

(L)



Outubro. 01. 2016 Outubro. 01

Entrevista a Paulo Pessoa Carvalho

Paulo faça-nos um ponto de situação da Prótoiro? Como a encontrou, o que se tem feito, e para onde vai caminhar...

Antes de olhar para onde estamos, deixe-me recordar o momento do nascimento. A PRÓTOIRO nasceu como necessidade comum de um grupo de pessoas. Na altura, procurávamos um caminho que de alguma forma ajudasse todos os sectores da festa a prepararem-se para os tempos atuais e futuros. Daí, desse sentimento mútuo de várias pessoas, surgiu a PRÓTOIRO.

O trabalho por ela desenvolvido tem sido muito,

<http://www.touradas.pt/noticia/entrevista-a-paulo-pessoa-carvalho>) (<https://plus.google.com/share?url=http://www.touradas.pt/noticia/entrevista-a-paulo-pessoa-carvalho>) ([https://twitter.com/intent/tweet?text=Entrevista a Paulo Pessoa Carvalho &url=http://www.touradas.pt/noticia/entrevista-a-paulo-pessoa-carvalho](https://twitter.com/intent/tweet?text=Entrevista+a+Paulo+Pessoa+Carvalho+%26url=http://www.touradas.pt/noticia/entrevista-a-paulo-pessoa-carvalho))
 não sempre visível, mas de certeza frutífero. Na verdade, e muito resumidamente, a PRÓTOIRO abriu um canal de consciencialização para

problemas que temos sentidos, e tem ajudado a criar uma estratégia de ação e defesa da festa.

(L)

Tem desenvolvido um trabalho profundo com as forças de intervenção na sociedade, com o objectivo de dar a conhecer e valorizar a festa e a sua importância sócio-cultural e económica.

O caminho que se segue é a continuidade do trabalho feito, um trabalho difícil porque se vira para dentro e para fora. Temos a contínua meta de envolver todos os agentes da Festa, incentivando-os a fazer mais e melhor e alertando-os para a necessidade de mudança. Mas, o grande foco da Protoiro é agir na sociedade para mostrar a verdadeira importância da tauromaquia e toda a sua enorme riqueza e multivalências, que ultrapassam tremendamente o espectáculo em si que é uma corrida de toiros. Neste capítulo e apenas para concluir, a PRÓTOIRO terá sempre como seu lema a liberdade cultural e o respeito pelas opções de cada um. Com o lançamento da marca Touradas, um passo estratégico muito meditado, damos um passo inovador e importantíssimo para a promoção da tauromaquia.

Como sente a união entre os intervenientes da festa para com a Protoiro? Como correu e foi recebida a apresentação do projecto 'Touradas' aos intervenientes?

A apresentação do projecto TOURADAS correu bem e foi recebida de igual forma. Foram



colocadas oportunas questões e a plateia
<http://www.touradas.pt/noticia/entrevista-a-paulo-pessoa-carvalho> (https://plus.google.com/share?url=http://www.touradas.pt/noticia/entrevista-a-paulo-pessoa-carvalho) (https://twitter.com/intent/tweet?text=Entrevista a Paulo Pessoa Carvalho &url=http://www.touradas.pt/noticia/entrevista-a-paulo-pessoa-carvalho)
 constituem a PRÓTOIRO, saiu, penso eu,

(L)

esclarecida mas, acima de tudo, consciente de que estamos um passo à frente de muitas áreas de negócio na forma como olhamos para o futuro.

As pessoas perceberam que existe estratégia, existem ideias, existe um caminho claro a percorrer. Agora, é tempo de concretizar estas ideias, valorizarmo-nos, darmos definitivamente o passo para uma nova e actual noção do mundo da tauromaquia, quer para dentro quer para fora - pois irão respeitar-nos e valorizar-nos de uma outra forma. Não é possível chegar, ver e vencer, isso não acontece na vida real salvo raras excepções. As pessoas, na sua grande maioria, são impacientes e desconfiadas, são características humanas que todos nós partilhamos. Temos resistências ao que é novo, ao que é diferente. O caminho que temos vindo a fazer é longo e árduo. Por vezes temos mesmo de nos recordar de que só o tempo, a união e o foco no mesmo objectivo (defesa e promoção da festa) é que nos farão chegar onde pretendemos. Esta apresentação correspondeu precisamente a um esforço numa área em que nos pediram que melhorássemos a nossa intervenção, na acção da comunicação interna. Pedimos a paciência e compreensão de todos para o arranque deste enorme projecto, que exige energias e empenho de todos. Estamos todos a trabalhar para a Festa, para que ela se fortaleça.



A Protoiro prepara-se para lançar a marca

(<http://www.touradas.pt/noticia/entrevista-a-paulo-pessoa-carvalho>). (<https://plus.google.com/share?url=http://www.touradas.pt/noticia/entrevista-a-paulo-pessoa-carvalho>). (<https://twitter.com/intent/tweet?text=Entrevista+Paulo+Pessoa+Carvalho&url=http://www.touradas.pt/noticia/entrevista-a-paulo-pessoa-carvalho>)

(L)


Depois de vários anos de trabalho sentimos a necessidade de poder potenciar a comunicação da tauromaquia, um dos objectivos fundamentais da Protoiro. Isso só é possível através da criação de uma marca em redor da qual se constrói a comunicação e a estratégia para abordar os nossos públicos alvo. Assim, decidimos criar a marca "Touradas" uma marca que agrega a comunicação de todas as dimensões do universo da tauromaquia, comunicando a tauromaquia na sociedade.

É uma marca de raiz portuguesa mas de mentalidade aberta e global, daí a escolha de um toiro origami como símbolo da marca. A marca Touradas aposta na dimensão emocional: no seu ADN está uma marca feita de Portugal e das suas emoções, do amor à cultura portuguesa e àquilo nos faz únicos no mundo. Uma marca vibrante para quem vive a vida intensamente e com optimismo. Uma marca cheia de paixão, que oferece experiências excitantes e que desperta sentimentos únicos. Um Statement para quem afirma o que é, aquilo em que acredita, o que o faz feliz.

Iremos agora vender as Corridas de Touros, agora denominadas de "Touradas, como um produto?

Não somos nós que denominamos as corridas de touros de touradas, são os portugueses, pois a maioria da população refere-se ao espectáculo

tauromáquico como "touradas". Per isso quando

 <http://www.touradas.pt/noticia/entrevista-a-paulo-pessoa-carvalho>, <https://plus.google.com/share?url=http://www.touradas.pt/noticia/entrevista-a-paulo-pessoa-carvalho>, <https://twitter.com/intent/tweet?text=Entrevista a Paulo Pessoa Carvalho &url=http://www.touradas.pt/noticia/entrevista-a-paulo-pessoa-carvalho>


(L)

queremos comunicar temos de ir ao encontro do nosso público-alvo e falar a sua linguagem. Essa foi a razão da escolha do nome.

A Tauromaquia é uma parte integrante da indústria cultural do nosso país, por isso a criação desta marca é um passo em frente para comunicar a tauromaquia como um produto cultural único no mundo, pois a corrida à portuguesa é um espectáculo cultural que só existe em Portugal, tendo um potencial de negócio elevado. Queremos levá-lo a mais portugueses mas também explorar o seu potencial turístico.

Mas como disse antes, a marca Touradas não se refere só ao espectáculo em si, mas todo o ciclo de valor do universo taurino. Queremos junto com os profissionais potencial as actividades e o potencial de negócio que existe dentro da tauromaquia. Um exemplo disso é o turismo taurino ou o turismo equestre entre outros. Queremos valorizar o setor e ser uma plataforma para dar visibilidade aos negócios e ofertas que existem dentro do mesmo, apoiando o seu crescimento.

Além das Corridas de Toiros, iremos vender a imagem do universo da tauromaquia em toda a sua amplitude, através da marca TOURADAS. Um exemplo fácil de perceber: pretendemos fazer pela tauromaquia o mesmo que o Turismo de Portugal faz pelo setor do turismo, promove-o e potência o negócio de toda a oferta turística em Portugal.

 <http://www.touradas.pt/noticia/entrevista-a-paulo-pessoa-carvalho>. <https://plus.google.com/share?url=http://www.touradas.pt/noticia/entrevista-a-paulo-pessoa-carvalho>. [https://twitter.com/intent/tweet?text=Entrevista a Paulo Pessoa Carvalho &url=http://www.touradas.pt/noticia/entrevista-a-paulo-pessoa-carvalho](https://twitter.com/intent/tweet?text=Entrevista+a+Paulo+Pessoa+Carvalho+%26url=http://www.touradas.pt/noticia/entrevista-a-paulo-pessoa-carvalho)

Como iremos 'vender' esse produto?

(L)

Com a criação desta marca, a Protoiro passa agora a remeter-se a um papel institucional, que é o seu grande objectivo. Já a marca Touradas, gerida pela Protoiro, vai adotar uma postura de comunicação proactiva, com ações de activação em eventos, dentro e fora do contexto da tauromaquia, com acções e campanhas temáticas regulares, apostando numa maior exposição mediática deste produto cultural.

Esta é uma marca para viver, dialogar e partilhar, pelo que a presença digital da Touradas inclui um novo website www.touradas.pt (<http://www.touradas.pt>), tecnologicamente evoluído e adaptado às plataformas mobile, além de uma forte presença nas redes sociais, criando uma relação próxima e envolvente com todos, aficionados ou não.

A assinatura da marca é "Vive a tua Paixão", apelando directamente à afirmação daquilo que a todos nos move e motiva, mesmo para lá da tauromaquia. O tom da marca será informal, "tu", permitindo uma relação franca e directa, apelando também a um público mais jovem.

Estaremos a vender esse produto a 'turistas' e vamos esquecer quem nos 'alimenta', falando essencialmente do Ribatejo e Alentejo, bastiões da tauromaquia...

Essa questão é totalmente desajustada e perdoe-me, diria que de alguém que está "fora da jogada".

Como tive oportunidade de dizer, esses bastiões

da tauromaquia tradicional (porque há mais)

(<http://www.touradas.pt/noticia/entrevista-a-paulo-pessoa-carvalho>) (<https://plus.google.com/share?url=http://www.touradas.pt/noticia/entrevista-a-paulo-pessoa-carvalho>) ([https://twitter.com/intent/tweet?text=Entrevista a Paulo Pessoa Carvalho &url=http://www.touradas.pt/noticia/entrevista-a-paulo-pessoa-carvalho](https://twitter.com/intent/tweet?text=Entrevista+a+Paulo+Pessoa+Carvalho+%26url=http://www.touradas.pt/noticia/entrevista-a-paulo-pessoa-carvalho))
este projecto, pretendemos aliás que de uma

(L)

o sol, a praia, o que seja. Quando a campanha terminar iremos fazer uma ação pública na cidade de Lisboa, com todas as fotografias que forem partilhadas connosco. Deixo o apelo participação de todos e que descubram o novo site. Temos a certeza que se vão surpreender.

Até que ponto poderemos 'innovar' em algo tão tradicional?

Podemos sempre inovar! Se assim não fosse o mundo estaria morto. Ser tradicional, não significa estar parado. A tradição é uma contínua reinterpretação. Basta olhar para o Fado, que passou de velho a estar na moda, veja-se por exemplo a recuperação do setor do calçado, que passou de obsoleto a inovador. É exactamente este tipo de efeito que pretendemos provocar na tauromaquia.

Ter história é um capital impagável e temos é de saber usá-lo como fonte de futuro. Acima de tudo o que queremos é inovar na comunicação. O que queremos é despertar novos interesses e curiosidade para o universo riquíssimo da tauromaquia. Valorizamos agora aspectos que "os de dentro" dão por adquiridos: a riqueza dos trajes, as profissões associadas, a vida no campo, os valores éticos e ecológico, entre outros.

A Tauromaquia é um dos factores identitários de Portugal e tem uma força extraordinária com cerca de 3,5 milhões de portugueses que se afirmam aficionados, mas com um universo de

quase nove milhões que respeita a tauromaquia

(<http://www.touradas.pt/noticia/entrevista-a-paulo-pessoa-carvalho>), (<https://plus.google.com/share?url=http://www.touradas.pt/noticia/entrevista-a-paulo-pessoa-carvalho>), (<https://twitter.com/intent/tweet?text=Entrevista+a+Paulo+Pessoa+Carvalho+%amp;url=http://www.touradas.pt/noticia/entrevista-a-paulo-pessoa-carvalho>) portugueses.