

# Refile

Definidos os finalistas do  
5º Prêmio de Excelência Gráfica Jorge Salim  
páginas 7 a 10

Sindigraf-DF debate  
sobre o mercado publicitário  
páginas 4 e 5

Starprint Gráfica e Editora  
ganha prêmio nacional  
página 3

5º PRÊMIO EXCELÊNCIA GRÁFICA  
*Jorge Salim*  
2003

hora de **conhecer os**  
**melhores**



## Exercício de competência e otimismo

*A indústria gráfica brasiliense é competitiva, aberta à globalização e cria condições para continuar crescendo e produzindo com qualidade*

A indústria gráfica brasiliense, apesar das mudanças estruturais provocadas pela globalização e pela mudança no perfil de desenvolvimento da cidade, realiza novos investimentos na modernização de seus equipamentos, adota medidas para melhorar a capacitação da mão-de-obra e oferece serviços e produtos de alta qualidade ao mercado. A melhor prova disto são os prêmios conseguidos pelas empresas locais em disputas nacionais.

A Athalaia Gráfica e Editora foi vencedora no 13º Prêmio de Excelência Gráfica Fernando Pini, e a Starprint Gráfica e Editora, no Prêmio Max Feffer de Design Gráfico, ambos em São Paulo (veja matéria na página 3).

Se isso não bastasse, outro exemplo de que a indústria gráfica brasiliense continua crescendo em seu potencial, apesar das dificuldades conjunturais, está no fato de ter investido na aquisição de equipamentos de última geração, na ordem de 12 milhões de dólares por ano, e movimentar 450 milhões de reais por ano – cerca de 7% do faturamento do setor no País.

São dados claros que, certamente, reduzem os elevados índices de desemprego existentes hoje na Capital Federal, onde oferece mais de sete mil empregos diretos. Para o segmento gráfico de Brasília, não há tempo para o pessimismo e o desânimo, embora exista consciência sobre as dificuldades.

A indústria gráfica local é competitiva, enfrenta o mundo globalizado. Mesmo com o Brasil estipulando elevadas taxas de juros, as maiores de todo o mundo, o segmento cria as condições para continuar crescendo e produzindo com qualidade.

Neste momento, há de se desviar dos pensamentos nas dificuldades existentes, cujos obstáculos certamente serão vencidos, e insistir no otimismo responsável e de fé inquebrantável num futuro melhor para a nossa cidade e o País.

**“Com espírito corajoso e solidário, o empresariado gráfico local é a favor de Brasília”**

Por sinal, é interessante notar que os números da indústria gráfica brasiliense são expressivos, contundentes. Basta lembrar, apenas para citar um exemplo, que só em um segmento, o da publicação de livros, a produção mensal atinge a formidável cifra de 500 mil unidades, entre livros didáticos, esotéricos e de literatura. Como se vê, pela letra fria dos números, a indústria gráfica tem boas condições de sobrevivência.

Para isso, num processo natural de resistir às dificuldades, o Sindicato das Indústrias Gráficas do Distrito Federal tem procurado aparelhar os empresários e as empresas associadas, na luta contra as condições adversas. Como exemplo, vale lembrar o trabalho de sensibilização feito junto ao Governo Federal, a fim de que suas contratações de serviços e produtos gráficos sejam feitos aqui mesmo em Brasília, sem favor nenhum, apenas se conhecendo e respeitando a qualidade e o preço das produções gráficas locais (veja matéria na página 5).

Na procura de soluções empresariais, conforme dados do Censo Gráfico realizado pelo Sindigraf-DF, em 2003, as gráficas planejam para este ano contratar mais vendedores (49,4%), capacitar pessoal (37,7%) e investir na área de *marketing* (28,5%). Querem ainda priorizar a modernização de equipamentos (62,9%) e diversificar a produção (36,1%).

Com espírito corajoso e solidário, o empresariado gráfico local é a favor de Brasília, do emprego, da melhoria da renda, de mais poder aquisitivo e, assim, concretamente trabalha por uma sociedade mais solidária, mais equilibrada e mais justa do ponto de vista econômico e social.



Romeu José de Oliveira é presidente do Sindicato das Indústrias Gráficas do Distrito Federal

## Starprint Gráfica e Editora é mais uma empresa do DF a ganhar prêmio nacional de qualidade

*O projeto gráfico foi todo conceituado com a brasilidade dos elementos da literatura de cordel, criando uma linguagem gráfica tipicamente nacional*

A Starprint Gráfica e Editora é mais uma gráfica de Brasília a vencer um concurso nacional de qualidade em produção gráfica. Ela obteve o primeiro lugar em São Paulo, no Prêmio Max Feffer de Design Gráfico, criado pela Cia. Suzano Papel e Celulose, na categoria Reciclato Corporativo, com o catálogo "A Luta Contra o Dragão da Pobreza", que produziu para a Fundação Banco do Brasil, com projeto gráfico da Agência Anagraphia br.

Em dezembro, também em São Paulo, a Athalaia Gráfica e Editora, brasiliense, foi a vencedora no 13º Prêmio de Excelência Gráfica Fernando Pini, no segmento Revistas, categoria Revistas Periódicas de Caráter Variado com Recursos Especiais.

O Prêmio Max Feffer é disputado para premiar os melhores projetos gráficos criados para o papel Reciclato e Cartão Supremo Duo Design, nas categorias Reciclato Promocional, Corporativo, Editorial e Miscelânea. Todos atendendo à preocupação e empenho em encontrar soluções para produção de papel com responsabilidade ambiental e social.



O disputado Prêmio Max Peffer e a publicação do Banco do Brasil



Paulo Mota do Carmo Costa com o Catálogo e Wagner Alves com o troféu

A premiação da Starprint Gráfica aconteceu no dia 9 de dezembro, no Pavilhão Lucas Nogueira Garcez (OCA), no Parque Ibirapuera. O Catálogo "A Luta contra o Dragão da Pobreza" reúne os principais projetos da Fundação Banco do Brasil em apoio às iniciativas brasileiras para geração de trabalho e renda. Mais de 500 trabalhos foram avaliados e, nas palavras do jurado Gilberto Strunk (sócio-diretor da Dia Comunicação e *Marketing*), "cabe ressaltar o bom número de grandes empresas que apostaram em idéias que expressam nossos valores culturais".

A interação entre o designer e a gráfica foi o fator determinante para o sucesso da publicação. O projeto gerou aplicações originais e acabamento minucioso. A equipe da Starprint Gráfica e Editora e o designer gráfico Wagner Alves planejaram juntos cada detalhe, como, por exemplo, a costura lateral feita com fios trançados de papel ou a faca de corte especial representando o corte feito nas seringueiras.

Wagner lembra que o projeto gráfico foi todo conceituado com a brasilidade dos elementos da literatura de cordel (texto e poemas de João Bosco Bezerra Bonfim e ilustrações de Ana Lomônaco), gerando uma linguagem gráfica tipicamente nacional.

Paulo Mota afirma que o grande vencedor foi a Fundação Banco do Brasil, que, com os seus funcionários Gleice, Clayton e o diretor da Comunicação e *Marketing*, Sr. Ricardo Ury, concedeu à Starprint a honrosa oportunidade de executar o trabalho vitorioso.

## Especialistas analisam no Sindigraf-DF o mercado publicitário de Brasília

*Há necessidade de se educar o empresariado local no caminho de um desenvolvimento sustentável da atividade de comunicação no Distrito Federal*

Com uma grande audiência – auditório lotado – e em discussão o “Panorama e Perspectivas do Mercado Publicitário em 2004”, o Grupo de Mídia Brasília iniciou, no Sindicato das Indústrias Gráficas do Distrito Federal (Sindigraf-DF), no dia 10 de fevereiro, a Roda Debates deste ano. Na ocasião, foram analisadas relações dos segmentos diretamente interessados em publicidade, jornalismo, indústria gráfica, comércio, serviços e representantes comerciais e do governo.

Foram palestrantes no encontro Romeu José de Oliveira, presidente do Sindigraf-DF, Adelmir Santana, presidente do Sistema Fecomércio do DF, Paulo César Marques, diretor comercial do Correio Braziliense, Caio Barsotti, subsecretário de publicidade da Secretaria de Comunicação da Presidência da República, Luciano Coutinho, diretor da Associação dos Representantes de Brasília, e Roberto Bueno, sócio-fundador da Sette Graal Publicidade. A partir de agora, as Rodas de Debates acontecerão sempre na segunda terça-feira de cada mês, no auditório do Sindigraf-DF.

Um grande ponto dos debates partiu das declarações do presidente da Fecomércio, Adelmir Santana. Ele mostrou a vocação do Distrito Federal para a área de varejo e serviços, que alcança 45% da formação do Produto Interno Bruto (PIB) de Brasília. Mas,

claro, com a cidade ainda muito dependente dos governos federal e local em termos de potencialidade econômica, embora essa dependência venha diminuindo gradativamente. Os números são evidentes: Indústria – 8,7%; Comércio e Serviços – 31,9; Atividades rurais – 0,49; Governo – 58,91%.

Representantes do Grupo de Mídia deixaram claro a necessidade de se educar o empresariado local no caminho de um desenvolvimento auto-sustentável da atividade de comunicação no Distrito Federal. Sempre levando em consideração a importância econômica dos serviços e comércio na cidade. Isto, sem abandonar as verbas públicas, procurando uma regulação que beneficie as empresas e profissionais que atuam de forma técnica, ética e satisfatória para o atendimento desses governos.

Para Roberto Bueno, o mercado publicitário de Brasília se desenvolve muito bem e cada vez mais se conscientiza de que a criatividade, sozinha, não conquista mais um cliente, e estes precisam ser potencializados, até porque não existem mais negócios que não dependam diretamente de estratégias de adequação de mídia.

O subsecretário de publicidade da Secretaria de Comunicação da Presidência da República, Caio Barsotti, ao abordar o tema investimentos governamentais no mercado de propaganda de Brasília, disse considerar muito perigosa essa dependência do setor privado ao Estado. No seu entender, em todo o mundo, a tendência é pela competitividade cada vez maior nos mercados, com o estado sendo obrigado a reduzir custos, embora, no caso do Brasil, o Governo Federal tenha empenhado todos os recursos orçados na área de comunicação, sempre mais preocupado com a prestação de serviços do que com a propaganda propriamente dita.



O auditório do Sindigraf-DF ficou lotado para que os convidados pudessem assistir às palestras e participar dos debates

## Indústria mostra as vantagens da produção gráfica na cidade

O presidente do Sindicato das Indústrias Gráficas do Distrito Federal, Romeu José de Oliveira, foi quem abriu a Roda de Debates para analisar o "Panorama e Perspectivas do Mercado Publicitários em 2002". Para ele, o momento foi histórico na área da comunicação do DF, pois a Roda de Debates do Grupo de Mídia Brasília, em 2004, reunia pioneiramente todos os segmentos diretamente interessados em publicidade, jornalismo, indústria gráfica, comércio, serviços e representantes comerciais e do governo.

Num relato breve, Romeu lembrou que a indústria gráfica do Distrito Federal, há um bom tempo, compete em qualidade e produtividade com os demais parques gráficos do País, com a modernização tecnológica, mediante a aquisição de equipamentos de última geração e investimentos na ordem de 12 milhões de dólares por ano, participando atualmente com cerca de 7% do faturamento do setor em nível nacional e movimentando em torno de 450 milhões de reais por ano.

O presidente do Sindigraf-DF assegurou que as gráficas brasilienses concorrem com o país inteiro, sendo o seu maior cliente o governo. E comprando pelo processo de licitação junto às agências de publicidade, é beneficiado, pois ganha quem oferece as melhores vantagens. Nisso as gráficas brasilienses comprovam sua força, pois mostram a qualidade de seus produtos e o bom nível de preços praticado.

Ao longo de sua história, – prosseguiu – o segmento especializou-se em atender o Governo Federal. Avançou tecnologicamente,

adequou-se à realidade nacional e internacional e trabalha com total transparência, fiscalizado diretamente pelas autoridades federais. Mas, ultimamente, uma circunstância tem criado dificuldades. Sempre que há troca de agências de publicidade em diferentes contratos publicitários governamentais, muitas vezes, algumas dessas agências, mais por desinformação, chegam a deixar de realizar serviços gráficos no DF.

Para Romeu, da mesma forma acontece, em muitos casos, quando personagens de fora – sem conhecer a realidade da indústria gráfica local – assumem cargos em que decidem a contratação desses serviços e, também por desinformação, cometem o mesmo erro. Como as gráficas de outros estados têm em seu mercado local os seus principais clientes (indústria e comércio), vêm à Capital Federal ofertar sua ociosidade, contra a qual Brasília é forçada a concorrer e tem competido com sucesso, em virtude do nível profissional aqui desenvolvido.

Para reverter essa situação, informou, o Sindigraf-DF desempenha um papel de sensibilização junto à área governamental e a essas agências publicitárias, para que, sem conceder nenhum privilégio, pelo menos conheçam o nível de qualificação tecnológica das gráficas locais – que não devem nada às melhores do País – e também façam levantamento dos preços praticados pela indústria brasiliense, antes de optar pelo mercado de outros estados. Romeu alertou ainda que as empresas daqui têm a vantagem de permitir ao cliente-governo fácil monitoramento e intervenção *in loco* dos contratantes na elaboração do produto gráfico, que, ao final, é distribuído com agilidade e economia para todas as localidades do território nacional por o parque gráfico se encontrar no centro geográfico do Brasil.

Neste último ano, advertiu, houve vários meses sem encomendas do Governo Federal, e, circunstancialmente, o segmento teve de reduzir aproximadamente 1.000 postos de trabalho, num setor que gera em Brasília mais de 7.500 empregos diretos – o maior empregador direto da cidade.

Ao finalizar, Romeu ponderou que é preciso eliminar a contradição entre a falta de contratação de serviços pelo Governo Federal em Brasília e a qualidade desse segmento industrial local.



O presidente do Sindigraf-DF pôde externar aos participantes o que o empresário gráfico de Brasília pensa sobre o mercado publicitário

**Anúncio ripasa página inteira**

## Escolhidos os finalistas que definirão os melhores da produção gráfica em Brasília

ã estão escolhidos os finalistas, em cada uma das 28 categorias, do 5º Prêmio de Excelência Gráfica Jorge Salim, versão 2003. Os vencedores serão anunciados em festa solene a ser realizada no dia 19 de março no Clube Naval de Brasília, num evento voltado para publicitários, jornalistas, professores e estudantes de comunicação, representantes do governo, fornecedores industriais e o empresariado gráfico.

As empresas finalistas são Gráfica e Editora Brasil, Athalaia Gráfica e Editora, Charbel Gráfica e Editora, Dupligráfica Editora, Coronário Editora Gráfica, GH Comunicação Gráfica, Editora Gráfica Ipiranga, Lasercor Reproduções Gráficas e Editora, Gráfica e Editora Positiva, Gráfica e Editora Qualidade, Querubins Gráfica e Editora, Starprint Gráfica e Editora, Teixeira Gráfica e Editora e WEB Editora.

Independente da classificação nos primeiros lugares, as empresas finalistas receberão uma placa comemorativa registrando a sua posição de destaque entre as melhores da cidade. O Prêmio tem tornado as empresas vencedoras uma referência

especial em criação e *design*, impressão, acabamento e recursos especiais em Brasília, permitindo que sejam notadas como as que conseguiram o melhor nível em produção gráfica. Todas as fases dos trabalhos de industrialização foram produzidas no Distrito Federal.

A Comissão Julgadora, formada por especialistas locais, do Rio de Janeiro e de São Paulo, escolheu os finalistas dentro dos seguintes quesitos: Segmento Livros: de Arte, Institucionais, Infantis, de Textos, Ilustrados, Didáticos, Técnicos, Guias e Manuais; Segmento Revistas: Periódicas de Caráter Variado sem recursos Gráficos Especiais, Institucionais; Segmento Jornais: Jornais de Circulação Periódica; Segmento Acondicionamento: Embalagens Semi-Rígidas Convencionais; Segmento Promocionais: Pôsteres e Cartazes. Calendários de Mesa, Calendários de Parede, *Displays*, Móviles e Materiais de Ponto de Venda de Mesa, Catálogos Promocionais e de Arte, Tablóides e Folhetos Publicitários, *Kits* Promocionais, Malas Diretas, Relatórios de Empresas; Segmento Comercial: Cartões de Mensagens, Convites, Papelarias, Cadernos, Agendas, Cardápios; Segmento Produtos Impressos em Rotativa Offset: Tablóides e Folhetos Promocionais.

### Exposição dos trabalhos

Depois da entrega dos prêmios às gráficas vencedoras, o Sindicato das Indústrias Gráficas do Distrito Federal (Sindigraf-DF) irá fazer uma exposição itinerante dos trabalhos vencedores junto às faculdades de comunicação, para que estudantes e professores universitários possam conhecer o nível qualitativo da produção gráfica brasileira.

Com seis faculdades de comunicação na cidade, a exposição certamente será grande atração, especialmente para as áreas de publicidade, propaganda, jornalismo e *marketing*. Como já existe grande aproximação entre o Sindigraf-DF e entidades como o Sindicato dos Publicitários e o Grupo de Mídia de Brasília, eventos por eles promovidos também poderão ter a mesma exposição como os trabalhos vencedores do 5º Prêmio de Excelência Gráfica Jorge Salim.

Os produtos finalistas receberam muitos elogios dos profissionais integrantes da Comissão Julgadora. O nível técnico, a criatividade e a qualidade de impressão, entre outros, foram responsáveis pela constatação de que a indústria gráfica local nada tem a dever aos parques gráficos existentes nas demais cidades brasileiras.



Os jurados apreciaram os trabalhos e reconheceram o alto nível de qualidade

## Anúncio prêmio

## Anúncio prêmio

## Patrocinadores

## Novos investimentos da Coronário colocam a empresa entre as mais modernas do País

Pensar no contra-fluxo sempre foi uma filosofia de Henrique Verano, proprietário da Coronário Editora Gráfica, empresa instalada no Distrito Federal desde 1971 e por ele gerida desde 1976.

O ano que passou mostrou-se extremamente difícil para todo o segmento gráfico brasileiro e, especialmente, para as gráficas brasilienses que dependem dos investimentos publicitários do Governo Federal, que foram muito reduzidos em 2003, sem contar a concorrência das gráficas de outros estados, principalmente de São Paulo, que, embora tenham em seus mercados locais muitos clientes, como indústrias e comércio, vêm abocanhar o mercado brasiliense, já tão combatido.

Apesar de tudo isso, a Coronário investiu mais de 4 milhões de dólares em novos equipamentos e tecnologias de ponta em 2003, na expectativa de ampliar sua fatia de mercado, conquistando novos clientes e aumentando sua capacidade produtiva.

“Se formos aguardar a retomada do mercado para fazer investimentos, perderemos o momento de fazer negócios”, afirma Henrique. “Estamos prontos para a retomada”, conclui.

Além de uma nova impressora de folha inteira oito cores da marca alemã Man Roland, totalmente automatizada e a mais moderna da América Latina, a Coronário instalou o primeiro CtP (*Computer to Plate*) do Centro-Oeste, o Trensetter 800 II da Creo. Vieram, também, novas provas digitais, sendo uma do novo modelo da Cromalin, o B2, que faz simulações de papéis, permitindo ao cliente melhor visualização do produto final.

Os programas CIP3 e Pecom informam à impressora diversos detalhes do trabalho a ser executado, reduzindo o tempo de acerto do serviço no equipamento e gerando maior confiabilidade. Permitem, ainda, um perfeito controle do fluxo produtivo. O CtP,

além de eliminar a etapa de geração de fotolitos, trabalha com a novíssima retícula Staccato, exclusividade da Creo, que garante muito mais qualidade, definição e nitidez às imagens. “É a terceira geração da retícula estocástica e foi desenvolvida para a produção de imagens de alta fidelidade, reproduzindo detalhes mais finos e livres de problemas, como rosetas e moirés, reduzindo o consumo de tinta e o tempo de secagem”, informa João Paulo, filho de Henrique Verano e responsável pela pré-impressão.

A Coronário inovou mais uma vez ao adquirir o sistema Hexacrome da Pantone, que adiciona o verde e o laranja ao padrão CMYK e proporciona fotos com cores muito mais vivas e realçadas e com uma extraordinária nitidez. Chega em março uma nova dobradeira que substitui o uso de grampos em encartes e pequenos folhetos com uma colagem especial, garantindo, assim, maior agilidade ao acabamento.

Segundo Pedro Henrique, outro filho, responsável pela área de produção, a empresa está dotada de equipamentos e tecnologias que a colocam entre as mais modernas do Brasil. “É um investimento que se traduz em benefícios diretos para nossos clientes”, afirma.

Já a filha Mariana Verano considera que a área comercial, na qual atua, ganha poder de venda, “mas a responsabilidade também aumenta muito, pois precisaremos estar prontos para atender à demanda que o mercado apresentar. E esperamos que seja grande”.

Edson Norton, Relações Públicas que divide com Mariana a responsabilidade pela área comercial e coordena a comunicação da Coronário, enfatiza que as boas relações com os diversos públicos da organização são um dos pontos mais fortes e que têm contribuído muito para a conversão dos esforços de toda a equipe em resultados.

Henrique Verano planeja elevar a participação da Coronário no mercado em 30% no primeiro ano, um desafio que pode ser alcançado com a ampliação dos nichos que podem ser atingidos, principalmente o promocional, no qual a empresa já atua fortemente, e o editorial, na impressão de revistas de médias e altas tiragens, bem como de livros “Investimos muito na certeza de que o mercado brasiliense necessita disso. Acreditamos na recuperação e trabalhamos incisivamente para que Brasília seja reconhecida como um dos principais parques gráficos do País”, conclui.



O CtP Creo e as provas digitais HP 5500 e Cromalin B2



Vista parcial da área de impressão da Gráfica Coronário



A Roland 708, a impressora plana mais moderna da América Latina

## Empresário gráfico recebe homenagens no Núcleo Bandeirante

O empresário gráfico Paulo Amorim, diretor-presidente da Gráfica Copacabana e atual presidente da Associação Comercial e Industrial do Núcleo Bandeirante (Acinub), recebeu duas condecorações no final do ano passado: Destaque 2003, da Administração Regional do Núcleo Bandeirante, e Personalidade 2003, do Instituto Sigma.

Com 45 anos e formado em Relações Internacionais pela



Paulo Amorim é empresário gráfico e presidente da Associação Comercial e Industrial do Núcleo Bandeirante

Universidade de Brasília, Amorim, que tem sua empresa especializada na produção de impressos fiscais e comerciais, já foi presidente da Associação das Gráficas e Editoras do Núcleo Bandeirante (Agenb) por quatro mandatos consecutivos, conseguindo nesse período a instalação e consolidação do Setor de Indústrias Gráficas local. Como resultado, hoje existem 70 empresas filiadas à Agenb trabalhando no mercado com alto padrão de qualidade e preços competitivos nas áreas de criação, arte-final, fotolitos, acabamento, impressão e fornecimento de papel.

Como 1º vice-presidente do Sindicato das Indústrias Gráficas do Distrito Federal (Sindigraf-DF) em três mandatos, Paulo Amorim esteve sempre voltado para as questões de treinamento, formação profissional e viabilização de projetos do setor gráfico junto ao Governo do Distrito Federal (GDF), como o Prodecon e Pró-DF. Neste período, recebeu a Comenda do Mérito Industrial Gráfico do Sindigraf-DF, o Mérito Alvorada do GDF e o título Profissional do Ano 2000 do Rotary Clube Internacional.

Atualmente, na direção da Acinub, Amorim está realizando cursos de formação e reciclagem profissional no Núcleo Bandeirante, constituindo grupos com o Projeto Empreender, em parceria com o Sebrae-DF, e mantém convênios nas áreas de saúde, educação e lazer com o Sesi/Senai, além de promover artistas e divulgar o comércio local.

## Coronário inaugura novos equipamentos com eventos concorridos

Para inaugurar seus novos equipamentos, a Coronário Editora Gráfica realizou dois grandes eventos. No primeiro, a empresa abriu suas portas no dia 8 de dezembro de 2003 para receber mais de 200 representantes de gráficas do Distrito Federal e de outros estados.

Os convidados assistiram a uma demonstração do funcionamento integrado da pré-impressão com a impressão, com explicações de técnicos da Alphaprint, a responsável pelas solu-

ções de pré-impressão, e da Intergráfica, que responde pela nova impressora oito cores da Coronário, a Man Roland 708.

No dia seguinte, foram recebidos mais de 400 clientes e personalidades, diretores de arte e produtores gráficos de diversas agências de publicidade, além de senadores da República, como Jonas Pinheiro e Paulo Octávio. Os coquetéis, patrocinados pela Ripasa, foram um sucesso e demonstraram bem a integração da Coronário no mercado.



Senador Paulo Octávio e Henrique Verano inauguram oficialmente os novos equipamentos

## Indústria gráfica de Brasília está representada no automobilismo

*Batalha: "é emoção a 225 quilômetros por hora..."*

Indústria gráfica de Brasília está com representante em provas automobilísticas locais e nacionais. Isto através da Equipe Dupligráfica/Papelaria ABC/Acqua, que, numa demonstração da força de sua participação na 32ª Mil Milhas Brasileiras, em comemoração aos 450 anos de São Paulo, em Interlagos, após nove horas de prova, estava em quarto lugar, quando seu carro Corsa, motor 2.0 Turbo, de 200 cavalos de força, foi "atropelado" pelo carro da Equipe Inglesa BMW, e teve de abandonar a prova. Nesta corrida, a equipe esteve ao lado de carros de todo o Brasil, da Áustria, Itália, França e Alemanha, num total de 64 veículos competindo.

Composta por Eronides Salustiano Batalha, 1º Secretário do Sindicato das Indústrias Gráficas do Distrito Federal e diretor-presidente da Dupligráfica Editora Ltda., seu filho Juliano Batalha e de Airton Aquino, a equipe disputa o Campeonato Brasileiro de Endurance, representando o Distrito Federal.

A Equipe Dupligráfica/Papelaria ABC/Acqua, que está no Campeonato Brasileiro de até 2 mil cilindradas no dia 25 de abril, nas comemorações do 44º aniversário de Brasília, disputará os Mil Quilômetros de Brasília. No ano de 2003, obteve o 3º lugar na tradicional prova dos 1.000 km da cidade. No campeonato local, no Autódromo Nelson Piquet, em certame de oito etapas, está com dois carros, o Corsa nº 78, e o UNO nº 77.

Para Eronides Batalha, tudo isso "é emoção a 225 km por hora".



Para Eronides Batalha, o importante é a emoção de correr a mais de 200 km/h



Juliano entra no mesmo ritmo para representar Brasília nas competições nacionais



O Corsa 2.0 tubado tem 200 cavalos de força

## Abigraf faz contrato para a compra de *softwares* gráficos mais baratos

A Associação Brasileira da Indústria Gráfica (Abigraf) firmou um contrato com a *software house* Adobe Systems para comprar programas para seus associados, trazendo vantagens significativas para a entidade e seus associados, como descontos e ainda permitir às empresas redução de custos e simplificar a administração dos *softwares*.



A Adobe desenvolve e fornece soluções para o mercado gráfico a partir de uma linha de *softwares* para empresas e profissionais da área de comunicação, permitindo o gerenciamento e produção de material confiável por meio de produtos, como os Adobe Photoshop, Pagemaker, Illustrator, Acrobat, GoLive, FrameMaker, Premiere, After Effects e Indesign.

Para uma empresa participar, deve ser filiada à sua Abigraf Regional, no caso de Brasília à Abigraf-DF (onde podem ser obtidas mais informações a respeito do assunto) e adquirir um pacote inicial dos produtos. Após a compra, a empresa poderá adquirir qualquer outra licença da Adobe, com o mesmo nível de desconto.

anúncio amv/ripasa 1/2 página

## Chegou a hora de o brasileiro ler mais

*Quando discutimos a miséria que atinge grande parte da população, chegamos sempre à conclusão de que o grande mal é a falta de acesso à educação*

O livro é o meio principal e insubstituível da difusão da cultura e transmissão do conhecimento, do fomento à pesquisa social e científica, da conservação do patrimônio nacional, da transformação e aperfeiçoamento social e da melhoria da qualidade de vida. Este é um item da Lei do Livro (nº 10.753), aprovada no dia 30 de outubro do ano passado, que está em vigor como meio de combater uma situação grave do País: apenas 20% dos brasileiros lêem, conforme pesquisa realizada pelo Governo em 2001.

Essa triste realidade pode ser mudada, se a sociedade resolver assumir a tarefa. Com iniciativa do cidadão comum e dos segmentos organizados, em particular, e, principalmente, lutando para fazer cumprir o Artigo 13º da Lei, no qual está definido que "cabe ao Poder criar e executar projetos de acesso ao livro e incentivo à leitura, ampliar os já existentes e implementá-los, isoladamente ou em parcerias públicas ou privadas".

Vale a pena lembrar alguns itens dessa legislação para que todos se empenhem na consecução dessas determinações legais. Assim, cabe aos poderes municipal, estadual e federal revisão e ampliação do processo de alfabetização e leitura de textos de literatura na escola; introdução da hora de leitura diária nas escolas; e a exigência pelos sistemas de ensino, para efeito de autorização de escolas, de acervo mínimo de livros para bibliotecas escolares.

Em área fora da leitura propriamente dita, mas fundamental para o sucesso da Lei, ao governo cabe também instituir programas, em bases regulares, para a exportação e venda de livros brasileiros em feiras e eventos internacionais, estabelecer tarifa postal preferencial reduzida para os livros, criar cursos de

capacitação do trabalho editorial, gráfico e livreiro em todo o território nacional, assim como promover o desenvolvimento de programas de ampliação do número de livrarias e pontos de vendas no País.

Para comprovar a necessidade de implantação dessas medidas, vale lembrar citação recente de Iris Borges, presidente da Câmara do Livro do Distrito Federal. Ele aponta que o Guará, cidade com mais de 123 mil habitantes, não dispõe de uma biblioteca pública nem de uma livraria de interesse geral. Isto dentro da Capital da República.

Como dá para ver, os dispositivos legais são ótimos, entretanto, se não houver empenho efetivo da sociedade, tudo pode terminar em mais "uma lei que não pegou", que não entrará em vigor. Assim, por exemplo, cabe à classe empresarial pressionar para que o Poder Executivo – como está previsto – estabeleça formas de financiamento para as editoras e para o sistema de distribuição do livro, por meio de criação de linhas específicas e, também, implementar programas anuais para criação, manutenção e atualização do acervo das bibliotecas públicas, universitárias e escolares, incluídas obras em sistema Braille.

A tarefa não parece fácil, porém, inexistente outra opção, pois sem essa implantar essa estratégia o Brasil não conseguirá o desenvolvimento dos seus cidadãos, da economia e da área social. Os países desenvolvidos há muito conseguiram fazer com que seus habitantes adquirissem o hábito da leitura no dia-a-dia, estimulando a existência de bibliotecas públicas e domiciliares e a disponibilidade de uma boa livraria perto dos lares.

Há muito tempo no Brasil, sempre que se discute a miséria que atinge grande parte da população, os debates são amplos. Porém, quando aprofundados, sempre terminam na conclusão de que o grande mal é falta de acesso à educação. E óbvio que o livro e a leitura são imprescindíveis na busca da solução. É hora de o brasileiro ler mais. Muito mais.



Antônio Carlos Navarro é diretor da LGE Editora e vice-presidente da Abigraf Nacional

**Diretoria do Sindigraf:**

**Presidente:** Romeu José de Oliveira

**Primeiro Vice-Presidente:** João Ferreira dos Santos

**Vice-Presidente para Assuntos Patrimoniais:** Dejair Pereira dos Santos

**Vice-Presidente para Rel. de Trabalho e Rec. Humanos:** Paulo Mota do Carmo Costa

**Vice-Presidente para Assuntos Sociais:** Fernando Antonio Santos Olivieri

**1º Secretário:** Eronides Salustiano Batalha

**2º Secretário:** Valter Alves Ribeiro

**1º Tesoureiro:** Milton Sanches

**2º Tesoureiro:** Sebastião Pereira Dutra

**Suplentes da Diretoria:**

Gláucia Emília Carvalho Olivieri, Manoel Vieira Filho, Pablo Giovanni Fernandes Soares,  
Vigilato Antônio da Silva e Nelson Faustino da Nóbrega

**Conselho Fiscal:**

**Conselheiros efetivos:** Orestes de Oliveira Souza, Marisa Dias Soares e Andréa Fortes Navarro

**Suplentes:** Vaniele Cristina dos Santos e José Fagundes Maia Neto

**Representação na Fibra:**

**Efetivos:** Delegados Representantes: Romeu José de Oliveira e José Fagundes Maia Neto

**Suplente:** João Batista Alves dos Santos

**Revista Refile:**

**Editado por:** Luís Joca - Consultoria em Comunicação

**Repórter:** Luiz Costa

**Revisão:** Francisco de Paula

**Fotolito, Impressão e Acabamento:** Athalaia Gráfica e Editora (Retícula Suprema 340 lpi)

**Capa, Diagramação e Ilustrações:** Klaus Bruno Meier

**Fotos:** Marina Lina

**Papel:** Couchê Image Mate 145 g (Ripasa)

**Tiragem:** 5.000 exemplares