

## Economia

COMUNICAÇÃO

# ARP premia peças publicitárias do Estado

Primeiro Festival Criarp reuniu profissionais de agências e produtoras e distinguiu trabalhos em 15 categorias

A noite de quarta-feira foi marcada pela primeira edição do prêmio Criarp de Propaganda, realizado pela Associação Riograndense de Propaganda. Com o objetivo de reconhecer as melhores peças publicitárias produzidas pelo mercado gaúcho, o evento reuniu, no Theatro São Pedro, profissionais de diferentes agências e produtoras para acompanhar a premiação dos trabalhos em 15 categorias, divididas em Prata, Ouro e Grand Prix. As peças agraciadas com

Bronze puderam ser conhecidas por telões no foyer do teatro.

A apresentadora Milene Zardo e o comunicador Edu Santos conduziram a noite, que contou também com discurso de abertura do presidente da entidade, Fábio Bernardi, que aproveitou o momento para pontuar sua crença na criatividade. “O primeiro CRIARP é a celebração de uma crença, de uma filosofia e visão de mundo. Acreditamos na criatividade e nada supera boas ideias”, concluiu. Outro ponto

destacado foi a participação de novos profissionais e agências, assim como de anunciantes que têm investido cada vez mais em propaganda para abranger a presença de suas marcas regional e nacionalmente.

No primeiro momento, foram entregues as pratas, com destaque para a Dez Comunicação, que levou dois certificados na área Design, categoria Branding, com as peças Marca Olho e Nova Identidade Kzuka, e um na categoria Design Gráfico, com

Cartaz Terra. Na área Qualidade Técnica Rádio, a Gogó Conteúdo Sonoro ganhou duas pratas na categoria Jingle e a B Sound Thinking conquistou o mesmo número na categoria Direção. Em Qualidade Técnica TV/Cinema, a Zeppelin foi a única a levar duas pratas na categoria Direção de Arte e Fotografia. A agência Escala ganhou duas pratas na área Imprensa e mais duas em TV/Cinema. Quem levou ouro duplo na área Qualidade Técnica TV/Cinema foi a Mínima Conceção

e Produção Visual, na categoria Direção e Montagem, com o filme A História de Sofia. Os prêmios Grand Prix foram figurados pelas agências Escala e Dez Comunicação na área Design. Já o Estúdio Fescher Neoilustração ganhou na área Qualidade Técnica Imprensa. O Grand Prix em Qualidade Técnica TV/Cinema foi para a Mínima Conceção e Produção Visual e, por fim, a Ideia do Ano foi conquistada pela Agência Hero, com o trabalho Coisas que Porto Alegre Fala.

## Grupo detentor da revista norte-americana Newsweek coloca marca à venda

Cinco meses após a revista norte-americana Newsweek publicar sua última edição em papel e se tornar digital, a marca está à venda. A informação, que já havia circulado em algumas agências de notícias, foi confirmada nesta quinta-feira pelo grupo IAC, detentor da revista, e pela chefia da redação.

Em comunicado aos funcionários, a

empresa informa que o objetivo é concentrar o foco no The Daily Beast, site de notícias do grupo. “A simples razão é o foco. Newsweek é uma marca poderosa, mas suas demandas têm tirado atenção e foco do The Daily Beast”, diz o comunicado do IAC.

“A história que não foi contada sobre o The Daily Beast é a sua força. A venda

de anúncios digitais, em um ambiente muito difícil, é até 30% (maior) no acumulado do ano”, conclui.

Em abril, o presidente do grupo IAC, Barry Diller, admitiu que ter comprado a Newsweek foi um erro, e que não tinha grandes expectativas para a versão digital da revista.

No ano passado, quando a empresa

justificou o abandono da plataforma tradicional, informou que a revista impressa teve uma queda de 35% em sua circulação. Nos anos 80, a revista chegou a vender 4 milhões de exemplares por edição. Em 2011, passou para 1,4 milhão.

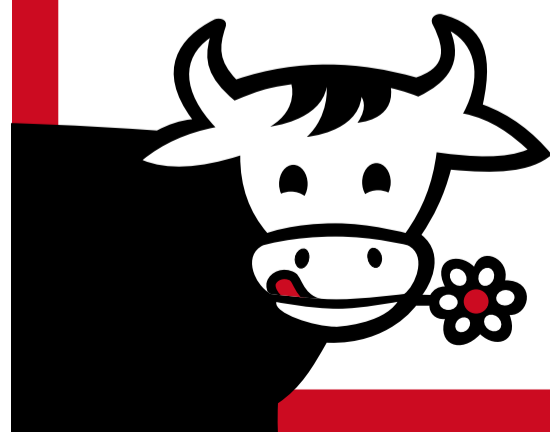
Nesse mesmo ano, o The Daily Beast cresceu 70% em audiência na comparação com o ano anterior.

Apedido:

### A Mu-Mu esclarece:

- assim como toda a população gaúcha, também fomos vítimas de um crime ocorrido com o leite cru, antes da sua chegada à indústria. Trata-se de um fato lamentável que a todos indignou profundamente;
- nossa empresa não é alvo de nenhuma investigação sobre o crime de adulteração do leite, seja pelo Ministério Público ou pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA);
- mesmo antes da “Operação Leite Compensado” vir a público, já estávamos alinhados e colaborando com as autoridades responsáveis pelas investigações;
- temos tomado todas as medidas para garantir a segurança dos consumidores, razão pela qual anunciamos um novo recall em 28/5/2013;

**Há 68 anos, a marca Mu-Mu e seus produtos mantêm uma relação de respeito e carinho com as pessoas no seu dia a dia. Lamentamos profundamente por estarmos envolvidos nesse episódio e não mediremos esforços para continuarmos merecendo a sua confiança.**



  
Claudio Fontes, Diretor da Mu-Mu.

**mu-mu**<sup>®</sup>

Acesse nosso Sistema de Atendimento ao Consumidor pelo telefone **0800 517 542**.