

Briefing criativo | Casa do Artista



Contexto

“Como pinta quem nunca pintou”

Em 1997, realizou-se um leilão de pinturas de palhaços realizadas por 92 personalidades portuguesas a reverter para a finalização das obras da Apoiarte – Casa do Artista. O leilão foi transmitido pela RTP, a partir do Teatro Politeama, arrecadando 30 330 000 escudos (+ de 150 000 €). Trinta anos depois queremos recuperar esta iniciativa. Vinte e cinco personalidades ilustres da cena cultural portuguesa, voltam a pintar palhaços a favor da Casa do Artista numa altura em se somam necessidades de intervenção no edificado deste projeto único em Portugal. A iniciativa culmina, como há 30 anos, num grande leilão a reverter para a Casa do Artista.

Target

Público geral

Mensagem-chave

“Os rostos que nos inspiram convidam-nos a licitar o maior sorriso do ano!”

Objetivo

Criar uma campanha DOOH impactante, capaz de captar a atenção, sensibilizando a população para a importância de participar neste leilão solidário que apoia a continuidade de uma obra que é única em Portugal (e uma das poucas no mundo): a proteção de todos aqueles que entregaram a sua vida a fazer parte do dia a dia do grande público.

Tom de comunicação

Emotivo, caloroso, empático, direto e otimista.

Sobre a Casa do Artista

Somos uma instituição de solidariedade social (IPSS) que tem como função principal apoiar e dignificar os profissionais da cultura e das artes em Portugal. A instituição é composta por 6 estruturas fundamentais: Residência Sénior, Teatro, Galeria, Centro de Formação, Centro de Documentação e Espaço Saúde. Ao longo dos últimos 27 anos temos assumido um papel especializado no acompanhamento dos artistas em situação de reforma e de maior vulnerabilidade.

Logotipo [aqui](#)

Nota: as peças criadas podem ser utilizadas em todos os ambientes da JCDecaux: mobiliário urbano, aeroportos, centros comerciais e grandes formatos.