"Estadão" dá prêmio a profissionais e agências que se destacaram no ano

Cerimônia de entrega do 6ºPrêmio Estadão de Mídia foi realizada ontem, no Tom Brasil

O 6.º Prêmio Estadão de Mídia foi entregue ontem, em festa no Tom Brasil, que reuniu mais de 500 pessoas e foi animada pelo som de Maurício Manieri. O prêmio Personalidade de Mídia 2003 foi entregue a Fátima Pacheco Jordão, Wanderley Fucciolo e Paulo Cheiri.

O grande momento da festa em que o Estado, o Jornal da Tarde, a Agência Estado e a Rádio Eldorado premiam os profissionais de mídia – aqueles que fazem a ponte entre os meios de comunicação e os anunciantes – foi a entrega do troféu Profissional de Mídia do Ano para Flávio Rezende, da DPZ.

As agências vencedoras do prêmio Eficiência de Mídia, pela qualidade dos trabalhos apresentados, foram Salles D'Arcy e Almap/BBDO. Por categoria, os vencedores em monografias foram: de pesquisa, Adriana Almeida e Cristina Lima (Salles D'Arcy); de mídia jornal, Rita de Cássia Souza e Odila de Andrade Cintra (Giovanni FCB); de mídia eletrônica, Andréa Santos, Halph Silva e Patrícia Russo (Salles D'Arcy). Em case de mídia eletrônica, Danilo Castro, Ângelo Franzão Neto, Percival Caropreso e Cláudio Gekker (McCann-Erickson). Na categoria Case de Mídia Digital, Paulo Camossa Jr. e João Binda (Almap/BBDO). A mesma agência levou o troféu na categoria Case de Solução Inusitada de Mídia, apresentado por Paulo Camossa Jr., Cassiano Oliva, Wanderley Jovenazzo e Denise Lavezzo. O Case de Mídia Impressa foi para Pedro Bullos, Hilton Monteiro, Luiz Roberto Cunha e Marina Monteiro, da agência Prisma, de Vitória (ES).

Na categoria estudantes, Paulo Gama e Souza Fiasco, aluno da Fundação Armando Álvares Penteado (Faap), foi o vencedor do prêmio Talento de Mídia, por apresentar o melhor trabalho entre os concorrentes da categoria.

Para o diretor de Publicidade do Grupo Estado, Ênio Vergeiro, a diferença do Prêmio Estadão de Mídia é que ele contribui para o negócio da propaganda no Brasil porque não se limita a premiar monografias, mas casos de sucesso e inovações em todos os meios de comunicação e não apenas o jornal. "Também há espaço para premiar trabalhos de veículos concorrentes, o que assegura a credibilidade do prêmio e a independência dos jurados."

Publicitários rejeitam comercial da Citröen

Comercial criado pela agência Duezt para o Citröen, em que crianças têm vergonha dos carros dos pais e só a que chega com Citröen desce na porta de uma festa, foi rejeitado pelos grandes nomes da propaganda. Participante da tradicional festa Cannes Predictions 2003, promovida pela finalizadora de filmes Casablanca, o filme ficou entre os últimos na preferência de uma seleta platéia de jurados por reforçar o preconceito econômico.

O grande vencedor da noite foi o filme "Peitos", da Lowe, para o carro Nissan. Mostra a qualidade da suspensão do carro com peitos femininos em movimento. Em segundo lugar ficou "Goleiro", da DM9DDB para Super Bonder, seguido de "Porco", da Neogama, para a GE, em que depois de assado e ao ver o forno de onde saiu o porco deixa escapulir uma maçã e fica de boca aberta.

Com direito ao cantor Supla interpretando o tema de Casablanca, a festa entrou pela madrugada de ontem.

Fonte: O Estado de São Paulo, São Paulo, 11 jun. 2003.