfim, comerciais sem nenhum programa...
Redator:
Paulo de Tarso
Diretor de Arte:
Eduardo Corrêa
Diretor de Criação:
Alvaro Gabriel de Almeida
Produtor:
J. Neves Alcântara
Agência:
MPM
Anunciante:
ABP
Produto:
5º Festival B.F. Publicitário
Aprovado por:
Elysio Pires



08/047

Título:
A Humanidade está...

Redator:
Antonio A. Batista
Diretor de Arte:
Carlos Estevão
Diretor de Criação:
Antonio A. Batista
Produtor:
Luis Carlos B. Nunes
Agência :
Caio Domingues/Rio de Janeiro
Anunciante:
Hotel Inter-Continental
Produto:
Hotel/Bar
Aprovado por:
Norma Ilner

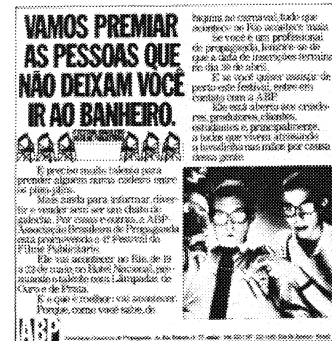


Redator:
José Antonio Ferreira
Diretor de Arte:
Reynaldo P. Leal
Diretor de Criação:
Heber Teixeira Monteiro
Fotógrafo:
Tohoru Uematsu
Produtor:
Luiz Carlos R. Ribeiro
Agência :
Pão de Açúcar Publicidade
Anunciante:
Sandiz
Produto:
Perfumes
Aprovado por:
Adelpho Ubaldino Longo



08/049

Título:
Miguel Bosé é o homem...
Redator:
Neil Ferreira
Diretor de Arte:
José Zaragozza
Diretor de Criação:
José Zaragozza
Produtor:
Ronald Persichetti
Contato:
Fraterno
Agência :
DPZ
Anunciante:
Rubaiyat
Produto:
Semana da cozinha espanhola
Aprovado por:
Belarmino F. Iglesias

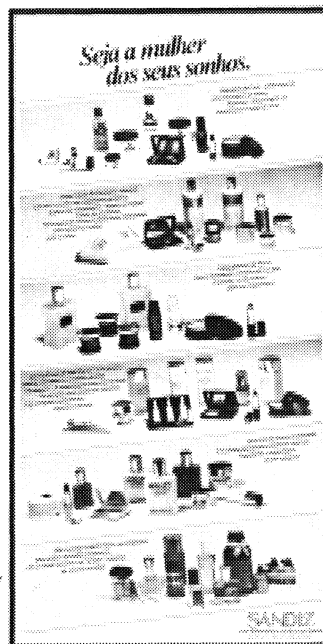


08/051

Título:
Vamos premiar as pessoas...
Redator:
Paulo de Tarso
Diretor de Arte:
Eduardo Corrêa
Diretor de Criação:
Alvaro Gabriel de Almeida
Fotógrafo:
Humberto Medeiros
Produtor:
J. Neves Alcântara
Contato:
Elysio Pires
Agência :
MPM
Anunciante:
ABP
Produto:
4º Festival B.F. Publicitário
Aprovado por:
Elysio Pires

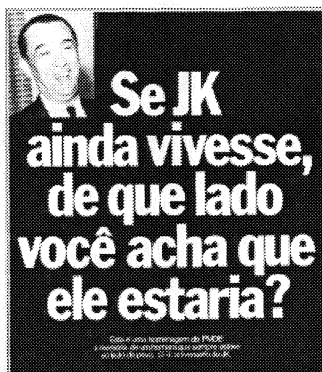
08/048

Título:
Morta de Vergonha
Redator:
Sérgio Faria
Diretor de Arte:
Reginaldo Lima
Diretor de Criação:
Sérgio Faria
Ilustrador:
Arquivo
Produtor:
Láro Nascimento
Agência :
Saga/Manaus
Anunciante:
Modiesel
Produto:
Serviços técnicos
Aprovado por:
Laerte Chixaro



08/050

Título:
Seja a mulher...



08/052

Título:
Se JK ainda vivesse...
Redator:
Afonso Barroso
Diretor de Arte:
José Reis
Fotógrafo:
Arquivo Gôes
Produtor:
William Moreno
Contato:
Almir Sales
Agência:
Stembro/Belo Horizonte
Anunciante:
PMDB
Aprovado por:
Comitê PMDB



08/053

Título:
A peça genuína é testada pela Honda
Redator:
Otoniel S. Pereira/Paulo de Tarso Cunha
Diretor de Arte:
Spencer Chingotte
Diretor de Criação:
Eric Nice/Otoniel S. Pereira
Fotógrafo:
Sérgio Jorge
Fotógrafo:
Mário Quirino
Contato:
Roberto B. Abrahão/Antonio H. Silva

Agência:
Salles
Anunciante:
Honda
Produto:
Peças Genuínas
Aprovado por:
José Luiz Cespedes/Kishiro Suzuki



08/054

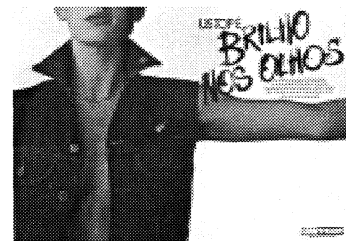
Título:
Da Vinci
Redator:
José Eduardo Borgonovi
Diretor de Arte:
José Adelino Diniz
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti
Fotógrafo:
Chico Aragão
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Tarcísio Blumer
Agência:
MPM
Anunciante:
Walita
Produto:
Secador de cabelo
Aprovado por:
Danilo Gava Caim



08/055

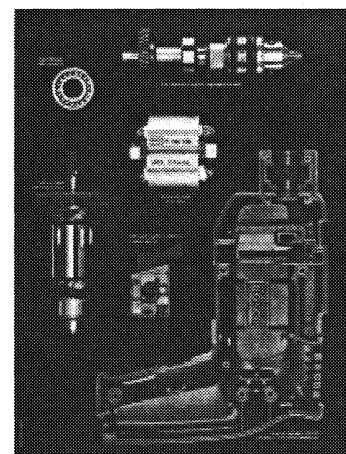
Título:
US TOP é drops de anis
Redator:
Cláudio Corrêa
Diretor de Arte:
Odir Grecco
Diretor de Criação:
Cláudio Corrêa
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Walter Mittelstaedt

Contato:
Maria Helena Pope
Agência:
J. Walter Thompson
Anunciante:
Alpargatas
Produto:
Jeans US TOP
Aprovado por:
Sérgio Dias



08/056

Título:
US TOP é brilho nos olhos
Redator:
Cláudio Corrêa/Raul da Cruz Lima Neto
Diretor de Arte:
Odir Grecco/José Ferreira Caetano
Diretor de Criação:
Klaus Isnenghi
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Walter Mittelstaedt
Contato:
Maria Helena Pope
Agência:
J. Walter Thompson
Anunciante:
Alpargatas
Produto:
Jeans US TOP
Aprovado por:
Sérgio Dias



08/058

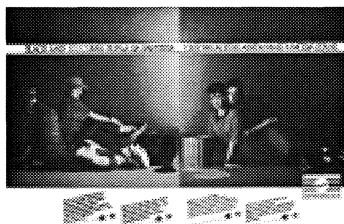
Título:
Faça isto
Redator:
Dimitry Petroff

Diretor de Arte:
Walter Passos
Diretor de Criação:
Bernd Misske
Fotógrafo:
Dudu Tresca
Produtor:
Elenilson Campos/Eduardo Pereira
Contato:
José Roberto de Lalibera/Izrael
Sienem Júnior
Agência :
Young & Rubicam
Anunciante:
Bosch
Produto:
Furadeira
Aprovado por:
EitemannDieter/Álvaro Álvares



08/059

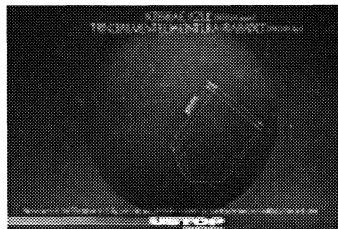
Título:
A vodka russa do Ocidente
Redator:
Equipe
Diretor de Arte:
Maurício Souza de Oliveira
Diretor de Criação:
Enio Mainardi
Fotógrafo:
Antonio Dercilio Vanzelli
Produtor:
João Santoro
Agência :
Enio, Associados
Anunciante:
Seagram
Produto:
Vodka Nikolai
Aprovado por:
José Eduardo de Mello e Silva/L. Gabriel Rico



08/060

Título:
Black and Blue
Redator:
Luiz Augusto de Toledo
Diretor de Arte:
Márcia Vargas

Diretor de Criação:
Luís Roberto Di Nalio
Fotógrafo:
Alberto Duran
Produtor:
Ladislau Bartok
Contato:
Priscila Fang
Agência :
Núcleo/FCB
Anunciante:
Tecidos Tatuapé
Produto:
Brim Indigo
Aprovado por:
Maria da Glória Durães



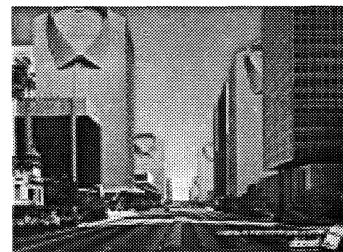
08/061

Título:
A terra é azul...
Redator:
Nicola Raggio
Diretor de Arte:
Camilo Magalhães
Diretor de Criação:
Klaus Isnerg
Fotógrafo:
Amir Campos
Contato:
Maria Helena Pope
Agência :
J. Walter Thompson
Anunciante:
J. Walter Thompson
Aprovado por:
Lee Pavão



08/062

Título:
Topper Rapid
Redator:
Raul da Cruz Lima Neto
Diretor de Arte:
José Ferreira Caetano
Diretor de Criação:
Cláudio Corrêa
Fotógrafo:
Hilton Ribeiro
Produtor:
Walter Mitelstaedt
Contato:
Gustavo Dias Leite
Agência :
J. Walter Thompson
Anunciante:
Alpargatas
Produto:
Topper Rapid
Aprovado por:
Décio Nappi



08/063

Título:
A camisa de maior trânsito...
Redator:
Laerth Pedrosa
Diretor de Arte:
Hector Rossano
Diretor de Criação:
Leighton D. Gage
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Maurício de Carvalho
Contato:
Adolpho Sormani
Agência :
SSC&B Lintas
Anunciante:
Confecções Abbud
Produto:
Camisa
Aprovado por:
Naim Abbud João



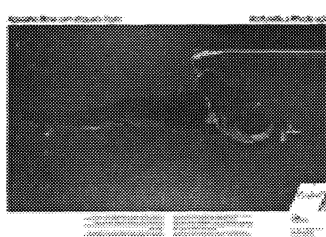
08/064

Título:
Se você não tem nada...
Redator:
Laerth Pedrosa
Diretor de Arte:
Hector Rossano
Diretor de Criação:
Leighton D. Gage
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Maurício de Carvalho
Contato:
Adolpho Sormani
Agência :
SSC&B Lintas
Anunciante:
Confecções Abbud
Aprovado por:
Naim Abbud João



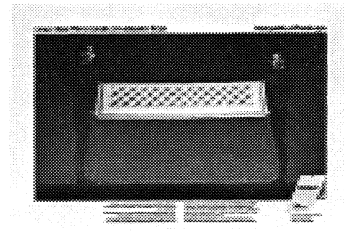
08/065

Título:
Pietro Maria Bardi
Redator:
Ciro Pellicano/Paulo de Tarso C. Santos
Diretor de Arte:
João Simone
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti/Ciro Pellicano
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Duilio Malfatti
Agência:
MPM
Anunciante:
Fiat
Produto:
Alfa Romeo
Aprovado por:
Flávio Furtado/Vincenzo Barelo



08/067

Título:
Agasalho Bona
Redator:
Neil Ferreira
Diretor de Arte:
Zaragoza/Joca Benavent
Diretor de Criação:
José Zaragoza
Fotógrafo:
Moacir Lugato
Produtor:
Ronald Persichetti
Contato:
Antônio Roberto T. de Barros
Agência:
DPZ
Anunciante:
Rodhia
Produto:
Etiqueta Crylor
Aprovado por:
Rubens Hannun/O. Montoro



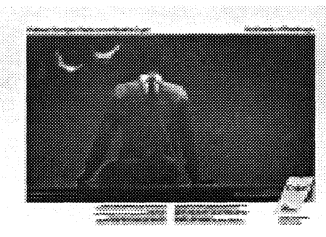
08/069

Título:
Lençol Teba/Pierre Cardin
Redator:
Neil Ferreira
Diretor de Arte:
Zaragoza/Joca Benavent
Diretor de Criação:
José Zaragoza
Fotógrafo:
Moacir Lugato
Produtor:
Ronald Persichetti
Contato:
Antônio Roberto T. de Barros
Agência:
DPZ
Anunciante:
Rodhia
Produto:
Etiqueta Tergal
Aprovado por:
Rubens Hannun/O. Montoro



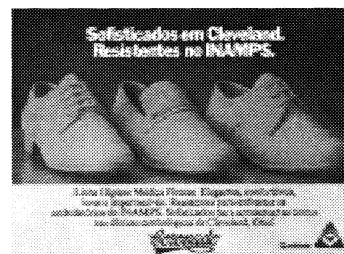
08/066

Título:
Meu reino por um crioulo
Redator:
Carlos Augusto Hardt Chiesa
Diretor de Arte:
Hector Tortolano
Diretor de Criação:
Hector Tortolano
Fotógrafo:
A. C. Rodrigues
Produtor:
Jorge E. Marinho
Contato:
Milton Rui Esteves
Agência:
Novagência
Anunciante:
Haras Crioulo do Servo
Produto:
Haras
Aprovado por:
Luiz Carlos Levy



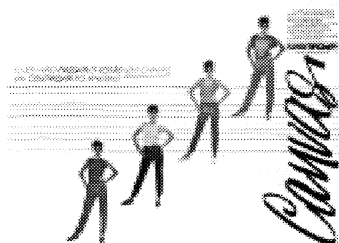
08/068

Título:
Pulôver Korrigan
Redator:
Neil Ferreira
Diretor de Arte:
Zaragoza/Joca Benavent
Diretor de Criação:
José Zaragoza
Fotógrafo:
Moacir Lugato
Produtor:
Ronald Persichetti
Contato:
Antônio Roberto T. de Barros
Agência:
DPZ
Anunciante:
Rodhia
Produto:
Etiqueta Crylor
Aprovado por:
Rubens Hannun/O. Montoro



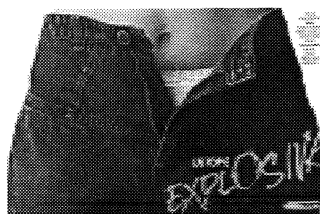
08/070

Título:
Courreges é a moda esportiva...
Redator:
Walter Arruda/Zeca Rodrigues
Diretor de Arte:
Vicente Escorza
Diretor de Criação:
Walter Arruda
Fotógrafo:
Luís Crispino
Produtor:
José Luiz Teixeira
Agência:
Adag
Anunciante:
Courreges
Produto:
Moda esportiva



08/071

Título:
Quem não passar o verão...
Redator:
Cláudio Corrêa
Diretor de Arte:
Odir Grecco
Diretor de Criação:
Klaus Isnenghi
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Walter Mittelstaedt
Contato:
Maria Helena Pope
Agência:
J. Walter Thompson
Anunciante:
Alpargatas
Produto:
Jeans US TOP
Aprovado por:
Sérgio Dias



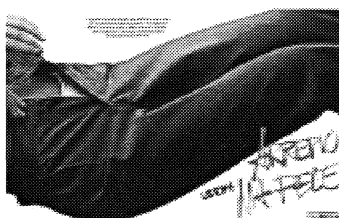
08/073

Título:
US TOP é explosiva
Redator:
Cláudio Corrêa/Raul da Cruz Lima Neto
Diretor de Arte:
Odir Grecco/José Ferreira Caetano
Diretor de Criação:
Klaus Isnenghi
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Walter Mittelstaedt
Contato:
Maria Helena Pope
Agência:
J. Walter Thompson
Anunciante:
Alpargatas
Produto:
Jeans US TOP
Aprovado por:
Sérgio Dias



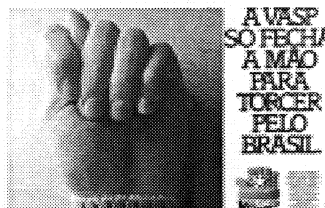
08/075

Título:
3x4
Redator:
Luiz Augusto Toledo
Diretor de Arte:
Márcia Vargas
Diretor de Criação:
Luís Roberto Di Nallo
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Ladisau Bartok
Contato:
Gustavo L. Fernandes
Agência:
Núcleo/FCB
Anunciante:
Casa José Silva
Produto:
Moda
Aprovado por:
Marina Tilkian



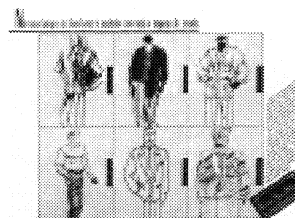
08/072

Título:
US TOP é arrepio na pele...
Redator:
Cláudio Corrêa/Raul da Cruz Lima Neto
Diretor de Arte:
Odir Grecco/José Ferreira Caetano
Diretor de Criação:
Klaus Isnenghi
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Walter Mittelstaedt
Contato:
Maria Helena Pope
Agência:
J. Walter Thompson
Anunciante:
Alpargatas
Produto:
Jeans US TOP
Aprovado por:
Sérgio Dias



08/074

Título:
A VASP só fecha a mão...
Redator:
Alberto D Alambert
Diretor de Arte:
Zbigniew Campioni
Diretor de Criação:
Ercílio Tranjan/Gilberto dos Reis
Fotógrafo:
José Dalola Neto
Produtor:
Fábio B. Cardoso
Contato:
Mário Brandão/Mauro W. Camargo
Agência:
Almap
Anunciante:
Vasp
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Eduardo Bravo/José A. R. Varoto



08/076

Título:
Croquis
Redator:
Luiz Augusto Toledo
Diretor de Arte:
Márcia Vargas
Diretor de Criação:
Luís Roberto Di Nallo
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Ladisau Bartok
Contato:
Gustavo L. Fernandes
Agência:
Núcleo/FCB
Anunciante:
Casa José Silva
Produto:
Moda
Aprovado por:
Marina Tilkian



08/077

Título:
Com o Gol você pode perder...
Redator:
Gilberto dos Reis
Diretor de Arte:
Hélio J. de Oliveira
Diretor de Criação:
Ercilio Tranjan/Gilberto dos Reis
Fotógrafo:
Amir Campos
Produtor:
Fábio B. Cardoso
Contato:
Paulo Lacerda/Fritz Mayer
Agência:
Almap
Anunciante:
Volkswagen
Produto:
Gol
Aprovado por:
Fábio A. de Luca



08/079

Título:
Previsão do tempo...
Redator:
Zezé Brandão
Diretor de Arte:
Lilian Citron
Diretor de criação:
Peter Erzberger
Fotógrafo:
Ella Dust
Produtor:
Orlode José Rossi
Contato:
Sérgio Nassar Antonio
Agência:
G&K
Anunciante:
C&A
Produto:
Moda
Aprovado por:
Nelson Luís G. de Paula



08/081

Título:
Temperatura das cores: 11 graus
Redator:
Zezé Brandão
Diretor de Arte:
Lilian Citron
Diretor de criação:
Peter Erzberger
Fotógrafo:
Ella Dust
Produtor:
Orlode José Rossi
Contato:
Sérgio Nassar Antonio
Agência:
G&K
Anunciante:
C&A
Produto:
Moda
Aprovado por:
Nelson Luís G. de Paula



08/078

Título:
Pegue este avião...
Redator:
Classir Scorzatto
Diretor de Arte:
Adeir Rampazzo
Fotógrafo:
Humberto de Medeiros
Produtor:
Benedito de O. Martins
Contato:
Terezinha Wisk
Agência:
MPM
Anunciante:
Detur
Produto:
Institucional



08/080

Título:
Qual o tamanho do frio?
Redator:
Zezé Brandão
Diretor de Arte:
Lilian Citron
Diretor de criação:
Peter Erzberger
Fotógrafo:
Ella Dust
Produtor:
Orlode José Rossi
Contato:
Sérgio Nassar Antonio
Agência:
G&K
Anunciante:
C&A
Produto:
Moda
Aprovado por:
Nelson Luís G. de Paula



08/082

Título:
Olha a cara do frio
Redator:
Zezé Brandão
Diretor de Arte:
Lilian Citron
Diretor de criação:
Peter Erzberger
Fotógrafo:
Ella Dust
Produtor:
Orlode José Rossi
Contato:
Sérgio Nassar Antonio
Agência:
G&K
Anunciante:
C&A
Produto:
Moda
Aprovado por:
Nelson Luís G. de Paula

PICASSO, REMOIR,
PORTINARI E
TODOS OS GENIOS
EXIGEM AR
CONDICIONADO.



08/083

Título:
Questão de sensibilidade
Redator:
Nelson Cintra
Diretor de Arte:
Elio Mirrado/Humberto Jungstedt
Diretor de criação:
Arthur Amorim
Fotógrafo:
Meca
Produtor:
Cláudio Dirani
Contato:
Udo Bock
Agência:
CBBA
Anunciante:
Abinee
Produto:
Ar condicionado
Aprovado por:
Dario Pampa

SABE
POR QUE
TODO MOTEL
TEM AR
CONDICIONADO?



08/085

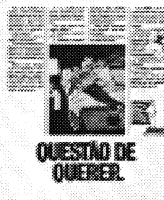
Título:
Questão de desempenho
Redator:
Nelson Cintra
Diretor de Arte:
Elio Mirrado/Humberto Jungstedt
Diretor de criação:
Arthur Amorim
Fotógrafo:
Meca
Produtor:
Cláudio Dirani
Contato:
Udo Bock
Agência:
CBBA
Anunciante:
Abinee
Produto:
Ar condicionado
Aprovado por:
Dario Pampa



08/087

Título:
Crise, guerras, recessão...
Redator:
Tião Bernardi
Diretor de Arte:
João Galhardo Júnior
Fotógrafo:
Humberto P. Medeiros
Produtor:
Neves Moreno
Contato:
José Feitosa de Brito Filho
Agência:
Studio Calipso
Anunciante:
Anglo Vestibulares
Produto:
Curso Extensivo
Aprovado por:
Emílio Gabriades

SE VOCÊ TEM
UM TELEVISOR
A CORES
VOCÊ PODE TER
UM AR
CONDICIONADO.



08/084

Título:
Questão de querer
Redator:
Nelson Cintra
Diretor de Arte:
Elio Mirrado/Humberto Jungstedt
Diretor de criação:
Arthur Amorim
Fotógrafo:
Meca
Produtor:
Cláudio Dirani
Contato:
Udo Bock
Agência:
CBBA
Anunciante:
Abinee
Produto:
Ar condicionado
Aprovado por:
Dario Pampa



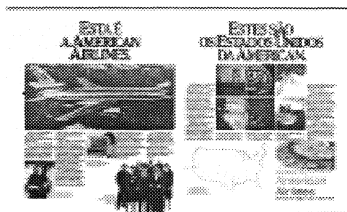
08/086

Título:
Dominar o frio...
Redator:
Hans Dammann
Diretor de Arte:
Reginaldo Camargo
Diretor de criação:
Hans Dammann/Domingos Barone
Fotógrafo:
Image Bank
Produtor:
Marcionilo Dias dos Santos/Luiz Gonzaga Lelis
Contato:
Rolando Guardabassi: Ana Maria Ercolani
Agência:
Denison
Anunciante:
Brastemp
Produto:
Freezer
Aprovado por:
Carlos Alberto Videira Alves/
Armando Favalli



08/088

Título:
Quando vender vai mal...
Redator:
Newton Pacheco
Diretor de Arte:
Maurício Souza de Oliveira
Diretor de Criação:
Enio Mainardi
Fotógrafo:
Antonio Dercílio Vanzelli
Produtor:
João Santoro
Agência:
Enio, Associadoa
Anunciante:
Enio, Associados
Aprovado por:
Enio Mainardi



08/089

Título:
Atenção, passageiros para...
Redator:
Ciro Pellicano
Diretor de Arte:
João Simone
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti/Ciro Pelicano
Fotógrafo:
Arquivo
Produtor:
Antonio Calfe
Contato:
José Antônio Moraes de Oliveira
Agência:
MPM
Anunciante:
American Airlines
Produto:
Linha Aérea
Aprovado por:
Bruce Goodyear



08/091

Título:
A máquina de andar
Redator:
Neil Ferreira
Diretor de Arte:
Leonardo da Vinci/Zaragoza
Diretor de Criação:
José Zaragoza
Fotógrafo:
Moacir Lugato
Ilustrador:
Leonardo da Vinci
Produtor:
Ronaldo Persichetti
Contato:
Oswaldo Franchi
Agência:
DPZ
Anunciante:
Vulcabrás
Produto:
Vulcabrás 752
Aprovado por:
Claudio Marques de Almeida



08/093

Título:
Caravan, Cabe a semana...
Redator:
Antônio Cabral
Diretor de Arte:
Milton Mastrocressário
Diretor de Criação:
Paulo Almeida
Fotógrafo:
Hilton Ribeiro
Produtor:
Luiz Bosquetti/I.I.de Deus/E. J. Conceição
Contato:
Ubiratan Macedo
Agência:
McCann-Erickson
Anunciante:
General Motors
Produto:
Caravan
Aprovado por:
Gilberto Barros



08/090

Título:
Esta é a American Airlines...
Redator:
Ciro Pellicano
Diretor de Arte:
João Simone
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti/Ciro Pelicano
Fotógrafo:
Arquivo
Produtor:
Antonio Calfe
Contato:
José Antônio Moraes de Oliveira
Agência:
MPM
Anunciante:
American Airlines
Produto:
Linha Aérea
Aprovado por:
Bruce Goodyear



08/092

Título:
Existem 2 maneiras de ganhar...
Redator:
José Cavalcanti de Araújo Filho
Diretor de Arte:
Humberto Hasstenteufel
Diretor de Criação:
Arnaldo Escolano
Fotógrafo:
Leonardo Costa
Produtor:
Mário Quirino
Contato:
Arnaldo Monteiro
Agência:
Salles
Anunciante:
Alpargatas
Produto:
Calçados
Aprovado por:
Pérsio Piaggi



08/094

Título:
Esgotado
Redator:
João Augusto Palhares Neto
Diretor de Arte:
Marcelo Nepomuceno
Diretor de Criação:
José Zaragoza
Fotógrafo:
Marcelo Nepomuceno
Produtor:
Ronaldo Persichetti
Contato:
Ricardo Palmieri
Agência:
DPZ
Anunciante:
Abril Cultural
Produto:
Fascículos MPB
Aprovado por:
Erlon Kirst



08/095

Título:
Beethoven
Redator:
João Augusto Palhares Neto
Diretor de Arte:
Marcelo Nepomuceno
Diretor de Criação:
José Zaragoza
Fotógrafo:
Moacir Lugato
Produtor:
Ronald Persichetti
Contato:
Ricardo Palmieri
Agência:
DPZ
Anunciante:
Abril Cultural
Produto:
Fascículos de música clássica
Aprovado por:
Erlon Kirst



08/097

Título:
Mulheres adoram...
Redator:
Ricardo Galletti
Diretor de Arte:
Nelson Salles
Fotógrafo:
Levindo Cameiro
Produtor:
Marcus Borges
Contato:
Marie Halm
Agência:
J. Walter Thompson
Anunciante:
De Beers/Natan
Produto:
Jóias para homens
Aprovado por:
Magno Dias



08/099

Título:
Que sacada!
Redator:
Marcius Cortez
Diretor de Arte:
Márcio Carvalho
Diretor de Criação:
Eric Nice/Otoniel S. Pereira
Fotógrafo:
Andreas Neiniger
Produtor:
Mário Quirino
Contato:
José H. Savaglia/Fabrizio Tatini
Agência:
Salles
Anunciante:
Honda
Produto:
Honda Turuna 125
Aprovado por:
José Luiz Cespedes/Tchikatoshi
Tamia



08/096

Título:
Nova Electrolux
Redator:
Enio Mainardi
Diretor de Arte:
Maurício Souza de Oliveira
Diretor de Criação:
Enio Mainardi
Fotógrafo:
Antonio Dercilio Vanzelli
Produtor:
João Santoro
Contato:
A. Camargo Penteado
Agência:
Enio, Associados
Anunciante:
Electrolux
Produto:
Lavencera
Aprovado por:
Orjan Alneng



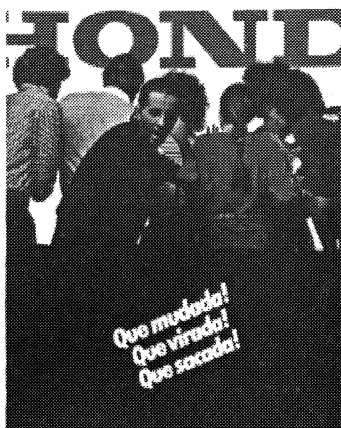
08/098

Título:
Vende-se suíte
Redator:
Cibar Cáceres Ruiz
Diretor de Arte:
Sidney Pinto Ribeiro
Diretor de Criação:
Bernd Misske
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Elenilson Campos/Eduardo Pereira
Contato:
José Roberto de Lalibera/Izabel
Sienem Júnior
Agência:
Young & Rubican
Anunciante:
Fiat/Diesel
Produto:
190 Turbo
Aprovado por:
Flávio Pullitti/Herbert Berger/Paulo
Teixeira/Paulo Braga



08/100

Título:
Que virada!
Redator:
Marcius Cortez
Diretor de Arte:
Márcio Carvalho
Diretor de Criação:
Eric Nice/Otoniel S. Pereira
Fotógrafo:
Andreas Neiniger
Produtor:
Mário Quirino
Contato:
José H. Savaglia/Fabrizio Tatini
Agência:
Salles
Anunciante:
Honda
Produto:
Honda ML 125
Aprovado por:
José Luiz Cespedes/Tchikatoshi
Tamia



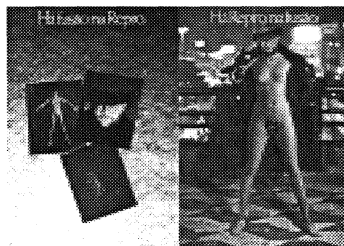
08/101

Título:
Que mudada!
Redator:
Marcius Cortez
Diretor de Arte:
Márcio Carvalho
Diretor de Criação:
Eric Nice/Otoniel S. Pereira
Fotógrafo:
Andreas Neiniger
Produtor:
Mário Quirino
Contato:
José H. Savaglia/Fabrizio Tatini
Agência:
Salles
Anunciante:
Honda
Produto:
Honda CG 125
Aprovado por:
José Luiz Cespedes/Tchikatoshi Tamia



08/102

Título:
Que mudada!
Redator:
Marcius Cortez
Diretor de Arte:
Márcio Carvalho
Diretor de Criação:
Eric Nice/Otoniel S. Pereira
Fotógrafo:
Andreas Neiniger
Produtor:
Mário Quirino
Contato:
José H. Savaglia/Fabrizio Tatini
Agência:
Salles
Anunciante:
Honda
Produto:
Honda CG 125
Aprovado por:
José Luiz Cespedes/Tchikatoshi Tamia



08/103

Título:
Há fusão na Repro
Redator:
Arthur Amorim
Diretor de Arte:
Geri Garcia
Diretor de Criação:
Arthur Amorim
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Cláudio Diorani
Contato:
Cláudio Dirani
Agência:
CBBA
Anunciante:
Repro
Produto:
Fusão
Aprovado por:
Antonio Pinheiro Galasse



08/104

Título:
A pior coisa do mundo...
Redator:
Marcos Rufino
Diretor de Arte:
Javier Talavera
Diretor de Criação:
Zezito Marques da Costa
Produtor:
Luís Antônio de Paula
Contato:
Sérgio da Rocha Mignone
Agência:
MCP
Anunciante:
Grafcolor
Produto:
Fotolito e Rotofilme
Aprovado por:
Wanderley Wilson Polônio



08/105

Título:
Gire o botão e programe a sua vida
Redator:
Joaquim Gustavo Pereira Leite
Diretor de Arte:
Joaquim Gonçalves de Oliveira
Diretor de Criação:
Eric Nice/Otoniel S. Pereira
Fotógrafo:
Meca
Produtor:
Mário Quirino
Contato:
José B. Ferreira/Rosa Maria Pacini
Agência:
Salles
Anunciante:
Brastemp
Produto:
Lavadora



08/106

Título:
Estamos lançando uma nova linha...
Redator:
Ciro Pellicano
Diretor de Arte:
João Simone
Diretor de Criação:
Sérgio Gracioti/Ciro Pellicano
Fotógrafo:
Arquivo
Produtor:
Antonio Calfei
Contato:
José Antônio Moraes de Oliveira
Agência:
MPM
Anunciante:
American Airlines
Produto:
Linha Aérea
Aprovado por:
Bruce Goodyear



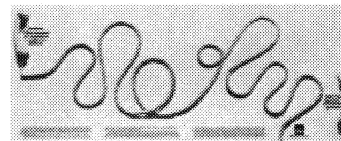
08/107

Título:
Ela adora encostar o corpo...
Redator:
Maria Cristina Marinheiro
Diretor de Arte:
Máximo Mykulak
Diretor de Criação:
Júlio Così Jr.
Fotógrafo:
José Antônio
Produtor:
José Arias
Contato:
Haydée G. Guersoni
Agência:
Editora Abril
Anunciante:
Revista Nova
Produto:
Revista
Aprovado por:
José Roberto Sgarbi



08/109

Título:
Galeria de Arte
Redator:
Stalimir Carvalho Vieira
Diretor de Arte:
Murilo Felisberto
Petit/Washington
Fotógrafo:
Abraham Lincoln
Produtor:
Ronald Persichetti
Contato:
Walter Aguiar
Agência:
DPZ
Anunciante:
Banco Itaú
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Antônio Jacinto Matias



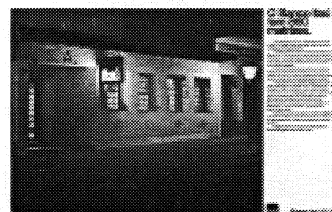
08/111

Título:
Itaúfone Campinas
Redator:
Stalimir Carvalho Vieira
Diretor de Arte:
Rooney Papa
Petit/Washington
Fotógrafo:
Luiz Antônio Cersosimo
Produtor:
Ronald Persichetti
Contato:
Márcio Monteiro
Agência:
DPZ
Anunciante:
Banco Itaú
Itaúfone
Aprovado por:
Antônio Jacinto Matias



08/108

Título:
A leitora de Nova...
Redator:
Maria Cristina Marinheiro
Diretor de Arte:
Máximo Mykulak
Diretor de Criação:
Júlio Così Jr.
Fotógrafo:
José Antônio
Produtor:
José Arias
Contato:
Haydée G. Guersoni
Agência:
Editora Abril
Anunciante:
Revista Nova
Produto:
Revista
Aprovado por:
José Roberto Sgarbi



08/110

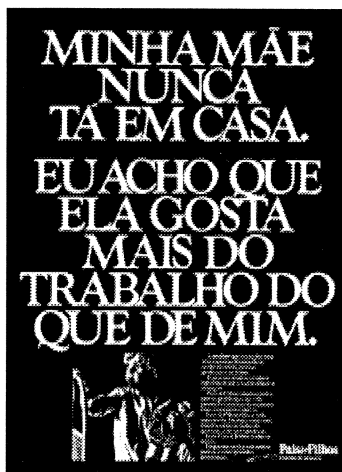
Título:
860 metro
Redator:
Stalimir Carvalho Vieira
Diretor de Arte:
Murilo Felisberto
Petit/Washington
Fotógrafo:
Abraham Lincoln
Produtor:
Ronald Persichetti
Contato:
Walter Aguiar
Agência:
DPZ
Anunciante:
Banco Itaú
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Antônio Jacinto Matias



08/112

Título:
Nem só caviar oferece a Pan Am
Redator:
Adalberto D'Alambert
Diretor de Arte:
Abigniew Campioni
Diretor de Criação:
Ercílio Tranjan/Gilberto dos Reis
Fotógrafo:
Foto de Arquivo
Produtor:
Fábio B. Cardoso
Contato:
Dora Levenroth
Agência:
Almap
Anunciante:
Pan American
Produto:
Primeira classe
Aprovado por:
Lee Virgilio

Produtor:
Moacir Osti
Contato:
Roberto L. Grand
Agência:
Spot
Anunciante:
Boucinhas & Campos Consultores
Produto:
Micro-Computadores
Aprovado por:
José Fernando Boucinhas



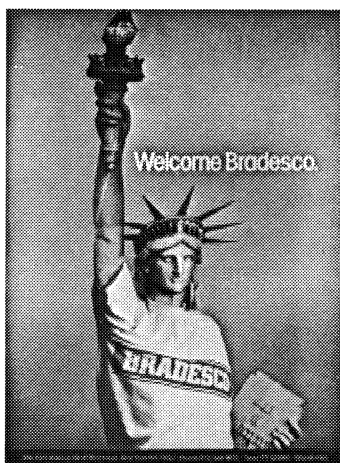
08/118

Título:
Minha mãe nunca tá em casa
Redator:
Christina Carvalho Pinto/Ricardo de Almeida
Diretor de Arte:
Jarbas José de Souza/César Almeida
Diretor de Criação:
Christina Carvalho Pinto/Ricardo de Almeida
Fotógrafo:
Arquivo Bloch
Produtor:
César Almeida
Contato:
Lucíola de Castro
Agência:
S. Associados
Anunciante:
Editora Bloch
Produto:
Revista Pais e Filhos
Aprovado por:
Pedro Jack Kapeller



08/119

Título:
Agora que existe este outro...
Redator:
Diretor de Arte:
Jarbas José de Souza/César Almeida
Diretor de Criação:
Christina Carvalho Pinto/Ricardo de Almeida
Fotógrafo:
Arquivo Bloch
Produtor:
César Almeida
Contato:
Lucíola de Castro
Agência:
S. Associados
Anunciante:
Editora Bloch
Produto:
Revista Pais e Filhos
Aprovado por:
Pedro Jack Kapeller



08/120

Título:
Wellcome Bradesco

Redator:
Marcius Cortez
Diretor de Arte:
Márcio Carvalho
Diretor de Criação:
Eric Nice/Otoniel S. Pereira
Fotógrafo:
Almir Campos/Arquivo Image Bank
Produtor:
Mário Quirino
Contato:
Aloysio T. Costa
Agência:
Salles
Anunciante:
Bradesco
Produto:
Inauguração de agência
Aprovado por:
Luiz Carlos Trabuco Cappi/Fernão Brascher



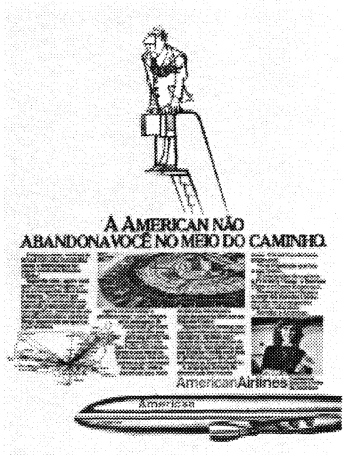
08/121

Título:
Power Lady
Redator:
Carlos Augusto Hardt Chiesa
Diretor de Arte:
Hector Tortolano
Diretor de Criação:
Hector Tortolano
Fotógrafo:
Oswaldo Meligeni
Produtor:
Jorge Elias Marinhos
Contato:
Milton Rui Esteves
Agência:
Novagência
Anunciante:
Âncora
Produto:
Tênis
Aprovado por:
Vanees/Manuel Dulanto/Hilton Silva/Sillen de Tarso



08/122

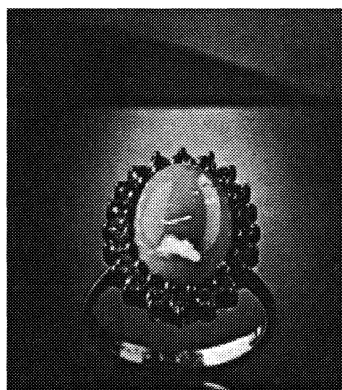
Título:
Basta
Redator:
Noé Sandino
Diretor de Arte:
João Inácio de Souza Silva
Diretor de Criação:
Noé Sandino
Fotógrafo:
Arquivo JT
Produtor:
Ruy Pereira
Contato:
Carlos Cintra Mauro (Lua)
Agência:
FG
Anunciante:
Banco Financial
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Aloísio Coelho



08/123

Título:
A American não abandona

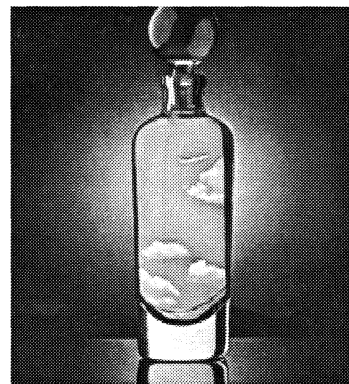
Redator:
Ciro Pellicano
Diretor de Arte:
João Simone
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti/Ciro Pellicano
Fotógrafo:
Arquivo
Produtor:
Antonio Calfei
Contato:
José Antônio Moraes de Oliveira
Agência:
MPM
Anunciante:
American Airlines
Produto:
Linha Aérea
Aprovado por:
Bruce Goodyear



OS FRANCESES SAEM
COMO TORNAR ALGUNS MOMENTOS INESQUECÍVEIS.
ESSA SENSIBILIDADE ESTÁ NO AR.
AIR FRANCE //

08/124

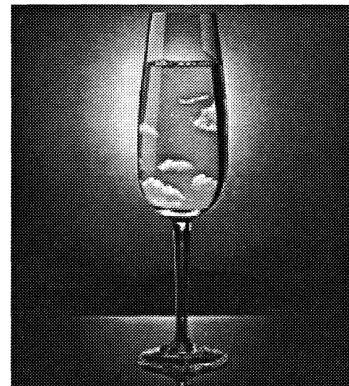
Título:
Anel
Redator:
Lázaro Simões Neto/Carlos Coelho
Diretor de Arte:
Júlio Mola
Diretor de Criação:
Licínio de Almeida/Luiz D'Horta
Fotógrafo:
Paulo Greuel
Ilustrador:
Paulo de Andrade
Produtor:
Edison de Souza Pinto
Contato:
Rodolfo Volk
Agência:
Gang
Anunciante:
Air France
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Marcos Zani/Claude Brunswick



ESTA NO ÍNTIMO DOS FRANCESES ENTENDEDES QUE,
NA ESSENCIA, CADA PESSOA É DIFERENTE DAS OUTRAS.
ESSA SENSIBILIDADE ESTÁ NO AR.
AIR FRANCE //

08/125

Título:
Perfume
Redator:
Lázaro Simões Neto/Carlos Coelho
Diretor de Arte:
Júlio Mola
Diretor de Criação:
Licínio de Almeida/Luiz D'Horta
Fotógrafo:
Paulo Greuel
Ilustrador:
Paulo de Andrade
Produtor:
Edison de Souza Pinto
Contato:
Rodolfo Volk
Agência:
Gang
Anunciante:
Air France
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Marcos Zani/Claude Brunswick



PARA OS FRANCESES O REQUINTE TEM UM LABOR
DIFERENTE. OS DESPERTA INCHÕES SUAVES PESSOAIS.
ESSA SENSIBILIDADE ESTÁ NO AR.
AIR FRANCE //

08/126

Título:
Champagne
Redator:
Lázaro Simões Neto/Carlos Coelho

Diretor de Arte:
Júlio Mola
Diretor de Criação:
Licínio de Almeida/Luiz D'Horta
Fotógrafo:
Paulo Greuel
Ilustrador:
Paulo de Andrade
Produtor:
Edison de Souza Pinto
Contato:
Rodolfo Volk
Agência:
Gang
Anunciante:
Air France
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Marcos Zani/Claude Brunswick



08/128

Título:
Chocante
Redator:
Marco Túlio Stabile
Diretor de Arte:
Ana Carmen Longobardi
Diretor de Criação:
Ana Carmen Longobardi
Ilustrador:
Flávio Moraes
Produtor:
José Carlos de Araújo
Contato:
José Francisco P. Eustáquio
Agência:
Talent
Anunciante:
Grendene
Produto:
Tênis Fiorucci
Aprovado por:
Alexandre Grendene/Pedro
Grendene

Redator:
Marco Túlio Stabile
Diretor de Arte:
Ana Carmen Longobardi
Diretor de Criação:
Ana Carmen Longobardi
Ilustrador:
Flávio Moraes
Produtor:
José Carlos de Araújo
Contato:
José Francisco P. Eustáquio
Agência:
Talent
Anunciante:
Grendene
Produto:
Tênis Fiorucci
Aprovado por:
Alexandre Grendene/Pedro
Grendene



08/127

Título:
Fantastique
Redator:
Marco Túlio Stabile
Diretor de Arte:
Ana Carmen Longobardi
Diretor de Criação:
Ana Carmen Longobardi
Ilustrador:
Flávio Moraes
Produtor:
José Carlos de Araújo
Contato:
José Francisco P. Eustáquio
Agência:
Talent
Anunciante:
Grendene
Produto:
Tênis Fiorucci
Aprovado por:
Alexandre Grendene/Pedro
Grendene



08/129

Título:
Terrific



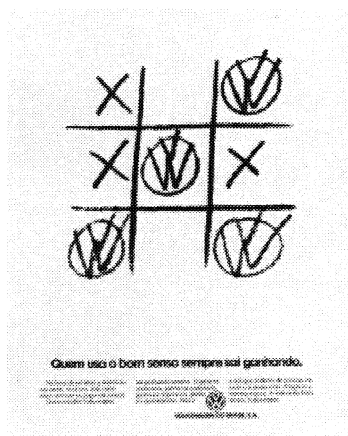
08/130

Título:
Che Bello
Redator:
Marco Túlio Stabile
Diretor de Arte:
Ana Carmen Longobardi
Diretor de Criação:
Ana Carmen Longobardi
Ilustrador:
Flávio Moraes
Produtor:
José Carlos de Araújo
Contato:
José Francisco P. Eustáquio
Agência:
Talent
Anunciante:
Grendene
Produto:
Tênis Fiorucci
Aprovado por:
Alexandre Grendene/Pedro
Grendene



08/131

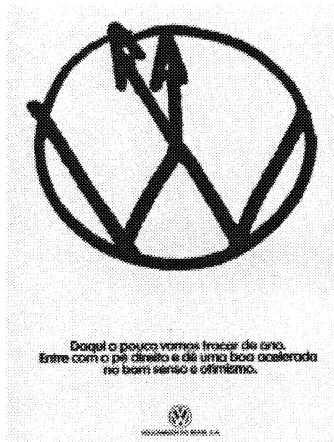
Título:
7 pagamentos
Redator:
Dimitry Petroff
Diretor de Arte:
Walter Passos
Diretor de Criação:
Berndt Misske
Fotógrafo:
Dudu Tresca
Produtor:
Elenilson Campos/Eduardo Pereira
Contato:
José Roberto de Laibera
Agência:
Young & Rubican
Anunciante:
Bosch
Produto:
Furadeira
Aprovado por:
Eltemann Dieter/Álvaro Álvares



08/132

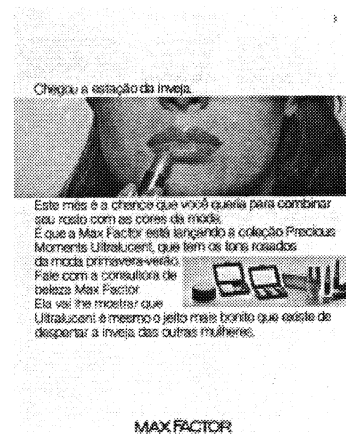
Título:
Quem usa o bom senso...
Redator:
Francisco Ferrão

Diretor de Arte:
Frederico Spitale
Diretor de Criação:
Rodolfo Vanni/Laurence Klinger
Ilustrador:
Frederico Spitale
Produtor:
Runivan C. Alves
Contato:
Marlene D'Arc S. Fontão
Agência:
Almap
Anunciante:
Volkswagen
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Paulo J. Dutra de Castro



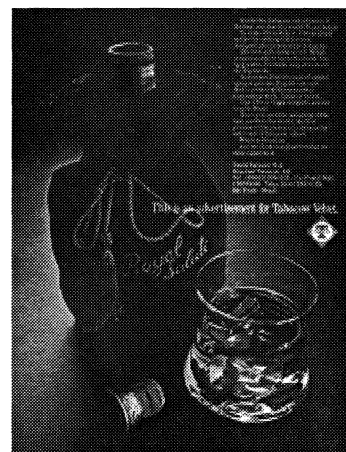
08/133

Título:
Daqui a pouco vamos trocar de ano
Redator:
Plínio Telles Rudge Filho
Diretor de Arte:
Bjarne Norking
Diretor de Criação:
Ercílio Tranjan/Gilberto dos Reis
Ilustrador:
Tanya M. Loehle
Produtor:
Runivan C. Alves
Contato:
Renato Beni/Marlene D'Arc S. Fontão
Agência:
Almap
Anunciante:
Volkswagen
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Paulo J. Dutra de Castro



08/134

Título:
Chegou a estação da inveja
Redator:
José Luiz Castelli Brandão(Zezé Brandão)
Diretor de Arte:
Maurício Souza de Oliveira
Diretor de criação:
Peter Erzberger
Fotógrafo:
Andreas Arzberger
Produtor:
Sérgio Leite de Camargo
Contato:
Sérgio Nassar Antonio
Agência:
GGK
Anunciante:
Max Factor
Produto:
Promoção Ultralucet
Aprovado por:
Paulo Murayama



08/135

Título:
Royal Salute

Redator:
Paulo Ghirotti
Diretor de Arte:
Brásilio
Diretor de Criação:
Petit/Washington
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Richard Reisfeld
Contato:
Ivan Pinheiro
Agência:
DPZ
Anunciante:
Tabacow
Produto:
Veludo Tabacow
Aprovado por:
Jacques S. Schneider



08/137

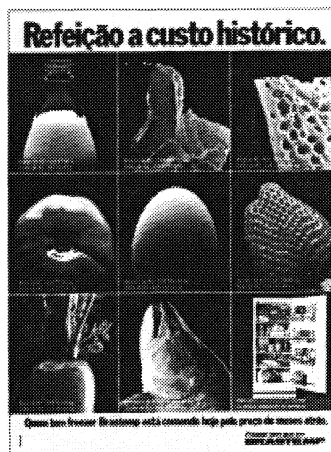
Título:
Existem programas...
Redator:
Cristina Cortez
Diretor de Arte:
Reginaldo Camargo
Diretor de criação:
Hans Dammann/Domingos Barone
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
José C. Zaferino/Luiz G. Leles
Contato:
Ana Maria Ercolani
Agência:
Denison
Anunciante:
Brastemp
Produto:
Lavalouça
Aprovado por:
Carlos Alberto Videira Alves/
Armando Favalli

Redator:
Cristina Cortez/Hans Dammann
Diretor de Arte:
Reginaldo Camargo
Diretor de criação:
Hans Dammann/Domingos Barone
Fotógrafo:
Oswaldo Meligeni
Produtor:
Marcionilo Dias dos Santos/Luiz
Gonzaga Leles
Contato:
Ana Maria Ercolani
Agência:
Denison
Anunciante:
Brastemp
Produto:
Freezer
Aprovado por:
Carlos Alberto Videira Alves/
Armando Favalli



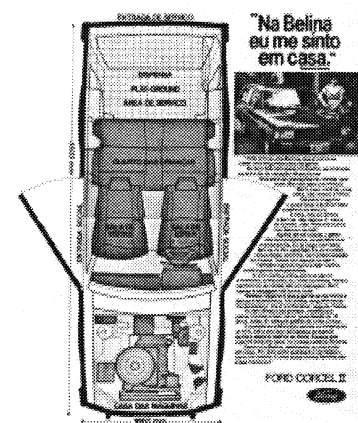
08/136

Título:
Nunca haverá atrito entre nós
Redator:
Lázaro Simões Neto
Diretor de Arte:
Júlio Mola
Diretor de Criação:
Licínio de Almeida/Luiz D'Horta
Fotógrafo:
Carlos Henrique Salcedo
Produtor:
Edison de Souza Pinto
Contato:
Antônio Aurélio Amorim Moura
Agência:
Gang
Anunciante:
Rhodia
Produto:
Nylon Technyl PSA
Aprovado por:
Sinésio Scarano



08/138

Título:
Refeição a custo histórico



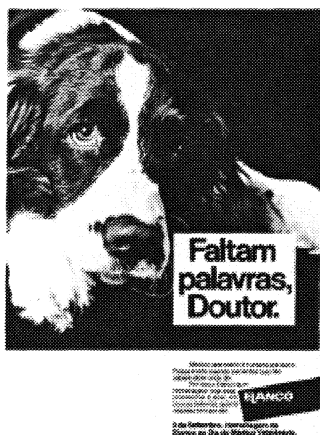
08/139

Título:
Na Belina eu me sinto em casa
Redator:
Otoniel S. Pereira/Joaquim Gustavo
Pereira Leite
Diretor de Arte:
Joaquim Gonçalves de Oliveira
Diretor de criação:
Eric Nice/Otoniel S. Pereira
Fotógrafo:
Amir Campos
Produtor:
Mário Quirino
Contato:
Sidney Macrander/Juan Merkel
Agência:
Salles
Anunciante:
Ford
Produto:
Freezer
Aprovado por:
Carlos Alberto Videira Alves/
Armando Favalli



08/140

Título:
Em qualquer empresa...
Redator:
Gilberto dos Reis
Diretor de Arte:
Sérgio Vicente da Silva
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti
Fotógrafo:
Chico Aragão
Produtor:
Antonio Calfei
Contato:
Ana Maria China
Agência:
MPM
Anunciante:
Tecidos Tatuapé
Produto:
Uniformização
Aprovado por:
Maria da Glória Durães



08/141

Título:
Faltam palavras, Doutor...

Redator:
Alcione Carvalho
Diretor de Arte:
Doriano Cecchetti
Diretor de Criação:
Fernando Leite
Fotógrafo:
Image Bank
Produtor:
Luiz Bosquetti/I.I. de Deus/E.J.
Conceição
Contato:
Carlos Roberto F. Pinto
Agência:
McCann-Erickson
Anunciante:
Elanco Química
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Luiz Carlos Hecker



08/142

Título:
As outras pedem água primeiro
Redator:
Fábio de Castro
Diretor de Arte:
Milton Mastrocossário
Diretor de Criação:
Paulo Almeida
Fotógrafo:
Hilton
Produtor:
Luiz Bosquetti/I.I. de Deus/E.J.
Conceição
Contato:
Luiz Henrique dos Reis/Maria Irene P. Costa
Agência:
McCann-Erickson
Anunciante:
General Motors
Produto:
Baterias Delco
Aprovado por:
Carlos Martins



08/143

Título:
Alto Verão
Redator:
Ricardo Guimarães
Diretor de Arte:
Ricardo Van Steen
Diretor de Criação:
Ricardo Guimarães
Fotógrafo:
Pascal Balland
Ilustrador:
Ucho Carvalho
Contato:
Jô Cortez
Agência:
PPR
Anunciante:
Yves Saint Laurent
Produto:
Boutique
Aprovado por:
Helène Albioco



08/144

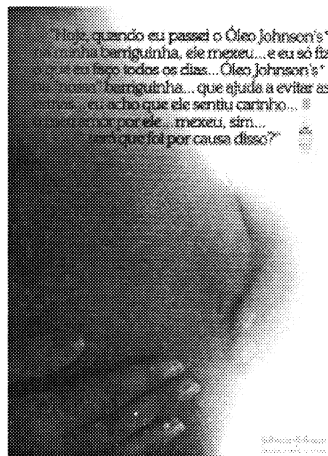
Título:
Primavera/Verão
Redator:
Ricardo Guimarães

Diretor de Arte:
Ricardo Van Steen
Diretor de Criação:
Ricardo Guimarães
Fotógrafo:
Pascal Balland
Ilustrador:
Ucho Carvalho
Contato:
Jô Cortez
Agência:
PPR
Anunciante:
Yves Saint Laurent
Produto:
Boutique
Aprovado por:
Helène Albioco



08/145

Título:
Bebê
Redator:
Lorine Nicole Solomonescu
Diretor de Arte:
Luis Larghero
Diretor de Criação:
Berndt Misske
Fotógrafo:
Oswaldo Meligeni
Produtor:
Elenilson Campos/Eduardo Pereira
Contato:
Martha Avian
Agência:
Young & Rubican
Anunciante:
Johnson & Johnson
Produto:
Óleo Johnson's
Aprovado por:
Cristiano R. Souza



08/146

Título:
Grávida
Redator:
Lorine Nicole Solomonescu
Diretor de Arte:
Luis Larghero
Diretor de Criação:
Berndt Misske
Fotógrafo:
Oswaldo Meligeni
Produtor:
Elenilson Campos/Eduardo Pereira
Contato:
Martha Avian
Agência:
Young & Rubican
Anunciante:
Johnson & Johnson
Produto:
Óleo Johnson's
Aprovado por:
Cristiano R. Souza



08/147

Título:
Nestas férias...

Redator:
Ana Clélia Quarto
Diretor de Arte:
Velso Dutra Ribas
Diretor de Criação:
José Zaragoza
Fotógrafo:
Moacir Lugato
Produtor:
Ronald Persichetti
Contato:
Ivan Pinheiro
Agência:
DPZ
Anunciante:
Johnson & Johnson
Produto:
Absorvente OB
Aprovado por:
Suzana Rosemberg/Savério
D'Agostinho



08/148

Título:
Acostuma-se aos poucos
Redator:
Antônio Torres
Diretor de Arte:
Pecego/Chiem
Diretor de Criação:
Eric Nice
Fotógrafo:
Meca
Produtor:
Alfredo Binot
Contato:
Flávio Salgado
Agência:
Salles
Anunciante:
Souza Cruz
Produto:
Cigarro Columbia Ultra Lights
Aprovado por:
Armando Dile



08/149

Título:
Apresentamos o macarrão...
Redator:
Paulo Leite Costa
Diretor de Arte:
Cristina Silva
Diretor de criação:
Sérgio Graciotti
Fotógrafo:
Ernest Schauder
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Nelson de Almeida Castro
Agência:
MPM
Anunciante:
Adria
Produto:
Macarrão
Aprovado por:
Achilles Reinhardt



08/150

Título:
Existem vários caminhos...

Redator:
Ciro Pellicano
Diretor de Arte:
João Simone
Diretor de criação:
Sérgio Graciotti/Ciro Pellicano
Fotógrafo:
Arquivo
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
José Antonio Moraes de Oliveira
Agência:
MPM
Anunciante:
American Airlines
Produto:
Linha aérea
Aprovado por:
Bruce Goodyear



08/151

Título:
Espanha que te quero Espanha
Redator:
Marcius Cortez
Diretor de Arte:
Manoel Zanzotti
Diretor de criação:
Eric Nice/Otoniel S. Pereira
Fotógrafo:
Arquivo Espanha
Produtor:
Mário Quirino
Contato:
Theodoro Barros
Agência:
Salles
Anunciante:
Secretaria de Turismo de Estado Espanhol
Produto:
Turismo



08/152

Título:
Bradesco aqui
Redator:
Marcius Cortez
Diretor de Arte:
Márcio Carvalho
Diretor de criação:
Eric Nice/Otoniel S. Pereira
Fotógrafo:
Amir Campos/Arquivo Image Bank
Produtor:
Mário Quirino
Contato:
Aloysio T. Costa
Agência:
Salles
Anunciante:
Bradesco
Produto:
Inauguração de agência
Aprovado por:
Luiz Carlos Trabuco Cappi/Fernão Bracher



08/153

Título:
Picasso

Redator:
Gilce Velasco
Diretor de Arte:
Cézar Almeida
Diretor de criação:
Oscar Correa/Christina Carvalho
Pinto
Fotógrafo:
Arquivo
Produtor:
Remo Zuccato
Contato:
Milton Vlaser/Carlos R. Chueiri
Agência:
Siboney
Anunciante:
Laboratório Sandoz
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Dr. Alberto Martinez/Luiz Osório



Diretor de Arte:
Hélio J. Oliveira
Diretor de Criação:
Ercílio Tranjan/Gilberto dos Reis
Fotógrafo:
Lorca
Produtor:
Fábio B. Cardoso
Contato:
Paulo Lacerda/Mônica Rolzenbruch
Agência:
Almap
Anunciante:
Volkswagen
Produto:
Passat
Aprovado por:
Fábio A. de Luca

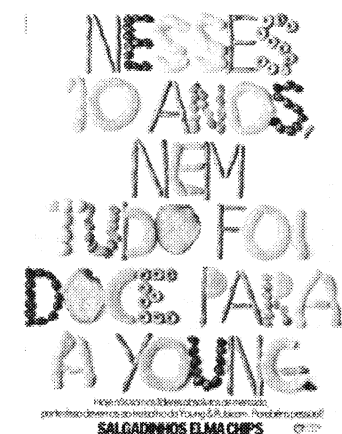
08/155

Título:
Minha mãe mandou comprar...
Redator:
Paulo Aurisol Sabino Souza
Diretor de Arte:
Antonio Carlos Figueiredo
Diretor de Criação:
Erazé Martinho/Percival Caropreso
Fotógrafo:
Waldir Lobato
Produtor:
Luiz Bosquetti
Contato:
Luiz Henrique dos Reis
Agência:
McCam-Erickson
Anunciante:
Linha Corrente
Produto:
Linha Âncora
Aprovado por:
Thomas Blick



08/157

Título:
Num ano tão suado...
Redator:
Paulo C. Costa
Diretor de Arte:
Edson Scorcelli
Diretor de Criação:
Paulo C. Costa
Fotógrafo:
Paulo Arthur
Produtor:
Pedro Aurélio G. Matos
Contato:
Maria Angela Milet
Agência:
McCann-Erickson
Anunciante:
Coca-Cola
Produto:
Coca-Cola
Aprovado por:
George Telchotz/Roberto Lúcio S. Silva



08/154

Título:
Nesses 10 anos...
Redator:
Victor Rebouças
Diretor de Arte:
Júlio Mola
Diretor de Criação:
Berndt Misske
Fotógrafo:
Marcelo/Júlio Mola
Produtor:
Elenilson Campos/Eduardo Pereira
Contato:
Martha Avian
Agência:
Young & Rubican
Anunciante:
Pepsico
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Bob Durk



08/156

Título:
Acaricie o seu ego
Redator:
Gilberto dos Reis



1. 2019年12月31日，甲公司“应付账款”科目贷方余额为100万元，其中明细科目贷方余额为120万元，借方余额为20万元；“预付账款”科目借方余额为30万元，其中明细科目借方余额为40万元，贷方余额为10万元。不考虑其他因素，甲公司资产负债表“应付账款”项目的金额为（ ）万元。
 A. 100
 B. 110
 C. 120
 D. 130

José Luiz Céspedes/Kishiro Suzuki



**COM PEÇA
PARECIDA
SEU DINHEIRO
RODA.**

Toda parte de este projeto poderá ser acessada pelo link: www.mec.gov.br/leia.
 Todas as partes do projeto poderão ser acessadas pelo link: www.mec.gov.br/leia.
 Todas as partes do projeto poderão ser acessadas pelo link: www.mec.gov.br/leia.
 Todas as partes do projeto poderão ser acessadas pelo link: www.mec.gov.br/leia.

THE PRICES OF COMMODITIES SINCE 1869: SOME NEW EVIDENCE

Título:
O rato não roeu a roupa...
Redator:
José Alberto Moreira P. Ferreira
Diretor de Arte:
Adilson Ferrari
Diretor de Criação:
Hans Dammann/Domingos Barone
Fotógrafo:
Hiloton Ribeiro
Produtor:
Marcionilo D. dos Santos/Luiz G. Leite
Contato:
Paulo Botto/Celso Imperatore
Agência:
Denison
Anunciante:
Hering
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Francisco Socorro



**ABRA
O
OLHO.**

Dentro de un Comandante
Militar, uno puede estar con el poder
pero también uno puede estar
desapareciendo en la guerra. Por eso
Hoy.

Como não nos fosse tão preguiçoso, a Hércules tentaria nos pagar, querendo nos ser compreendido do óbvio: a situação.

Logo a gente voltamos a nos Hércules, usando novamente para compreender Hércules.

Porque, sendo o compreendido, pode estar no chão e machucado o corpo do cliente.

COM PEÇAS GENUÍNAS SUA BOMBA VALE MAIS

José Luiz Cespedes/Kishiro Suzuki



**ESTA
É.**

[illegible]

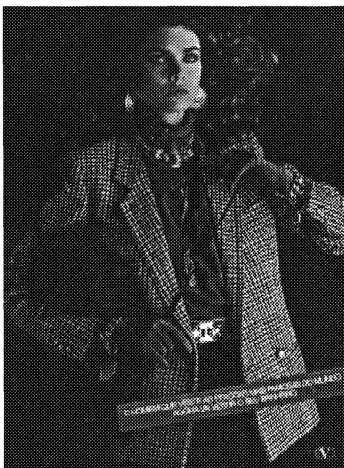
CON PECCATI CONTINUAS SAN BUENA VISTA MARE

Título:
Esta parece.Esta é.
Redator:
Otoniel S. Pereira/Paulo de Tarso
Cunha

Título:
Com peça original sua Honda roda...
Redator:
Otoniel S. Pereira/Paulo de Tarso Cunha
Diretor de Arte:
Spencer Chingotte
Diretor de criação:
Eric Nice/Otoniel S. Pereira
Fotógrafo:
Sérgio Jorge
Produtor:
Mário Quirino
Contato:
Roberto B. Abrahão/Antônio H. Silva
Agência:
Salles
Anunciante:
Honda
Produto:
Peças genuínas
Aprovado por:
José Luiz Cespedes/Kishiro Suzuki



Título:
O homem que veste as pessoas...
Redator:
Ciro Pellicano/José Eduardo Borghonovi
Diretor de Arte:
João Simone
Diretor de criação:
Sérgio Graciotti/Ciro Pellicano
Fotógrafo:
Arquivo
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Ana Maria China
Agência:
MFM
Anunciante:
Cerâmica Paraná
Produto:
Revestimento
Aprovado por:
Prudente José de Moraes



08/163

Título:
O homem que veste as pessoas...
Redator:
Ciro Pellicano/José Eduardo
Borgonovi
Diretor de Arte:
João Simone
Diretor de criação:
Sérgio Graciotti/Ciro Pellicano
Fotógrafo:
Arquivo
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Ana Maria China
Agência:
MPM
Anunciante:
Cerâmica Paraná
Produto:
Revestimento
Aprovado por:
Prudente José de Moraes



08/164

Título:
Mãe, mudei para uma empresa...

Redator:
João Baptista Assumpção Jr.
Diretor de Arte:
Silva Ramos/Sérgio Vicente
Diretor de criação:
Sérgio Graciotti
Fotógrafo:
Chico Aragão
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Ana Maria China
Agência:
MPM
Anunciante:
Tecidos Tatuapé
Produto:
Uniformização
Aprovado por:
Maria da Glória Durães

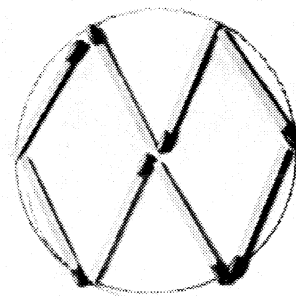
O teu cabelo não nega.



O lado suave dos seus 4 dias de carnaval.

08/165

Título:
O teu cabelo não nega...
Redator:
Washington Olivetto
Diretor de Arte:
Murillio Felisberto
Diretor de Criação:
Petit/Washington
Fotógrafo:
Abel Fragata
Produtor:
Ronald Persichetti
Contato:
Oswaldo Franchi
Agência:
DPZ
Anunciante:
Johnson & Johnson
Produto:
Shampoo
Aprovado por:
Gilberto Pileggi/Paulo Fuchs



Tire dois palitos e descubra
onde está o símbolo do bom senso.



08/166

Título:
Tire 2 palitos e descubra...
Redator:
Francisco Ferrão
Diretor de Arte:
Federico Spitale
Diretor de Criação:
Ercílio Tranjan/Gilberto dos Reis
Ilustrador:
Tanya M. Loehle
Produtor:
Runivan C. Alves
Contato:
Renato Beni/Marlene D'Arc S. Fontão
Agência:
Almap
Anunciante:
Volkswagen
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Paulo J. Dutra de Castro



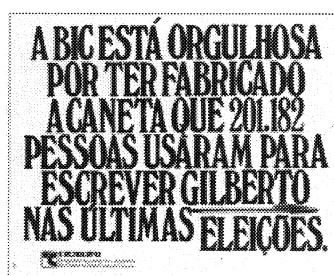
08/167

Título:
Foi uma morena que passou...



08/173

Título:
Srs. Passageiros...
Redator:
Neil Ferreira
Diretor de Arte:
Marcelo Nepomuceno
Diretor de Criação:
José Zaragozza
Fotógrafo:
Moacir Lugato
Produtor:
Ronald Persichetti
Contato:
Antônio Roberto T. de Barros
Agência:
DPZ
Anunciante:
Telesp
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Carlos Vassimon/Carlos Ceneviva



08/175

Título:
A Bic está...
Redator:
Sérgio Faria
Diretor de Arte:
Lázaro Nascimneto
Diretor de Criação:
Sérgio Faria
Produtor:
Raimundo Sidrone
Contato:
Alberto Castelo Branco
Agência:
Saga/Manaus
Anunciante:
Tecnocério
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Manoel Jorge Antunes



08/174

Título:
Finados
Redator:
Neil Ferreira
Diretor de Arte:
Marcelo Nepomuceno
Diretor de Criação:
José Zaragozza
Fotógrafo:
Moacir Lugato
Produtor:
Ronald Persichetti
Contato:
Antônio Roberto T. de Barros
Agência:
DPZ
Anunciante:
Telesp
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Carlos Vassimon/Carlos Ceneviva



08/176

Título:
Agora você vai ao Guarujá...
Redator:
Geraldo Rodrigues Neto
Diretor de Arte:
Paulo T. Yomoguita
Diretor de Criação:
André Luiz Gonçalves
Fotógrafo:
Arquivo
Produtor:
Paulo T. Yomoguita
Contato:
Nair Alves de Almeida
Agência:
Grab
Anunciante:
Sítio São Pedro
Produto:
Sítio São Pedro
Aprovado por:
William Speers Dantas



Capa do Anuário 09 - 1983

Da apresentação do anuário:

“Schillinger, no seu assustador “As bases matemáticas da arte” diz que a criação deriva do princípio e não da imitação. Isto é, todas as vezes que o homem quiz voar e imitou os pássaros, danou-se. O homem teve de entender om princípio do vôo para poder voar.”

Os jurados:

Aurélio Antonio Machado Julianelli
Cristina Silva
João Baptista Assunção (Bá)
José do Carmo (Fren)
Paulo Ghirotti



09/002

Título:
Atari Video Game
Diretor de Arte:
Gabriel Zellmeister
Redator:
Washington Olivetto
Diretor de Criação:
Washington Olivetto
Fotógrafo:
Abrahan Lincoln
Produtor:
Paulo Salles/Giulio Pasotti
Contato:
Ricardo A. Palmieri
Agência:
DPZ
Anunciante:
Gradiente Eletrônica Ltda.
Produto:
Atari Video Game
Aprovado por:
Norberto Karschese/Gilson M. Cardoso



09/003

Título:
A fralda que a Fiorucci
Diretor de Arte:
Helga Miethke
Redator:
Paulo Ghirotti
Diretor de Criação:
Washington Olivetto
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Paulo Salles/Giulio Pasotti
Contato:
Ivan Pinheiro
Agência:
DPZ
Anunciante:
Jhonson & Johnson
Produto:
Fralda Calça
Aprovado por:
Sérgio Silva/Antonio Jesus Cosenza



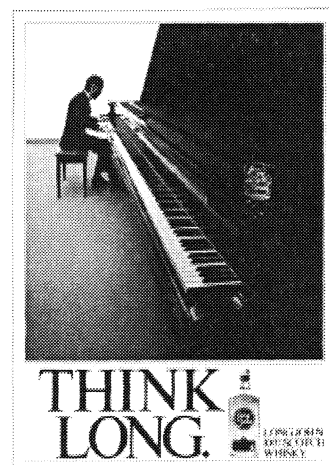
09/004

Título:
Cliente do primeiro...
Diretor de Arte:
Helga Miethke/Gabriel Zellmeister
Redator:
Washington Olivetto
Diretor de Criação:
Washington Olivetto
Ilustrador:
Helga Miethke
Produtor:
Paulo Salles/Giulio Pasotti
Contato:
Raul Pinto
Agência:
DPZ
Anunciante:
Banco Itaú
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Antonio Jacinto Mathias



09/005

Título:
As coisas começam a ferver a...
Diretor de Arte:
Manoel Pimente/João Simone
Redator:
Cláudio Deckes
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti/João Simone
Fotógrafo:
Meca
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Nissim Zeitune
Agência:
MPM
Anunciante:
Ind. De Bebidas Cinzano
Produto:
Vodka Borodin 45
Aprovado por:
Ricardo Nassar



09/006

Título:
Think Long
Diretor de Arte:
Manoel Pimentel/João Simone
Redator:
Cláudio Deckes
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti Machado/Ciro Pellicano
Fotógrafo:
Norberto Isnenghi
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Nissim Zeitune
Agência:
MPM
Anunciante:
Ind. De Bebidas Cinzano
Produto:
Whisky Long John
Aprovado por:
Ricardo Nassar



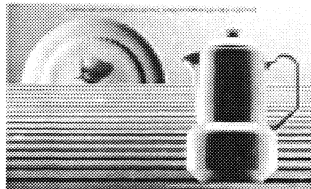
09/007

Título:
Este computador que vos fala...
Diretor de Arte:
Rooney Papa
Redator:
Stalinir Vieira
Diretor de Criação:
Washington Olivetto
Fotógrafo:
Luís Antonio Cersósimo
Produtor:
Paulo Salles/Giulio Pasotti
Contato:
Luiz P. Buono
Agência:
DPZ
Anunciante:
Itaútec
Produto:
Sistema de resposta
Aprovado por:
Rubens Lessa Vergueiro



09/008

Título:
Nosso melhor homem de venda
Diretor de Arte:
Cláudio de Oliveira Santos
Redator:
Marco Túlio Stabile
Diretor de Criação:
Marco Pittliuk
Produtor:
Luís Boschetti/Ivair I. de Deus/Eduardo J. Conceição
Contato:
Miriam Y. Yamada
Agência:
McCann-Erickson
Anunciante:
Quaker
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Martinique de Madach/Horácio Rocha



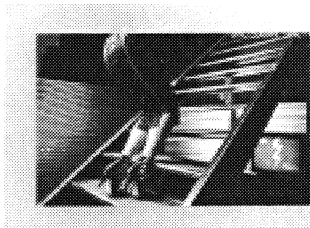
09/009

Título:
A arte não está no que você faz, mas...
Diretor de Arte:
Reginaldo Camargo
Redator:
Irene Knoth
Diretor de Criação:
Domingos Barone
Produtor:
José Carlos Zeferino
Contato:
Helena Costa Pinto
Agência:
Denison Propaganda
Anunciante:
Porcelana Schmidt
Produto:
Porcelana
Aprovado por:
Nelson Luiz V. de Moraes Lara/Ingrid Schmidt Lara



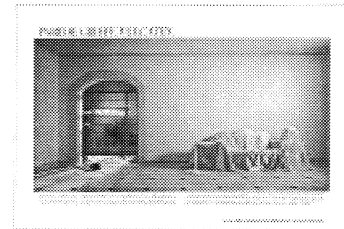
09/010

Título:
A Fiat não é a Poli...
Diretor de Arte:
Manoel Pimentel/João Simone
Redator:
Cláudio Deckes
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti Machado/Ciro Pellicano
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Dulio Malfatti Jr.
Agência:
MPM
Anunciante:
Fiat Automóveis
Produto:
Tecnologia
Aprovado por:
Flávio Furtado/Vincenzo Barelo



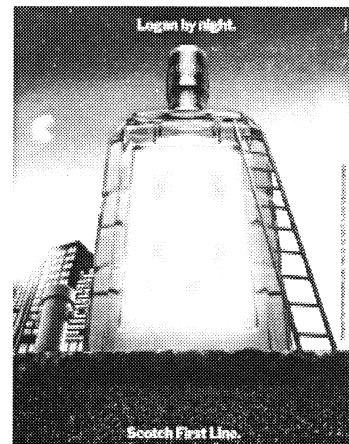
09/011

Título:
Uns Zoomp. Uns não.
Diretor de Arte:
Maurício S. de Oliveira
Redator:
Zezé Brandão
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Oriode J. Rossi
Contato:
Dulio Malfatti Jr.
Anunciante:
Zoomp Confeções
Produto:
Coleção Inverno
Aprovado por:
Renato Kerlakian



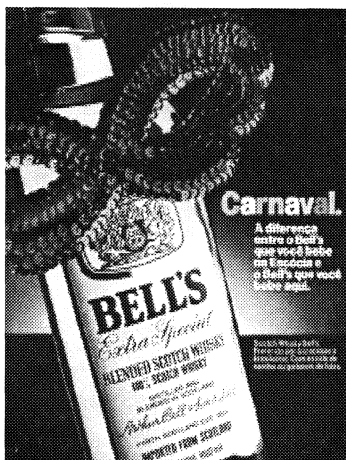
09/012

Título:
Parede Griffe Vulcatex
Diretor de Arte:
Kélio Rodrigues
Redator:
João Augusto Palhares Neto
Diretor de Criação:
José Zaragozza
Fotógrafo:
Klaus W. Mitteldorf
Produtor:
Paulo Salles
Contato:
Mauro Multedo
Agência:
DPZ
Anunciante:
Vulcan Material Plástico
Produto:
Vulcatex
Aprovado por:
John Mattland



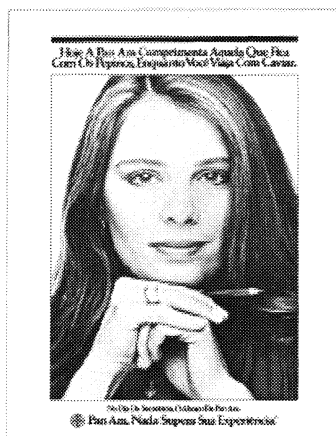
09/013

Título:
Logan by night
Diretor de Arte:
Adilson Ferrari
Redator:
Irene Knoth
Diretor de Criação:
Domingos Barone
Fotógrafo:
Klaus Mitteldorf
Produtor:
Marcionilo Dias dos Santos
Contato:
José Kozel Jr.
Agência:
Denison Propaganda
Anunciante:
Borges Representações
Produto:
Bebidas alcoólicas
Aprovado por:
André Borges



09/014

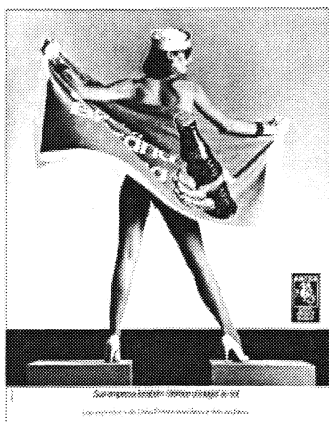
Título:
Carnaval
Diretor de Arte:
Helga Miethke
Redator:
Stalinir Vieira
Diretor de Criação:
Washington Olivetto
Fotógrafo:
Luís Antonio Cersósimo
Produtor:
Paulo Salles/Giulio Pasotti
Contato:
Ivan Pinheiro
Agência :
DPZ
Anunciante:
Heublein do Brasil
Produto:
Whisky Bell's
Aprovado por:
Sylvianne Horekem/Marcos D'Ávila



09/015

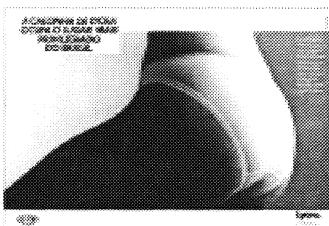
Título:
Hoje a Pan Am cumprimenta...
Diretor de Arte:
Zbigniew Campioni
Redator:
Adalberto D'Alambert
Diretor de Criação:
Ercilio Tranjan/Gilberto dos Reis
Fotógrafo:
José Daloia Neto
Produtor:
Fábio Benfatti Cardoso

Contato:
Dora L. Moreira
Agência :
ALMAP
Anunciante:
Pan American World Airways
Produto:
Dia da Secretária
Aprovado por:
Lee Virgílio



09/016

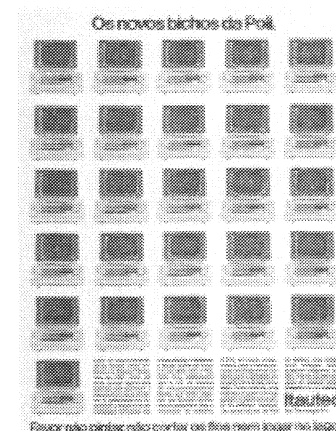
Título:
Sua empresa também merece
Diretor de Arte:
Reginaldo Camargo
Redator:
Irene Knoth
Diretor de Criação:
Domingos Barone
Fotógrafo:
Alvaro Póvoa
Produtor:
Luiz Gonzaga Lellis/José Carlos Zeferino
Contato:
José Eduardo Meira
Agência :
Denison Propaganda
Anunciante:
Artex S.A.
Produto:
Linha Promocional
Aprovado por:
Ulrich Khun



09/017

Título:
A calcinha de "Lycra" ocupa...
Diretor de Arte:
Mauricio Souza de Oliveira

Redator:
Wagner Fornel/Miguel Mancini
Diretor de Criação:
Magy Imoberdorf
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Roberto Testa
Contato:
Sulce Neide de Lima
Agência :
Lage Stabel/BBDO
Anunciante:
Du Pont do Brasil S.A.
Produto:
Fibra Têxtil-"Lycra"
Aprovado por:
Luiz Zippman



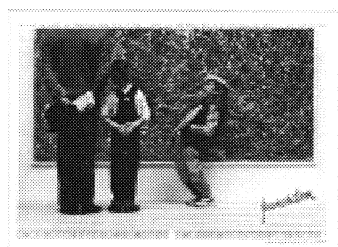
09/018

Título:
Os novos bichos da Poli
Diretor de Arte:
Rooney Papa
Redator:
Stalimir Vieira
Diretor de Criação:
Washington Olivetto
Fotógrafo:
Abraham Lincoln
Produtor:
Paulo Salles/ Giulio Pasotti
Contato:
Luis P. Buono
Agência :
DPZ
Anunciante:
Itaútec
Produto:
Micro Computadores
Aprovado por:
Rubens Lessa Vergueiro



09/019

Título:
A bolsa ou a vida
Diretor de Arte:
Aurélio Julianelli
Redator:
Ivan Lasco Rotundo
Diretor de Criação:
José Fontoura da Costa/Clóvis Calia
Fotógrafo:
Chico Aragão
Produtor:
Antônio Carlos F. dos Santos
Agência:
Standard, Ogilvy & Mather
Anunciante:
Associação In Natura de Consciência
Produto:
Campanha em Defesa do Pantanal
Aprovado por:
Luiz Zippman



09/021

Título:
Disco que não dança.../A Bomba Amiga.../Burrinho Vivo...
Diretor de Arte:
Aurélio Julianelli
Redator:
Pedro Alcântara Lopes Rezende
Diretor de Criação:
José Fontoura da Costa/Clóvis Calia
Ilustrador:
Erevan Chakarean
Produtor:
Antônio Carlos F. dos Santos
Contato:
Ludovico Castelari/Werner R. Sablowski
Agência:
Standard, Ogilvy & Mather
Anunciante:
Mercedes-Benz do Brasil
Produto:
Peças originais
Aprovado por:
Euclides Fontana

Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Dulio Malfatti/Vicente Donice
Agência:
MFM
Anunciante:
Fiat Automóveis
Produto:
Alfa Romeo
Aprovado por:
Flávio Furtado/Vicenzo Barelo



09/023

Título:
Todos os seguros saúde...
Diretor de Arte:
Rooney Papa
Redator:
Stalimir Vieira
Diretor de Criação:
Washington Olivetto
Fotógrafo:
Luís Antonio Cersósimo
Produtor:
Paulo Salles/Nóbrega/Giulio Pasotti
Contato:
Roberto Gregório
Agência:
DPZ
Anunciante:
Itaú Seguradora
Produto:
Hospitaú
Aprovado por:
Virginia Jackel/Paulo Cori



09/020

Título:
O melhor lugar do mundo...
Diretor de Arte:
Aurélio Julianelli
Redator:
Ivan Lasco Rotundo
Diretor de Criação:
José Fontoura da Costa/Clóvis Calia
Fotógrafo:
Chico Aragão
Produtor:
Antônio Carlos F. dos Santos
Contato:
Martha Gibson/Zilda Scanduzzi
Agência:
Standard, Ogilvy & Mather
Anunciante:
São Paulo Alpargatas
Produto:
Jeaneration
Aprovado por:
Eduardo Buarque de Almeida



09/022

Título:
Se existe o Mercedes-Benz Diesel...
Diretor de Arte:
Manoel Pimentel/João Simone
Redator:
Cláudio Deques
Diretor de Criação:
Sérgio Gracioti/Machado/Ciro Pellicano
Fotógrafo:
Andreas Heiniger

09/024

Título:
Hospitaú. O Seguro...
Diretor de Arte:
Rooney Papa
Redator:
Stalimir Vieira
Diretor de Criação:
Washington Olivetto
Fotógrafo:
Luís Antonio Cersósimo
Produtor:
Paulo Salles/ Giulio Pasotti
Contato:
Luiz P. Buono
Agência:
DPZ
Anunciante:
Itaú Seguradora
Produto:
Hospitaú
Aprovado por:
Virginia Jackel/Paulo Cori



09/025

Título:
Fazer anúncio pro Anuário é dose.
Diretor de Arte:
Nelson Calto
Redator:
Juvenal Azevedo
Diretor de Criação:
Leighton D. Gage
Fotógrafo:
Renato Berg
Produtor:
Maurício de Carvalho
Contato:
Ricardo Ladvocat
Agência:
SSC&Blintas Brasil
Anunciante:
W.M. Teachers Sons Brasil Imp.
Produto:
Whiskies
Aprovado por:
Rubens Lessa Vergueiro



09/026

Título:
Gol GT 1.8
Diretor de Arte:
Hélio José de Oliveira
Redator:
Ercílio Tranjan/Gilberto dos Reis
Diretor de Criação:
Ercílio Tranjan/Gilberto dos Reis
Fotógrafo:
Hilton Ribeiro
Produtor:
Fábio Benfatti Cardoso
Contato:
José Carlos Pires
Agência:
ALMAP
Anunciante:
Volkswagen do Brasil
Produto:
Gol
Aprovado por:
Rainer Wolf



09/027

Título:
Voyage 84 à vista
Diretor de Arte:
Luiz Antonio Nogueira
Redator:
Laurence Klinger
Diretor de Criação:
Rodolfo Vanni/Laurence Klinger
Fotógrafo:
Henrique Lorca
Produtor:
Fábio Benfatti Cardoso
Contato:
Helcio Emerich/José Carlos Pires
Agência:
ALMAP
Anunciante:
Volkswagen do Brasil
Produto:
Voyage
Aprovado por:
Admon Ganem



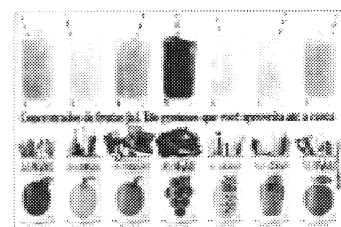
09/028

Título:
A Volks? É logo ali.
Diretor de Arte:
Enido Ângelo Michelini
Redator:
Ênio Basílio Rodrigues
Diretor de Criação:
Alex Periscinoto
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Fábio Benfatti Cardoso
Contato:
Helcio Emerich
Agência:
ALMAP
Anunciante:
Volkswagen do Brasil
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Dirk Reinbach



09/029

Título:
Apresentamos os novos...
Diretor de Arte:
Hélio José de Oliveira
Redator:
Ercílio Tranjan/Gilberto dos Reis
Diretor de Criação:
Ercílio Tranjan/Gilberto dos Reis
Fotógrafo:
Henrique Lorca
Produtor:
Fábio Benfatti Cardoso
Contato:
Paulo Lacerda
Agência:
ALMAP
Anunciante:
Volkswagen do Brasil
Produto:
Linha Gol 84
Aprovado por:
Dirk Reinbach



09/030

Título:
Concentrados de frutas JAL. Tão...
Diretor de Arte:
Luiz C. Braga de Camargo
Redator:
Carlos Galvão
Diretor de Criação:
Carlos Galvão/Luiz C. B. de Camargo
Fotógrafo:
Meca
Produtor:
Luiz Antonio de Paula
Contato:
Alberico Cilentio
Agência:
FG Propaganda
Anunciante:
Chandrê Fischer
Produto:
Succos JAL
Aprovado por:
Luis Roberto Sala



09/031

Título:
Chevette. Preparado para vencer...
Diretor de Arte:
Milton Mastrocossário
Redator:
Fábio Marcus de Castro
Diretor de Criação:
Paulo de Almeida
Produtor:
Luís Boschetti/Ivair I. de Deus/Eduardo J. Conceição
Contato:
Paulo Roberto Leoni/Dorien Sutherland
Agência:
McCann-Erickson
Anunciante:
General Motors
Produto:
Chevette
Aprovado por:
Almiro Vieira Neto/João Dias Machado



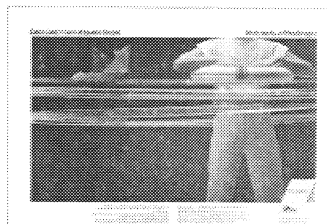
09/032

Título:
Qualquer carro 84 que você...
Diretor de Arte:
João Simone
Redator:
Sylvio Lima
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti Machado/Ciro Pellicano
Fotógrafo:
Osamo Nishi
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Duílio Malfatti
Agência:
MPM
Anunciante:
Fiat Automóveis
Produto:
Linha Fiat 84
Aprovado por:
Flávio Furtado



09/033

Título:
Só deixe entrar no seu quarto...
Diretor de Arte:
Marcelo Nepomuceno
Redator:
Neil Ferreira
Diretor de Criação:
José Zaragoza
Fotógrafo:
Moacyr Lugato
Produtor:
Paulo Salles/Nóbrega/Giulio Pasotti
Contato:
Renato Rosa
Agência:
DPZ
Anunciante:
Duratex
Produto:
Duradoor
Aprovado por:
Rui Meirelles/Flávia Ceccantini



09/034

Título:
Você pediu a Rhodia agiu.
Diretor de Arte:
Marcelo Nepomuceno
Redator:
Neil Ferreira
Diretor de Criação:
José Zaragoza
Fotógrafo:
Moacyr Lugato
Produtor:
Paulo Salles/Nóbrega/Giulio Pasotti
Contato:
Antonio Roberto T. dos Santos
Agência:
DPZ
Anunciante:
Rhodia
Produto:
Institucional/Divisão Têxtil
Aprovado por:
Osvaldo Montoro Jr./Rubens Hanunn



09/035

Título:
Metais Deca duram mais.
Diretor de Arte:
Marcelo Nepomuceno
Redator:
Neil Ferreira
Diretor de Criação:
José Zaragoza
Fotógrafo:
Moacyr Lugato
Produtor:
Paulo Salles/Nóbrega/Giulio Pasotti
Contato:
Renato Rosa
Agência:
DPZ
Anunciante:
Hydra
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Jeanfranco Biasi



09/036

Título:
Scotland's view
Diretor de Arte:
Adilson Ferrari
Redator:
Irene Knoth

Diretor de Criação:
Domingos Barone
Fotógrafo:
Klaus Mitteldorf
Produtor:
Marcionilio Dias dos Santos
Contato:
José Kozel Jr.
Agência :
Denison Propaganda
Anunciante:
Borges Representações
Produto:
Bebidas Alcoólicas
Aprovado por:
André Borges



09/037

Título:
Logan on the rocks.
Diretor de Arte:
Adilson Ferrari
Redator:
Irene Knoth
Diretor de Criação:
Domingos Barone
Fotógrafo:
Klaus Mitteldorf
Produtor:
Marcionilio Dias dos Santos
Contato:
José Kozel Jr.
Agência :
Denison Propaganda
Anunciante:
Borges Representações
Produto:
Bebidas Alcoólicas
Aprovado por:
André Borges



09/038

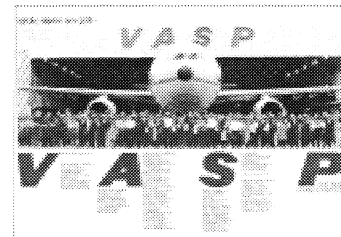
Título:
O importante é Ter Charm
Diretor de Arte:
José Zaragoza/Joca Benavent
Redator:
Neil Ferreira
Diretor de Criação:
José Zaragoza
Fotógrafo:
Moacyr Lugato
Produtor:
Paulo Salles/Nóbrega/Giulio Pasotti
Contato:
Fernando Luiz dos Santos
Agência :
DPZ
Anunciante:
Cia. Souza Cruz
Produto:
Charm
Aprovado por:
Peter Robertson



09/039

Título:
O importante é Ter Charm
Diretor de Arte:
Marcelo Nepomuceno
Redator:
Neil Ferreira
Diretor de Criação:
José Zaragoza

Fotógrafo:
J. R. Duran
Produtor:
Paulo Salles/Nóbrega/Giulio Pasotti
Contato:
Fernando Luiz dos Santos
Agência :
DPZ
Anunciante:
Cia. Souza Cruz
Produto:
Charm
Aprovado por:
Peter Robertson



09/040

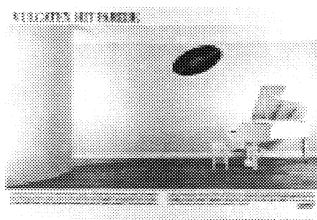
Título:
Estão rindo de que?
Diretor de Arte:
José Zaragoza
Redator:
Neil Ferreira
Diretor de Criação:
José Zaragoza
Fotógrafo:
Abel Fragata
Produtor:
Paulo Salles /Giulio Pasotti
Contato:
Jorge Cintra
Agência :
DPZ
Anunciante:
VASP
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Fernando Carvalho/José Varotto



09/041

Título:
Os Trapalhões.
Diretor de Arte:
Gabriel Zellmeister

Redator:
Washington Olivetto
Diretor de Criação:
Washington Olivetto
Fotógrafo:
Abraham Lincoln
Produtor:
Paulo Salles /Giulio Pasotti
Contato:
Jorge Cintra
Agência :
DPZ
Anunciante:
DPZ
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Roberto Dualilbi/Francisco Petit/José
Zaragoza/Ronald Persichetti



09/042

Título:
Vulcatex Hit Parede
Diretor de Arte:
Kélio Rodrigues
Redator:
João Augusto Palhares Neto
Diretor de Criação:
José Zaragoza
Fotógrafo:
Klaus Mitteldorf
Produtor:
Paulo Salles
Contato:
Mauro Multedo
Agência :
DPZ
Anunciante:
Vulcan Material Plástico
Produto:
Vulcatex
Aprovado por:
John Matland



09/043

Título:
Os metros quadrados mais...
Diretor de Arte:
Rooney Papa
Redator:
Stalimir Vieira
Diretor de Criação:
Washington Olivetto
Fotógrafo:
Klaus Mitteldorf
Produtor:
Paulo Salles/Giulio Pasotti
Contato:
Richard Reisfeld
Agência :
DPZ
Anunciante:
Tapetes Tabacow
Produto:
Carpets
Aprovado por:
Jacques Schneider/Cassio
Schifnagel



09/044

Título:
O.B. É o único absorvente que vai...
Diretor de Arte:
Gustavo Suarez

Redator:
Ana Quarto
Diretor de Criação:
José Zaragoza
Fotógrafo:
Moacyr Lugato
Contato:
Ivan Pinheiro
Agência :
DPZ
Anunciante:
Johnson & Johnson
Produto:
O.B.
Aprovado por:
C.A.Gottschale



09/045

Título:
Distraídos, desastrados...
Diretor de Arte:
Helga Miethke
Redator:
Paulo Ghirotti
Diretor de Criação:
Washington Olivetto
Fotógrafo:
Abraham Lincoln
Contato:
Roberto Gregório
Agência :
DPZ
Anunciante:
Fotóptica
Produto:
Lentes
Aprovado por:
Marcos Gaiarça/Mário Bilenky



09/046

Título:
Maus revestimentos
Diretor de Arte:
Velloso Dutra Ribas
Redator:
Veronique Forat
Diretor de Criação:
Berndt Misske
Contato:
Pedro Luiz Marcílio
Agência:
Young & Rubicam
Anunciante:
Du Pont do Brasil
Produto:
Teflon
Aprovado por:
Edgardo Lertora



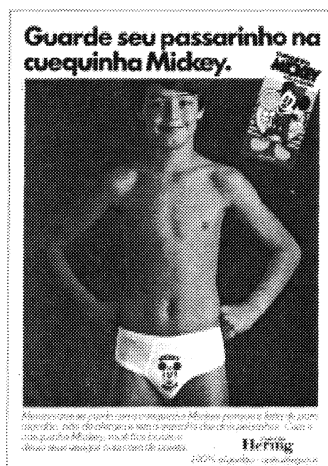
09/047

Título:
Desgruda a mulher
Diretor de Arte:
Júlio Mola
Redator:
Victor Rebouças
Diretor de Criação:
Berndt Misske
Fotógrafo:
Meca
Contato:
Pedro Luiz Marcílio
Agência:
Young & Rubicam
Anunciante:
Du Pont do Brasil
Produto:
Teflon II
Aprovado por:
Clayson Pretti/E. Lertora



09/048

Título:
Dona Ruth lavando...
Diretor de Arte:
Luiz Gonzaga Rocha Leite – Márcio Carvalho
Redator:
Marília Cardoso/Luiz Eça – Marcius Cortez
Diretor de Criação:
Domingos Barone – Eric Nice/Sup.: Ottoniel S. Pereira
Fotógrafo:
Alvaro Póvoa/Oswaldo Meligeni (ambas agências)
Contato:
Rolando Guardabassi/Ana Maria Ercolani – Arthur de M. Cesar/José L. Madeira/Rosa Paccini
Agência:
Denison Propaganda – Salles/Inter-Americana
Anunciante:
Brastemp
Produto:
Lavadora
Aprovado por:
Carlos A. V. Alves/Armando Favalle



09/049

Título:
Guarda seu Passarinho...
Diretor de Arte:
Adilson Ferrari
Redator:
Marília Cardoso
Diretor de Criação:
Domingos Barone
Fotógrafo:
Hilton Ribeiro

Contato:
Paulo Botto
Agência:
Denison Propaganda
Anunciante:
Cia. Hering
Produto:
Cueca Infantil
Aprovado por:
Maurice Burt/Francisco Socorro



09/050

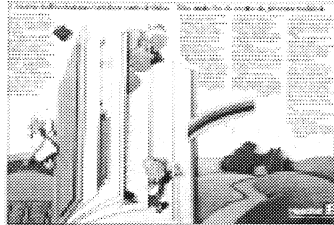
Título:
O bicho homem ainda precisa inventar
Diretor de Arte:
Marcelo Egydio Lucato
Redator:
Marco Antonio Gaspari
Diretor de Criação:
Licínio de Almeida/Luis Bueno D'Horta
Ilustrador:
José Carlos Brito
Produtor:
Edison de Souza Brito
Contato:
Walderez Cardaci
Agência:
Gang
Anunciante:
Hoechst do Brasil
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Cláudio Sonder



09/051

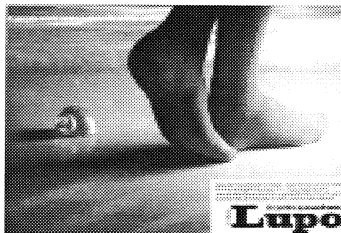
Título:
A quantidade de alimentos que se...
Diretor de Arte:
Marcelo Egydio Lucato
Redator:
Marco Antonio Gaspari
Diretor de Criação:
Licínio de Almeida/Luis Bueno D'Horta
Ilustrador:
Marcelo Cipis
Produtor:
Edison de Souza Pinto

Contato:
Walderez Cardaci
Agência :
Gang
Anunciante:
Hoechst do Brasil
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Cláudio Sonder



09/052

Título:
A história da Hoechst não é...
Diretor de Arte:
Marcelo Egydio Lucato
Redator:
Marco Antonio Gaspari
Diretor de Criação:
Licínio de Almeida/Luis Bueno D'Horta
Ilustrador:
Marcelo Egydio Lucato
Produtor:
Edison de Souza Pinto
Contato:
Walderez Cardaci
Agência :
Gang
Anunciante:
Hoechst do Brasil
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Cláudio Sonder



09/053

Título:
A Lupo põe carinho...
Diretor de Arte:
Marcelo Egydio Lucato
Redator:
Marco Antonio Gaspari
Diretor de Criação:
Licínio de Almeida/Luis Bueno D'Horta
Fotógrafo:
Caletto
Produtor:
Edison de Souza Pinto
Contato:
Marco Aurélio de Amorim Moura
Agência :
Gang
Anunciante:
Meias Lupo S.A.
Produto:
Meias
Aprovado por:
Ricardo Lupo/Elvio Lupo Jr.



09/054

Título:
Se ele não tivesse...
Diretor de Arte:
Roberto Cipolla
Redator:
LUIZ Alberto Desio
Diretor de Criação:
Luiz Alberto Desio
Fotógrafo:
Dudu Tresca
Contato:
Nelson Homem de Melo/Ugo Castellano
Agência :
Young & Rubicam
Anunciante:
Instituto Paulista de Adoção
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Sérgio Mendes/Antonio L. C. Camargo



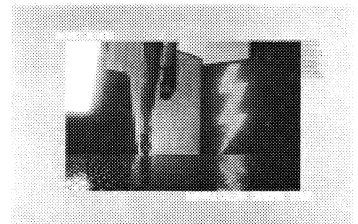
09/055

Título:
É de tirar o chapéu.
Diretor de Arte:
Luiz Waiss/Cláudio de Oliveira Santos
Redator:
Fernando Guimarães
Diretor de Criação:
Marco Pittiuk
Produtor:
Luís Boschetti/Ivair I. de Deus/Eduardo J. Conceição
Contato:
Miriam Y. Yamada/Carolina Smith
Agência :
McCann-Erickson
Anunciante:
Quaker
Produto:
Aveia Quaker
Aprovado por:
Martinique de Madach/Horácio Rocha



09/056

Título:
Sempre livre
Diretor de Arte:
Frederico c. Conrad
Redator:
Luiz Galdino
Diretor de Criação:
Luiz Galdino
Fotógrafo:
Luiz De Franco Neto
Produtor:
Guido Kapahnke
Contato:
Flávio Demasi
Agência :
Eureka de Publicidade
Anunciante:
Jotaguá Malhas Ltda.
Produto:
Cuecas Joatagá
Aprovado por:
João Haddad



09/057

Título:
Um raio caiu aqui
Diretor de Arte:
Maurício S. de Oliveira
Redator:
Zezé Brandão
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Oriode J. Rossi
Anunciante:
Zoomp Confecções
Produto:
Tênis
Aprovado por:
Renato Kerfakian



09/058

Título:
O soutien de Lycra.
Diretor de Arte:
Maurício Souza de Oliveira
Redator:
Wagner Fornel/Miguel Mancini
Diretor de Criação:
Magy Imoberdorf
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Roberto Testa
Contato:
Sulce Neide de Lima
Agência :
Lage Stabel/BBDO
Anunciante:
Du Pont do Brasil S.A.
Produto:
Lycra
Aprovado por:
Luiz Zippman



09/059

Título:
Destaque do ano
Diretor de Arte:
José Abel kropivka
Redator:
Nicola Raggio
Diretor de Criação:
Herbert Klaus Isnenghi
Fotógrafo:
Daloia
Produtor:
Romeu A. Testa
Contato:
Luiz Ricardo Lacerda
Agência :
Proeme Campbell Ewald
Anunciante:
Johnson & Johnson
Produto:
Lenços umedecidos



09/060

Título:
É assim que você vê Bonzo
Diretor de Arte:
Carlos Alberto Rocca
Redator:
José Roberto Ramasini
Diretor de Criação:
Herbert Klaus isnenghi
Fotógrafo:
Luiz Crispino
Produtor:
Romeu A. Testa
Contato:
Piero Helsel
Agência :
Proeme Campbell Ewald
Anunciante:
Purina Alimentos
Produto:
Bonzo
Aprovado por:
Bernard Higgins



09/061

Título:
Standard...
Diretor de Arte:
Aurélio Julianelli/Roberto Esteves Lopes
Redator:
Pedro Alcântara Lopes rezende
Diretor de Criação:
José Fontoura da Costa/Clóvis Calia
Produtor:
Antonio Carlos F. dos Santos
Agência :
Standard,Ogilvy & Mather
Anunciante:
Standard, Ogilvy & Mather
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Flávio correa/José Fontoura da Costa/
Clóvis Calia



09/062

Título: Parabéns Brahma Light...
Diretor de Arte: Hector Tortolano
Redator: Carlos Alberto Palombo Alves
Diretor de Criação: Hector Tortolano
Fotógrafo: Osvaldo Meligeni
Produtor: Jorge Elias Marinha
Contato: Alda Leite do Canto
Agência : Novagência de Propaganda
Anunciante: Philip Morris
Produto: Shelton Lights
Aprovado por: Nelsón Homem de Mello



09/063

Título:
Compre um conversível
Diretor de Arte:
Jackson Bergamo
Redator:
Roni Gotthilf
Diretor de Criação:
Roni Gotthilf
Fotógrafo:
Orv Bursztein
Produtor:
Regina Garjulli
Contato:
Sérgio Gotthilf
Agência :
Fox
Anunciante:
Dístico
Produto:
Carrinho para bebê
Aprovado por:
Orv Bursztein

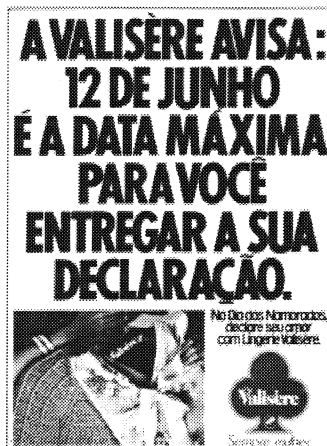


Diretor de Arte:
Joasquim G. Oliveira
Redator:
José Alberto Moreira
Diretor de Criação:
Eric Nice/Sup.: Otoniel S. Pereira
Fotógrafo:
Editora Abril
Contato:
Cláudio Morgado
Agência:
Salles/Inter-Americana
Anunciante:
Abril Vídeo
Aprovado por:
Jaime Almeida



09/064

Título:
O que é que um passageiro...
Diretor de Arte:
Zbigniew Campioni
Redator:
Adalberto D'Alambert
Diretor de Criação:
Ercílio Tranjan/Gilberto dos Reis
Fotógrafo:
Hilton Ribeiro
Produtor:
Fábio Benfatti Cardoso
Contato:
Dora L. Moreira
Agência:
ALMAP
Anunciante:
Pan American World Airways
Produto:
Worldport
Aprovado por:
Lee Virgílio



09/066

Título:
A Valisère avisa: 12 de junho...
Diretor de Arte:
Alexander Walter
Redator:
José Luiz Tavares
Diretor de Criação:
Elóy Simões
Fotógrafo:
Serapião
Produtor:
Walter Reixelo de Jesus
Contato:
Edison Eiji Inose
Agência:
GTM & C
Anunciante:
Valisère Indústria e Comércio Ltda.
Aprovado por:
Nilson Rama

09/067

Título:
Ou eu. Ou ele.
Diretor de Arte:
João Carlos Feljão/João Simone
Redator:
Sylvio Lima/Paulo Leite Costa
Diretor de Criação:
Sérgio Graciotti Machado/Ciro Pellicano
Ilustrador:
Walbercy Ribas Camargo
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Nissim Zeitune
Agência:
MPM
Anunciante:
Promax Produtos Máximos S.A.
Aprovado por:
Mário Nunes Galvão/Wilson Medeiros



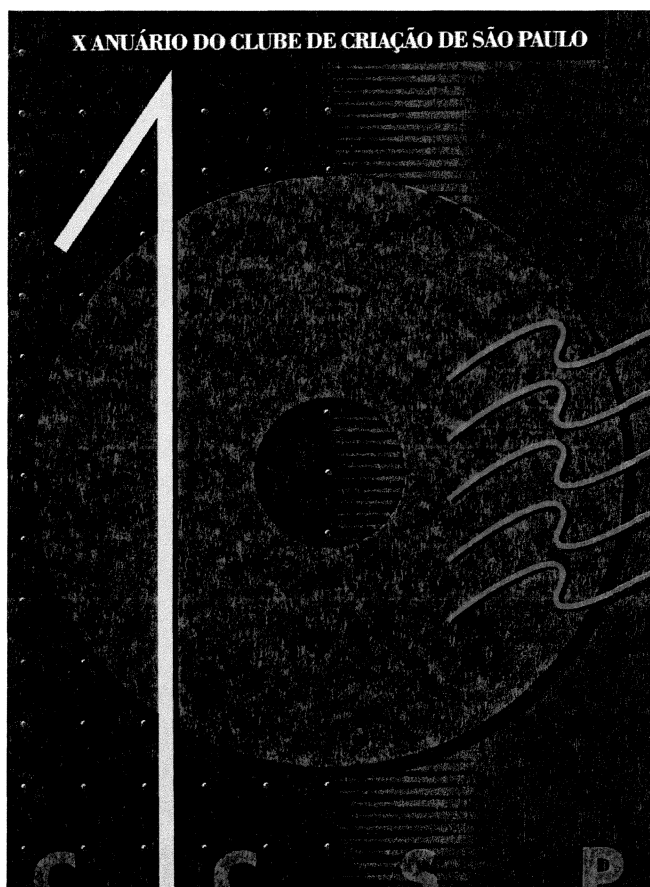
09/065

Título:
Nesta Terça, veja entrevista



09/068

Título:
Seja Divina
Diretor de Arte:
Geraldo Leite
Redator:
Marcos Camargos



Capa do Anuário 10 - 1984

Da apresentação do anuário:

“O Brasil está reaprendendo, passo a passo, viver com liberdade. Cabe a nós, home criação, aproveitar esse momento que traz um espaço e uma importância maiores p boa criação dentro das agencies de propaganda.”

Os jurados:

Aníbal Guastavino
Biarke Norking
Ciro Pellicano
Gilberto dos Reis
Luiz Alberto Desio

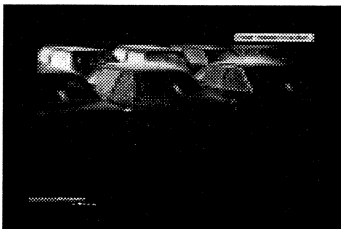
Coordenação:

Sebastião M. Teixeira



10/002

Título:
Parabéns, seu liquidificador acaba
Diretor de Arte:
BjameNorking
Redator:
Paulo Leite Costa
Dir. de Criação:
Sérgio Graciotti/Ciro Pellicano
Fotógrafo:
Álvaro Póvoa
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
Tarcísio Blumer
Agência
MPM
Anunciante:
Philips-Div. Walita
Aprovado por:
Danilo Gava Cain



10/003

Título:
Zoomp. Proibido Estacionar.
Diretor de Arte:
Maurício Souza de Oliveira
Redator:

José Luis Castelli
Fotógrafo:
Maurício Souza de Oliveira
Produtor:
Oriode J. Rossi
Anunciante:
Zoomp Confeções
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Renato Kerlakian



10/004

Título:
Você conhece alguém em Moscou?
Diretor de Arte:
Ana Carmem Longobardi
Redator:
Antonio P. A. Cabral/Eduardo Ursini
Dir. de Criação:
Ana Carmem Longobardi
Fotógrafo:
Arquivo Image Bank
Produtor:
José Carlos Araújo
Contato:
Walter Aguiar
Agência
Talent
Anunciante:
Lloyds Bank
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Carlos Alberto Chueiri



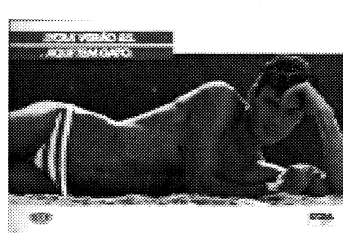
10/006

Título:
Estas são as duas maneiras...
Diretor de Arte:
Luiz Antonio Nogueira
Redator:
Francisco Neves Ferrão
Dir. de Criação:
Ercílio Tranjan/Gilberto dos Reis
Fotógrafo:
Henrique Lorca
Produtor:
Sebastião A. Fugyama
Contato:
José Carlos Pires/Suzete
Willmersdorf
Agência
Almap
Anunciante:
Volkswagen
Produto:
Kombi
Aprovado por:
Dirk Reinbach/Luiz Carlos Basso



10/005

Título:
Não é fácil ver um Scania...
Diretor de Arte:
Fábio Boer
Redator:
Laurence Klinger/Cristiane Maradi
Dir. de Criação:
Laurence Klinger
Fotógrafo:
Lorca
Produtor:
Benedicto Sorrentino
Contato:
Luciano C. Soares/Milton Rui
Agência
Leo Burnett
Anunciante:
Saab Scania
Produto:
Caminhões
Aprovado por:
Hans Emer Schlüepmann/Eurico
Barreiros Netto



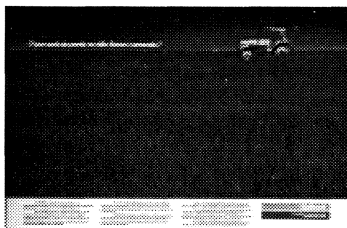
10/007

Título:
Aqui tem gato
Diretor de Arte:
Maurício Souza de Oliveira
Redator:
Zezé Brandão
Dir. de Criação:
Magy Imoberdrf
Fotógrafo:
J. R. Duran
Produtor:
Humberto Emílio Massareto/Maria
Fátima Oriani Carreira
Contato:
Maria Cristina Cataldi
Agência
Lage, Stabel/BBDO
Anunciante:
Du Pont
Produto:
Fio Elastano "Lycra"
Aprovado por:
Aleti Dias Gonçalves



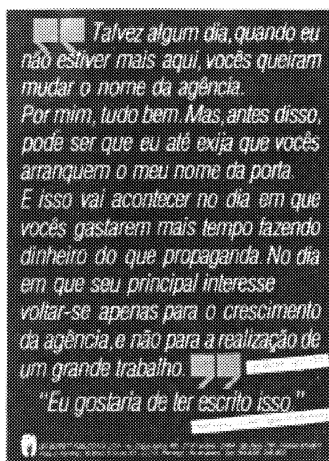
10/008

Título:
Sabe a última do português?
Diretor de Arte:
Marcelo Nepomuceno
Redator:
Ruy Lindenberg
Dir. de Criação:
Ana Carmem Longobardi
Fotógrafo:
Dimitri Lee
Produtor:
José Carlos Araújo
Contato:
José Francisco P. Eustáchio
Agência
Tallent
Anunciante:
Dismac
Produto:
Registradoras
Aprovado por:
Hélio Nascimento/José A. Lacerda



10/009

Título:
O que seria do verde se não fosse...
Diretor de Arte:
Otávio Donasce
Redator:
Alberto Zetune
Fotógrafo:
Chico Aragão
Produtor:
José Carlos Sábio
Contato:
Antonio Ianni Neto
Agência
Colucci
Anunciante:
Valmet
Produto:
Tratores
Aprovado por:
Flávio Taulois da Costa



10/010

Título:
Talvez algum dia...
Diretor de Arte:
Fábio Boer
Redator:
Leo Burnett/David Ogilvy
Produtor:
Benedicto Sorrentino
Contato:
Antonio Ianni Neto
Agência
Leo Burnett
Anunciante:
Leo Burnett
Produto:
Agência
Aprovado por:
Sérgio Guerreiro



10/011

Título:
Champion the champion
Diretor de Arte:
Marco Tulio Fagim
Redator:
Eduardo Ursini
Diretor de Criação:
Ricardo Guimarães
Fotógrafo:
Guy Weber
Produtor:
Manoel Santos
Agência
Guimarães E. Giacometti
Anunciante:
Beta
Produto:
Relógios Champion
Aprovado por:
Max Blankfelf



10/012

Título:
Ele diz que é mais econômico...
Redator:
Laurence Klinger/Cristiane Maradei
Diretor de Arte:
Fábio Boer
Diretor de Criação:
Laurence Klinger
Fotógrafo:
Lorca
Produtor:
Benedicto Sorrentino
Contato:
Luciano C. Soares/Milton Rui
Agência
Leo Burnett
Anunciante:
Saab Scania
Produto:
Caminhão
Aprovado por:
Hans Emer Schlüepmann/Eurico Barreiros Netto



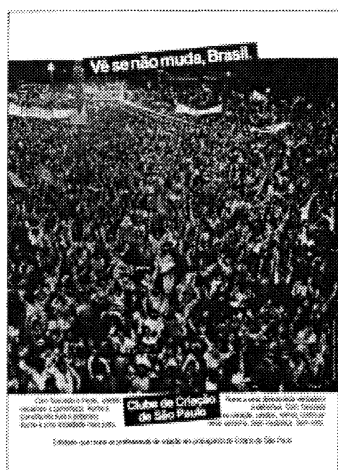
10/013

Título:
Quando você pensa que seu Scania...
Redator:
Laurence Klinger/Cristiane Maradei
Diretor de Arte:
Fábio Boer
Diretor de Criação:
Laurence Klinger
Fotógrafo:
Lorca
Produtor:
Benedicto Sorrentino
Contato:
Luciano C. Soares/Milton Rui
Agência
Leo Burnett
Anunciante:
Saab Scania
Produto:
Caminhão
Aprovado por:
Hans Emer Schlüepmann/Eurico Barreiros Netto



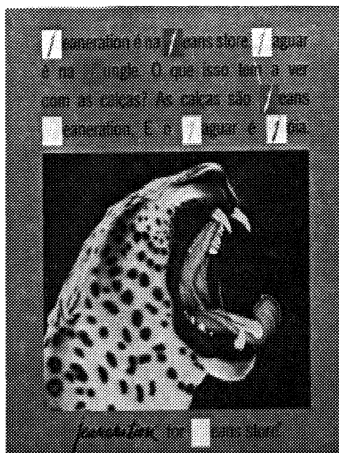
10/014

Título:
Corra, últimas vagas
Redator:
Cláudio Deckes
Diretor de Arte:
Rodolfo Vanni
Diretor de Criação:
José Zaragoza/Neil Ferreira
Fotógrafo:
Abraham Lincoln/Moacir Lugato/Abel
Fragate/Luiz Cersosimo
Contato:
Renato Rosa
Agência
DPZ
Anunciante:
DPZ
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Dualibí, Petit, Zaragoza, Ronald



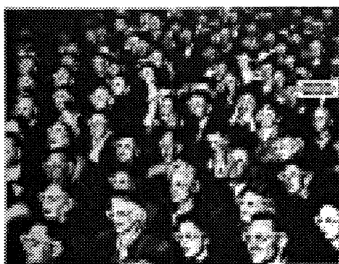
10/015

Título:
Vê se não muda, Brasil
Redator:
Gilberto dos Reis/Ercílio Tranjan/João
Baptista Assumpção Jr.
Diretor de Arte:
Adilson Ferrari
Diretor de Criação:
Ercílio Tranjan/Gilberto dos Reis
Fotógrafo:
Sílvia Ferreira/Agência Folha
Contato:
Fernando Camargo
Anunciante:
Clube de Criação de São Paulo
Aprovado por:
Clube de Criação de São Paulo



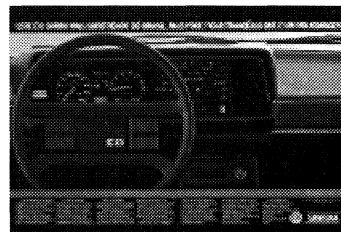
10/016

Título:
Jaguar
Redator:
Zezé Brandão
Diretor de Arte:
Maurício S. Oliveira
Diretor de Criação:
Magy Imoberdorf
Ilustrador
Manuel Peres
Contato:
Maria Cristina Cataldi
Anunciante:
Jeaneration/Jeanstore
Aprovado por:
Raul Sulzbaker



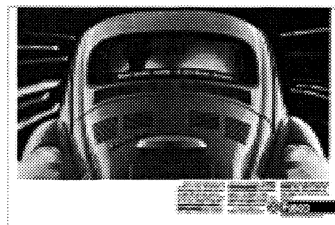
10/017

Título:
Oscar da Moda
Redator:
J.Luis Castelli
Diretor de Arte:
Maurício S. Oliveira
Produtor
Oriode José Rossi
Anunciante:
Zoomp Confecções
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Renato Kerlakian



10/018

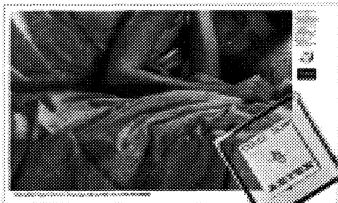
Título:
Este é o carro mais sofisticado do
Brasil
Diretor de Arte:
Zbigniew Campioni
Redator:
Ercílio Tranjan/Gilberto dos Reis
Dir. de Criação:
Ercílio Tranjan/Gilberto dos Reis
Fotógrafo:
Henrique Lorca
Produtor:
Fábio B. Cardoso
Contato:
Hélcio Emerich/José Carlos Pires
Agência
Almap
Anunciante:
Volkswagen
Produto:
Santana
Aprovado por:
Rainer Wolf/Alcir Poli



10/019

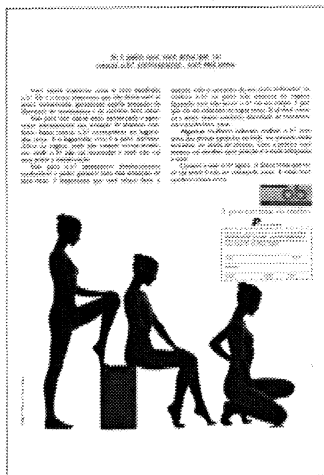
Título:
Meu outro carro e um Rolls-Royce
Diretor de Arte:
Gustavo Suarez
Redator:
Paulo F. de Jesus
Dir. de Criação:
Ercílio Tranjan/Gilberto dos Reis
Fotógrafo:
Gianfranco El Bianco
Produtor:
Fábio B. Cardoso
Contato:
Luiz Carlos Carmona
Agência
Almap
Anunciante:
Volkswagen
Produto:
Fusca
Aprovado por:
Alcir Poli

Diretor de Criação:
José Zaragoza/Neil Ferreira
Fotógrafo:
Moacir Lugato
Contato:
Oswaldo Franchi
Agência
DPZ
Anunciante:
Sadia
Produto:
Presunto Sadia Tender
Aprovado por:
Milton Bigi/Henning Feibert



10/026

Título:
Dobrafeita Tergal Garcia
Redator:
Alarico Piza
Diretor de Arte:
Bjarne Norking/João Simone
Diretor de Criação:
Sérgio Gracioti/Ciro Pelicano
Fotógrafo:
Pascal
Contato:
Walter Longo
Agência
MPM
Anunciante:
Artex
Produto:
Lençol
Aprovado por:
Ulrich Kuhn/Jorge Videira



10/027

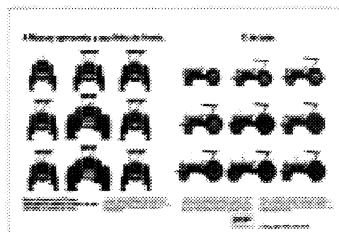
Título:
O.B. se é assim...
Redator:
Ama Clélia Quarto/Neil Ferreira

Diretor de Criação:
José Zaragoza/Neil Ferreira
Fotógrafo:
Abel Fragata
Contato:
Oswaldo Franchi/Ivan Pinheiro
Agência
DPZ
Anunciante:
Johnson & Johnson
Produto:
O.B.
Aprovado por:
Paula Marques da Costa



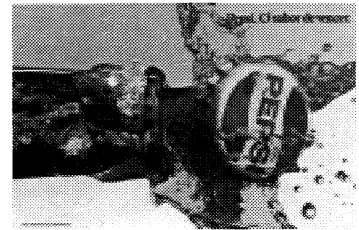
10/028

Título:
A Souza Cruz tem um supermercado
Redator:
Toninho Lima
Diretor de Arte:
Adeir Rampazzo
Diretor de Criação:
Alvaro Gabriel de Almeida
Produtor:
Nivaldo Valença
Contato:
Antonio Carlos Belluchi
Agência
MPM
Anunciante:
Souza Cruz
Produto:
Cigarro
Aprovado por:
Armando Dile



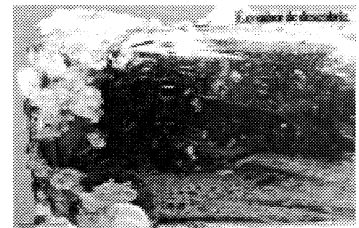
10/029

Título:
Massey apresenta sua linha de...
Redator:
Adriana Cury
Diretor de Arte:
José Adelino diniz
Diretor de Criação:
Sérgio Gracioti/Ciro Pelicano
Produtor:
Antonio Caleffi
Contato:
A. C. Andrade
Agência
MPM
Anunciante:
Massey Ferguson Perkins S/A
Produto:
Tratores
Aprovado por:
José Roberto



10/030

Título:
Garrafa Pepsi...
Redator:
Cláudio Correa de Almeida
Diretor de Arte:
Hector Tortolano
Diretor de Criação:
Cláudio Correa de Almeida
Fotógrafo:
Oswaldo Meligeni
Produtor:
Walter Mittelstaedt/Ademir de Carlo
Contato:
Gustavo Dias Leite
Agência
J. W. Thompson
Anunciante:
Holbra
Produto:
Pepsi-cola
Aprovado por:
Roberto Abramson



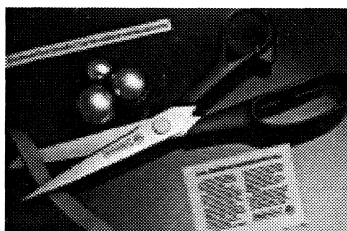
10/031

Título:
Garrafa Pepsi...
Redator:
Cláudio Correa de Almeida
Diretor de Arte:
Hector Tortolano
Diretor de Criação:
Cláudia Correa de Almeida
Fotógrafo:
Oswaldo Meligeni
Produtor:
Walter Mittelstaedt/Ademir de Carlo
Contato:
Gustavo Dias Leite
Agência
J. W. Thompson
Anunciante:
Holbra
Produto:
Pepsi-cola
Aprovado por:
Roberto Abramson



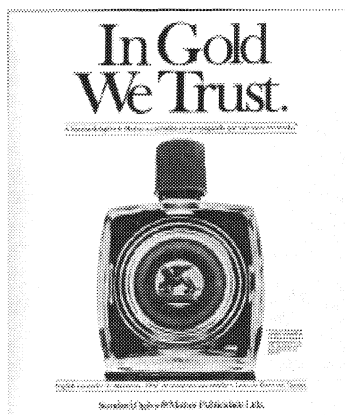
10/032

Título:
Garrafa Pepsi...
Redator:
Cláudio Correa de Almeida
Diretor de Arte:
Hector Tortolano
Diretor de Criação:
Cláudia Correa de Almeida
Fotógrafo:
Oswaldo Meligeni
Produtor:
Walter Mittelstaedt/Ademir de Carlo
Contato:
Gustavo Dias Leite
Agência
J. W. Thompson
Anunciante:
Holbra
Produto:
Pepsi-cola
Aprovado por:
Roberto Abramson



10/033

Título:
Nova mundial ponto vermelho
Redator:
Luís Fernando Feres
Diretor de Arte:
Roberto Esteves Lopes
Diretor de Criação:
José Fontoura da Costa/Clóvis Calla
Fotógrafo:
Schauder
Produtor:
Antonio Carlos F. dos Santos
Contato:
Paulo Levi/Fernando M. da Rocha
Agência
Standard
Anunciante:
Zivihércules/Mundial
Produto:
Tesoura ponto vermelho



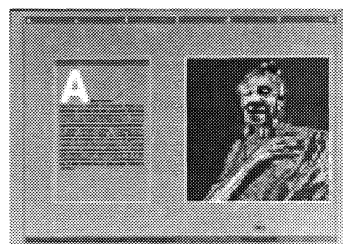
10/034

Título:
In gold we trust
Redator:
Heitor Feitosa Filho
Diretor de Arte:
Jaques Lewkowicz
Diretor de Criação:
José Fontoura da Costa/Clóvis Calla
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Antonio Carlos F. dos Santos
Agência
Standard
Anunciante:
Standard
Produto:
Anúncio de agência



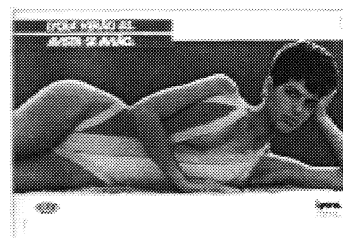
10/035

Título:
Danilo acaba de fazer dois anos
Redator:
Clóvis Calla
Diretor de Arte:
Jaques Lewkowicz
Diretor de Criação:
José Fontoura da Costa/Clóvis Calla
Fotógrafo:
Milton Sérgio Carello Pintp
Produtor:
Antonio Carlos F. dos Santos
Agência
Standard
Anunciante:
Standard
Produto:
Comunitário



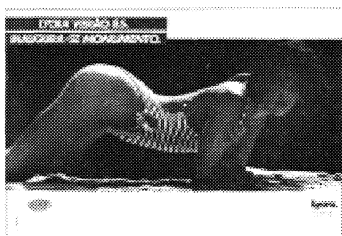
10/036

Título:
Alberta Hunter E. JWT
Redator:
Joaquim Gustavo Pereira Leite
Diretor de Arte:
Edmar Salles
Diretor de Criação:
Raul da Cruz Lima Neto
Ilustrador:
Edmar Salles
Produtor:
Walter Mittelstaedt/Ademir de Carlo
Agência
J. W. Thompson
Anunciante:
J. W. Thompson
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Andy Fenning



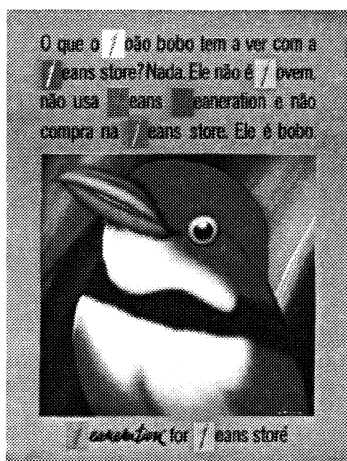
10/037

Título:
Avista-se avião
Redator:
Zezé Brandão
Diretor de Arte:
Maurício Souza de Oliveira
Diretor de Criação:
Magy Imoberdorf
Fotógrafo:
J. R. Duran
Produtor:
Humberto Emilio Massareto/Maria
Fátima Oriani Carreira
Agência
Lage, Stabel/BBDO
Anunciante:
Du Pont
Produto:
Fio Elastano "Lycra"
Aprovado por:
Arleti Dias Gonçalves



10/038

Título:
Inaugura-se monumento
Redator:
Zezé Brandão
Diretor de Arte:
Maurício Souza de Oliveira
Diretor de Criação:
Magy Imoberdorf
Fotógrafo:
J. R. Duran
Produtor:
Humberto Emílio Massareto/Maria
Fátima Oriani Carreira
Agência
Lage, Stabel/BBDO
Anunciante:
Du Pont
Produto:
Fio Elastano "Lycra"
Aprovado por:
Arieti Dias Gonçalves



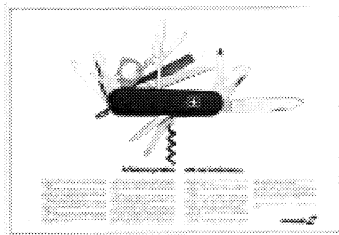
10/039

Título:
João Bobo
Redator:
Zezé Brandão
Diretor de Arte:
Maurício Souza de Oliveira
Diretor de Criação:
Magy Imoberdorf
Ilustrador:
Manuel Peres
Produtor:
Humberto Emílio Massareto/Maria
Fátima Oriani Carreira
Agência
Lage, Stabel/BBDO
Anunciante:
São Paulo Alpargatas-Div. Jeaneration &
Jeanstore
Produto:
Jeans
Aprovado por:
Luí Alberto Bellarin/Raul Sulzbacker



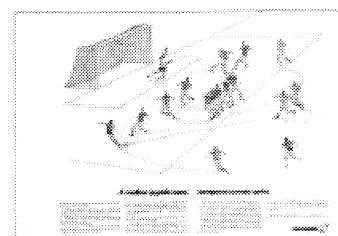
10/040

Título:
Aulas de vôlei, inscrições aqui
Redator:
Miguel Mancini
Diretor de Arte:
Pedro Yoshizuka
Diretor de Criação:
Magy Imoberdorf
Fotógrafo:
Andreas Heiniger
Produtor:
Humberto Emílio Massareto/Maria
Fátima Oriani Carreira
Contato:
Maria Elvira de Paula M. Sacchi
Agência
Lage, Stabel/BBDO
Anunciante:
São Paulo Alpargatas-Div. Rainha
Produto:
Tênis Rainha
Aprovado por:
Décio Nappi



10/041

Título:
A Suíça é prática até na lembrança
Redator:
Rose Ferraz/Wagner Fornel
Diretor de Arte:
Marc Boss
Diretor de Criação:
Peter Erzberger
Fotógrafo:
Richard Kohout
Produtor:
Sérgio L. Camargo/Danilo H.C. Silva
Contato:
Edeltraud Stockmann
Agência
GGK
Anunciante:
Swissair
Produto:
Compahia Aérea
Aprovado por:
Hanspeter Wegmüller



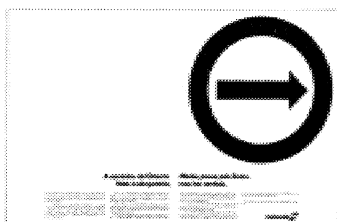
10/042

Título:
A melhor jogada nem sempre...
Redator:
Rose Ferraz
Diretor de Arte:
Marc Boss
Diretor de Criação:
Peter Erzberger
Ilustrador:
Gepp
Produtor:
Sérgio L. Camargo/Danilo H.C. Silva
Contato:
Edeltraud Stockmann
Agência
GGK
Anunciante:
Swissair
Produto:
Compahia Aérea
Aprovado por:
Hanspeter Wegmüller



10/043

Título:
Se o comércio exterior é complicado
Diretor de Arte:
Ana Carmem Longobardi
Redator:
Antonio P. A. Cabral/Eduardo Ursini
Dir. de Criação:
Ana Carmem Longobardi
Fotógrafo:
Arquivo Image Bank
Produtor:
José Carlos Araújo
Contato:
Walter Aguiar
Agência
Tallent
Anunciante:
Lloyds Bank
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Carlos Alberto Chueiri



10/044

Título:
A caminho do Oriente Médio...
Redator:
Rose Ferraz/Wagner Fronel
Diretor de Arte:
Marc Boss
Diretor de Criação:
Peter Erzberger
Ilustrador:
Ronaldo Ribeiro
Produtor:
Sérgio L. Camargo/Danilo H.C. Silva
Contato:
Edeltraud Stockmann
Agência
GGK
Anunciante:
Swissair
Produto:
Compahia Aérea
Aprovado por:
Hanspeter Wegmüller



10/046

Título:
A seguir, produtos Hering.
Diretor de Arte:
Milce Junqueira
Redator:
Marília Cardoso
Dir. de Criação:
Domingos Barone
Fotógrafo:
Francisco Aragão
Produtor:
Luis Iellis/José Carlos Zeferino
Contato:
Sílvia Ré Martins/Gerson Rodrigues
Agência
Denison
Anunciante:
Cia. Hering
Aprovado por:
Maurice Burt/Francisco Socorro



10/048

Título:
1985 começa...
Diretor de Arte:
Carlos Ogata
Redator:
Hans Dammann
Dir. de Criação:
Hans Dammann
Agência
Grad.Dammann
Anunciante:
Grad Dammann
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Hans Dammann/Roberto L. Grad/
Roberto Civita



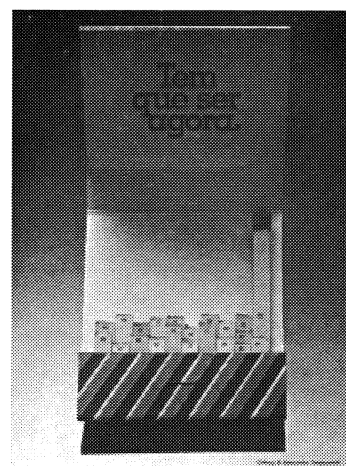
10/045

Título:
O tiro é livre
Diretor de Arte:
Ari Tadeu Fidélis
Redator:
Roberto Callage
Dir. de Criação:
Sérgio Gonzalez
Fotógrafo:
Miro
Produtor:
Jurandir Maciel
Contato:
Marino Vasquez
Agência
MPM
Anunciante:
Calçados
Aprovado por:
Antonio D'Alessandro



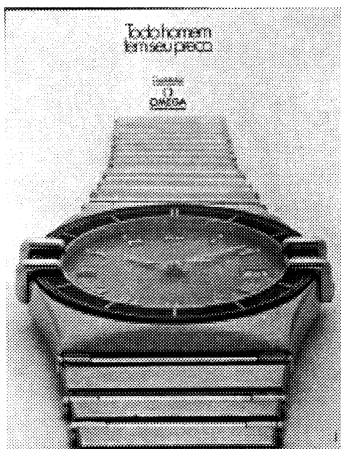
10/047

Título:
Para enfrentar esta selva...
Diretor de Arte:
Ana Carmem Longobardi
Redator:
Antonio P. A. Cabral
Dir. de Criação:
Ana Carmem Longobardi
Fotógrafo:
Arquivo Image Bank
Produtor:
José Carlos Araújo
Contato:
Walter Aguiar
Agência
Tallent
Anunciante:
Lloyds Bank
Produto:
Institucional
Aprovado por:
Carlos Alberto Chueiri



10/049

Título:
Tem que ser agora
Diretor de Arte:
João Batista Ferreira Filho
Redator:
Gregório Noubar Hamparian
Fotógrafo:
José Federcio Spitalé
Agência
Colucci
Aprovado por:
Oscar Colucci



10/050

Título:
Todo homem tem seu preço
Diretor de Arte:
Heloisa Spolverini
Redator:
Gregório Noubar Hamparian
Fotógrafo:
Foto cedida pelo cliente
Produtor:
José Carlos Sábio
Contato:
Pedro Heck
Agência
Colucci
Anunciante:
C.I.R.
Produto:
Relógio Omega
Aprovado por:
Roberto Toschi

BIBLIOGRAFIA

- ANASON, H.H.. *A History of Modern Art*. London: Thames and Hudson, 1988.
- ARANTES, Otília. *O lugar da Arquitetura depois dos Modernos*. São Paulo: Edusp- Editora da Universidade de São Paulo, 1995.
- ARGAN, Giulio Carlo. *Arte Moderna*. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.
- BALDOVI, José Monleón, FERNANDES, Carlos Roberto, FREIRE, Wagner. *Manual do Cartazista*. Rio de Janeiro: SENAC. Departamento Nacional, 1982.
- BAUDRILLARD, Jean. *A transparência do mal*. São Paulo: Papirus, 1990.
- BENÉVOLO, Leonardo. *História da Arquitetura Moderna*. São Paulo: Perspectiva., 1976.
- CALVOCORESSI, Richard. *Magritte*. Londres: Phaidon Press Limited, 1997.
- CARRAMILLO NETTO, Mário. *Contato imediato com produção gráfica*. São Paulo: Global, 1987.
- CELANT, Germano (curador). *Claes Oldenburg: An Anthology*. New York: The Solomon R. Guggenheim Foundation, 1995.
- DOCZI, Oyörgy. *O poder dos limites. Harmonia e Proporções na Natureza, Arte e Arquitetura*. São Paulo: Mercuryo , 1990.
- DONDIS, Donis A. *Sintaxe da Linguagem Visual*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- DUARTE Jr., João Francisco. *O sentido dos sentidos. A educação (do) sensível*. São Paulo: Criar, 2001.
- FERLAUTO, Cláudio (org), Jorge. *Faces do Design*. São Paulo: Rosari, 2003.
- FUSCO, Renato De. *História da Arte Contemporânea*. Lisboa: Presença., 1988.

- GAGE, Leighton D. e MEYER Cláudio. *O Filme Publicitário*. São Paulo: SSC&B – Lintas, 1985.
- HOLLIS, Richard. *Design Gráfico. Uma história concisa*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- HULBURT, Allen. *Layout: O design da página impressa*. São Paulo: Nobel, 1986.
- IANNI, Octávio. *A sociedade global*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1992.
- LADEIRA, Julieta de Godoy. *Contato imediato com criação de Propaganda*. São Paulo: Global, 1987.
- MARANHÃO, Jorge. *A arte da publicidade: estética, crítica e kitsch*. São Paulo: Papirus, 1988.
- MONTANER, Josef Maria. *La modernidad superada. Arquitectura, arte y pensamiento Del siglo XX*. A: Gustavo Gili, 1998.
- OLIVEIRA, Nicolas de, OXLEY, Nicola, PETRY, Michael. *Installation Art*. London: Thames and Hudson, 1994.
- PECCININI, Daisy V. M. *Objeto na Arte Brasil anos 60*. São Paulo: Fundação Armando Álvares Penteado, 1977/78.
- RODRIGUES, Eduardo de Jesus. *O cartaz em São Paulo*. São Paulo: IDART – Depto de Informação e Documentação Artísticas, 1980.
- STANGOS, Nikos (org.). *Conceitos da Arte Moderna*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar., 1991.
- TEIXEIRA LEITE, J. Roberto. *Dicionário Crítico da Pintura no Brasil*. Rio de Janeiro: Artlivre, 1988.
- WALDMAN, Diane. *Transformations in Sculpture*. New York: The Solomon R. Guggenheim Foundation, 1985.
- WOLLNER, Alexandre. In: Catálogo da Exposição: *O Design no Brasil – História e Realidade*. São Paulo : SESC – Serviço Social do Comércio e Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand, 1982.

ZANINI, Walter,(org.) *História Geral da Arte no Brasil*. São Paulo: Instituto Walther Moreira Salles, 1983. 2v., il.

