REFILE

Indústria gráfica do DF

II SEMANA DA COMUNICAÇÃO GRÁFICA

A impressão em destaque

TECNOLOGIA CRIATIVA

Compartilhando mídias

Ano XXV - Nº 143
Julho * Agosto
2016

POR QUE SE ASSOCIAR AO SINDIGRAF-DF?

A gestão de uma empresa gráfica não se restringe apenas às atividades desenvolvidas em seu ambiente de funcionamento.
O ambiente externo é também muito importante para o resultado da empresa. As leis, normas e regras aliadas às legislações trabalhista e fiscal, às práticas sustentáveis e à informação tecnológica são alguns dos fatores que podem levar a empresa a crescer ou desaparecer.
Ao associar sua empresa no Sindigraf-DF, os empresários e seus colaboradores terão acesso a todas as informações necessárias para uma boa gestão.
Além desses benefícios, os associados também usufruem das atividades e ações desenvolvidas pela entidade em prol do setor seja através de parceiros como a Fibra e Sebrae-DF, seja das relações junto aos governos local e federal, como, por exemplo as ações que reduziram o ISS do setor de 5% para 2%.

Confira alguns dos principais serviços e atividades disponíveis aos associados:

- Acesso à Informação e Comunicação setorial
- Informação legislativa
- Informação tecnológica
- Assistência Jurídica
- Serviços do Sistema Fibra - SESI/SENAI/IEL c/ desconto
- Saúde Ocupacional
- Negociação Coletiva de Trabalho
- Visita a feiras no Brasil e exterior
- Cursos Técnicos - Gestão e Produção

Tire sua dúvidas e solicite o formulário de filiação na secretaria do Sindigraf-DF através do Tel: 61-33443733 ou pelo email: atendimento@sindigrafdf.org.br

SINDIGRAFDF
SINDICATO DAS INDÚSTRIAS GRÁFICAS DO DF

EXPEDIENTE

Sindigraf-DF
SIG Quadra 3, Bloco C, Lote 87
CEP 70.610-430, Brasília, DF
www.sindigrafdf.org.br
E-mail: sindig@terra.com.br
Telefone: (61) 3344-3733
Fax: (61) 3344-1475

Filiado à FIBRA - Federação das Indústrias do Distrito Federal

A força de um setor passa, obrigatoriamente, pela representação coletiva.

Diretoria do Sindigraf-DF

Presidente Sindigraf-DF
Pedro Henrique Achcar Verano

Primeiro Vice-Presidente
Antônio Eustáquio de Oliveira

Vice-Presidente de Patrimônio e Relações Institucionais
Giovani Antônio Dias

Vice-Presidente de Comunicação e Marketing
Élvio Barbosa de Sousa Júnior

Vice-Presidente de Ações Sociais
Fernando Antônio S. Olivieri

Presidente da Comissão de Trabalho
Bráulio Pereira de Souza

1° Diretor Secretário
Júlio César de Oliveira

2° Diretor Secretário
Hilton Pinheiro Mendes

1° Diretor Financeiro
João Batista Alves dos Santos

2° Diretor Financeiro
João Ferreira dos Santos

Suplentes da Diretoria
Alvir Sonza, Caio Graco Santos, Gilcélia Pereira da Costa, Luciano de Araújo Alves e Roberto José Sousa de Melo

Conselho Fiscal
Efetivo: Francisco Neves Ferreira, Lívia Rodrigues da Fonseca e Manoel Vieira Filho.
Suplente: Raimundo Alves da Silva.

ABIGRAF/DF
Associação Brasileira da Indústria Gráfica Regional DF

Presidente
João Batista Alves dos Santos

REFILE

Indústria gráfica do DF

Refile
Publicação do Sindicato das Indústrias Gráficas do Distrito Federal Sindigraf-DF
Ano XXV – Nº 143
Julho/Agosto de 2016

Editor Responsável:
Antônio Carlos Navarro

Edição, reportagem e revisão:
Eduardo Soares - RP DF 02.283-JP

Impressão e acabamento:
Qualidade Gráfica e Editora

Editoração Eletrônica:
Eduardo Soares

Hot Stamping (Capa):
GH Comunicação Gráfica

Imagens:
Cristiano Costa/Sistema S, FreePik, Divulgação

Papel:
Capa: Couché Suzano Design Matte 210g
Miolo: Couché Suzano Design Matte 115g

Tiragem: 10.000 exemplares

Distribuição:
Associados, fornecedores, sindicatos gráficos, Abigraf Nacional e regionais, Congresso Nacional, órgãos do Governo Federal, Governo do DF, Câmara Distrital e clientes.

Envie suas sugestões de matérias, releases e comentários para: refile@sindigrafdf.org.br

© Cristiano Costa/Sistema FIBRA

08

II SEMANA DA COMUNICAÇÃO GRÁFICA DO DISTRITO FEDERAL

EVENTOS ORGANIZADOS PELO SINDIGRAF REUNIRAM PERSONALIDADES DO SETOR PARA DISCUTIR A MÍDIA IMPRESSA, ALÉM DE PREMIAR ESTUDANTES E OS MELHORES TRABALHOS GRÁFICOS DO DF

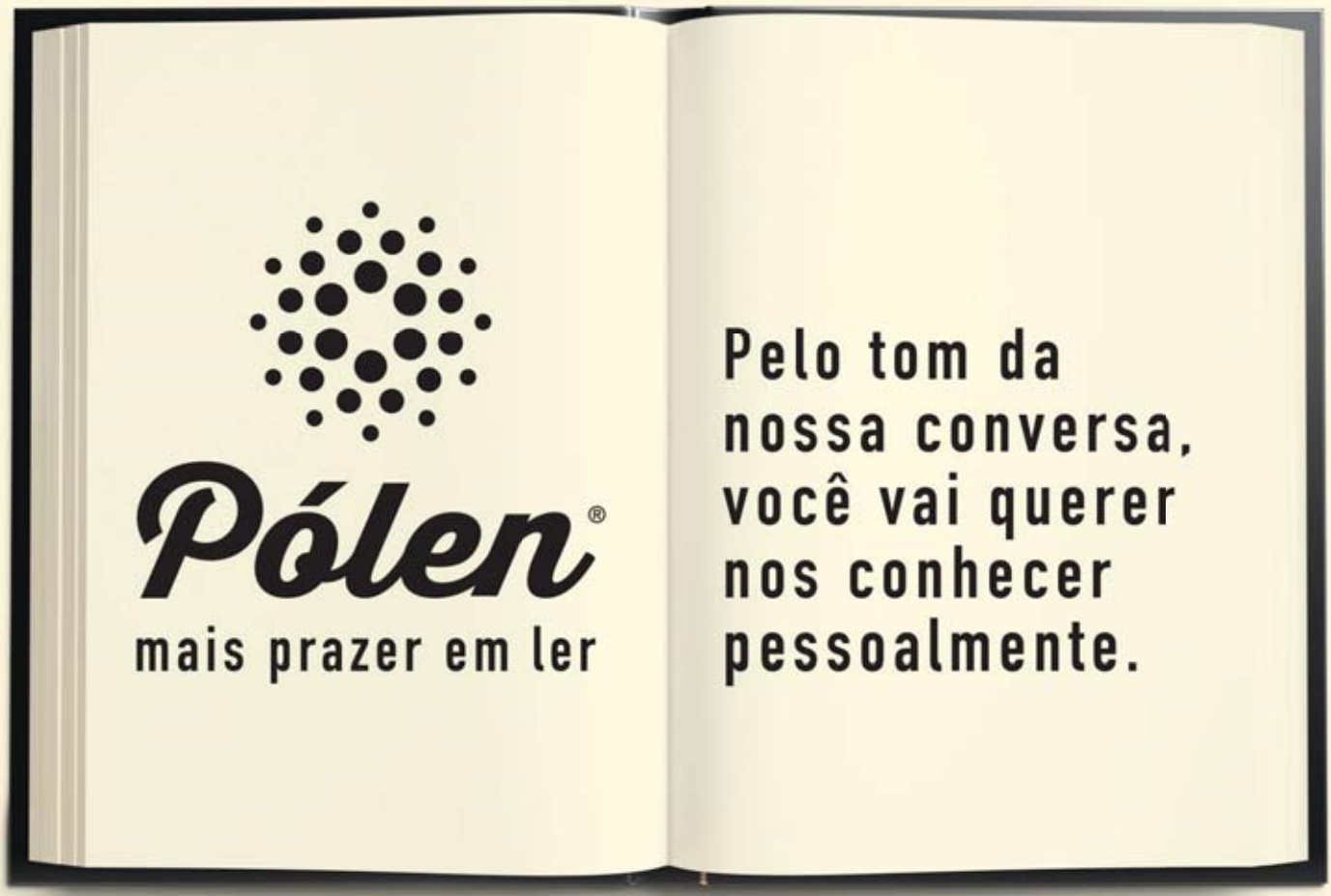
SEM ÁGUA A INDÚSTRIA PARA

COMO CALCULAR O 13º SALÁRIO

CAPA

TECNOLOGIA CRIATIVA

AS EDIÇÕES DE 2016 DO REFILE ESTARÃO ABORDANDO AS NOVAS TECNOLOGIAS E AS INOVAÇÕES DISPONÍVEIS PARA O SETOR.



Existe um papel que entende o prazer da leitura.
Que diz ao leitor: não é só a história que vai ficar na sua memória,
mas também a experiência com o livro.
O papel Pólen® tem uma tonalidade diferenciada que reflete menos luz,
proporcionando assim uma leitura mais agradável.
Descubra mais prazer em ler com Pólen®.

SUZANO PAPEL E CELULOSE

Papel Pólen® é produzido a partir de florestas renováveis de eucalipto.
Cada árvore utilizada foi plantada para este fim.

@papelpolenoficial
www.papelpolen.com.br

O SUCESSO DA II SEMANA

Pedro Henrique A. Verano
Presidente do Sindigraf-DF

Foi com sucesso absoluto que realizamos a II Semana da Comunicação Gráfica do DF, ocorrida de 18 a 20 de outubro. Mesmo com as dificuldades do momento, conseguimos com muito orgulho, proporcionar ao público que respondeu ao nosso chamado experiências muito importantes e emocionantes.

Iniciamos a II Semana, no dia 18/10, com o evento de abertura na sede do Sindigraf-DF quando pudemos comemorar os 45 anos de nossa entidade, ressaltando a importância de suas ações, ao longo desse tempo, em prol da indústria da comunicação gráfica no DF. Ofertamos ao grande público presente a palestra "Reconstruindo nosso papel" proferida pelo presidente do Grupo Abril, Walter Longo, o qual desvendou, com fatos, as dúvidas a respeito do valor da mídia impressa, principalmente a importância dela no compartilhamento com a comunicação digital, desmistificando o papel antagônico que muitos ainda têm a respeito do assunto. Levaremos ainda um bom tempo para assimilar tudo que foi dito pelo CEO da Abril.

No dia 19/10 entregamos os prêmios do II Concurso Jovem Escritor na presença do Governador do DF, Rodrigo Rollemberg, do Secretário de Educação Júlio Gregório dentre várias outras autoridades que na presença de cerca de 2 mil estudantes da rede pública, da rede privada e do Sesi, puderam comemorar esta iniciativa do Sindigraf-DF. O evento que durou toda a tarde, contou ainda com palestras proferidas pelo ator Rafael Cortez e do coach Fernando Duarte.

Ainda na noite do dia 19, tivemos a oportunidade de participar, juntamente com empresários o gestores gráfico, de um workshop comandado pelo consultor e coach Thomaz Caspary.

No último dia realizamos o nosso tradicional evento de premiação e entrega dos troféus do 16° Prêmio de Excelência Gráfica Jorge Salim em uma grande festa de confraternização onde pudemos ampliar a nossa imagem junto aos clientes e autoridades presentes com a mostra dos trabalhos concorrentes. Vale ressaltar que neste ano tivemos um público bastante diversificado, principalmente dos vários setores da comunicação, comprovando assim que esta iniciativa do Sindigraf-DF, mesmo em sua segunda edição, vai se tornando mais valorizada em cada edição e, com certeza, trazendo mais benefícios ao setor.

Também é importante a resposta dada pelos nossos patrocinadores, que nos ajudaram a realizar esta tarefa, aos quais muito temos que agradecer e valorizar pelo prestígio que nos deram.

Próximos do final do ano, estaremos realizando a nossa tradicional festa de confraternização onde poderemos, em um encontro familiar, estreitar os relacionamentos em clima de amizade e descontração.

o Costa/Sistema FIBRA

Participação da iniciativa privada no governo por meio das concessões é fundamental, diz Michel Temer

Foto: Miguel Ângelo/CNI

O presidente da Confederação Nacional da Indústria (CNI), Robson Braga de Andrade, afirmou que o caminho para a recuperação da economia passa necessariamente por uma maior participação da iniciativa privada nos investimentos e na gestão de empreendimentos. No discurso de abertura do Seminário Infraestrutura e Desenvolvimento do Brasil, realizado pela CNI em parceria com o jornal Valor Econômico, Andrade enfatizou que a recuperação econômica está diretamente relacionada ao aprimoramento da infraestrutura nacional. "O restabelecimento da confiança na economia brasileira está associado à ampliação e à modernização da infraestrutura logística, energética e de saneamento básico", frisou.

Ao lado do presidente da República, Michel Temer, Robson Braga de Andrade frisou que a disponibilidade, os custos e a qualidade na oferta dos serviços de infraestrutura repercutem diretamente na competitividade do produto nacional e na atração de novos investimentos produtivos ao país. "O Brasil possui elevado déficit de infraestrutura e o setor produtivo sente os efeitos de sua deterioração. O impacto da falta de expansão, de manutenção e de modernização desses serviços tem representado uma desvantagem competitiva do país em relação a seus concorrentes no mercado global", disse.

O presidente da República, Michel Temer, classificou de fundamental a participação da iniciativa privada no governo, por meio de concessões no setor de infraestrutura, e frisou que somente uma parceria entre os setores público e privado será capaz de superar o momento econômico adverso. "Neste quadro, é fundamental a participação da iniciativa privada. Nós sabemos que o poder público não pode fazer tudo sozinho. Podemos juntos vencer essa crise que tomou conta do país", afirmou.

Setor produtivo e representantes do governo prestigiam a abertura da Olimpíada do Conhecimento

Foto: Cristiano Costa/Sistema Fibra

O primeiro dia da Olimpíada do Conhecimento foi marcado por muita expectativa para o início das competições e também por grandes visitas. Parentes e amigos dos competidores, alunos de escolas públicas e particulares do Distrito Federal e diversas autoridades locais e nacionais compareceram à estrutura de 50 mil m² que está montada em torno do Ginásio Nilson Nelson.

O período da tarde foi mais movimentado e as primeiras autoridades que chegaram ao evento foram representantes do poder executivo nacional, entre eles o Ministro do Trabalho, Ronaldo Nogueira.

Em seguida, uma comitiva formada por diretores e presidentes de sindicatos filiados à Fibra foi recebida pelo presidente da Casa, Jamal Jorge Bittar, para visita guiada às instalações da Olimpíada do Conhecimento.

Em conversa com os colegas, o presidente do Sindicato das Indústrias Gráficas do DF (Sindigraf-DF), Pedro Verano, destacava a preferência dos empresários por contratar alunos egressos do Senai. "Segundo pesquisas, 94% dos empresários preferem contratar profissionais que tenham passado pelo Senai. Neste sentido, a Olímpiada traz um grande legado para a indústria e para a educação profissional do nosso país. Brasília abriga a sede dos três poderes e hoje temos a oportunidade de mostrar a eles as reais vantagens da educação profissional", disse.

Na próxima edição do Refile traremos uma reportagem especial com os detalhes e os resultados da Olimpíada do Conhecimento.

Indústria precisa qualificar 13 milhões de trabalhadores até 2020

O Distrito Federal terá de qualificar 190.915 trabalhadores em ocupações industriais nos níveis técnico, superior e de qualificação entre 2017 e 2020. Esses profissionais trabalham na indústria ou em atividades de serviços ou comércio que atendem direta ou indiretamente ao setor industrial.As áreas que mais vão demandar formação profissional no estado devem ser construção (81.043), tecnologias da informação e comunicação (26.195), meio ambiente e produção (21.098), alimentos (19.355), metalmecânica (11.754), energia (11.473), veículos (6.377), vestuário e calçados (4.860), madeira e móveis (2.842), papel e gráfica (1.840), petroquímica e química (1.603), pesquisa, desenvolvimento e design (1.563) e mineração (913).Os dados fazem parte do Mapa do Trabalho Industrial 2017-2020, elaborado pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) para subsidiar o planejamento da oferta de formação profissional da instituição. A pesquisa também pode apoiar os jovens brasileiros na escolha da profissão e, com isso, aumentar suas chances de ingresso no mercado de trabalho. Em todo o Brasil, será necessário qualificar 13 milhões de trabalhadores em ocupações industriais nesse período.A demanda por formação inclui a requalificação de profissionais que já estão empregados e aqueles que precisam de capacitação para ingressar em novas oportunidades no mercado. "O estudo demonstra a vitalidade do mercado de trabalho no Brasil no horizonte dos próximos quatro anos. Profissionais qualificados terão mais chance de aproveitar as oportunidades que surgirem quando a economia voltar a crescer e as empresas retomarem as contratações", afirma o diretor-geral do SENAI e diretor de Educação e Tecnologia da Confederação Nacional da Indústria (CNI), Rafael Lucchesi.

Fibra reúne representantes do setor empresarial para discutir geradores de resíduos

A Federação das Indústrias do Distrito Federal (Fibra) reuniu no dia 17 de novembro empresários do setor industrial e representantes dos sindicatos filiados à Fibra para discutir os Grandes Geradores. O encontro é uma iniciativa da Gerência de Inteligência Estratégica Integrada e Sustentabilidade da Casa e visa abordar a Lei 5.610/2016, que trata sobre a responsabilidade dos grandes geradores de resíduos, que são classificados como os estabelecimentos não residenciais que gerem mais de 120 litros de resíduos por dia. Isto corresponde a grande maioria das empresas locais, que, a partir de 01 de dezembro, terão a cobrança de tarifa para o seu recolhimento.

O encontro foi uma grande oportunidade para esclarecer as dúvidas do setor empresarial sobre a nova forma de operacionalização da coleta de resíduos, uma vez que as multas previstas são elevadas, conforme definido pela Lei.

A reunião, realizada no edifício-sede da Fibra, é uma parceria entre os seguintes órgãos: Secretarias das Cidades, de Meio Ambiente, de Comunicação Institucional e Interação Social, e de Planejamento, Orçamento e Gestão do DF; Agência Reguladora de Águas, Energia e Saneamento; Instituto Brasília Ambiental; Serviço de Limpeza Urbana; e Agência de Fiscalização do Distrito Federal.

II SEMANA DA COMUNICAÇÃO

ABERTURA

Com o objetivo de comemorar os 45 Anos de sua fundação, o Sindigraf-DF promoveu no dia 18 de outubro o evento de abertura da II Semana de Comunicação Gráfica do DF.

A festividade, que aconteceu no auditório do Sindicato, atraiu, além de autoridades como o presidente da Fibra, Jamal Jorge Bittar, um grande contingente de empresários gráficos, publicitários, jornalistas e profissionais de comunicação, que acreditam no evento como meio de exaltar a importância da indústria gráfica do Distrito Federal e valorizar o setor.

Para Pedro Henrique Verano, presidente do Sindigraf-DF, "o evento traz para dentro do sindicato pessoas importantes e formadores de opinião que podem auxiliar o setor a alavancar os serviços e produtos diante de momentos de transformação com a chegada da era digital", avalia.

A expectativa foi para acompanhar de perto a palestra Redesenhando o nosso papel, proferida pelo CEO do Grupo Abril, Walter Longo.

Durante os 90 minutos da palestra "Redesenhando nosso papel", ele ressaltou a importância da mídia impressa e demonstrou as inovações disponíveis na valorização do produto impresso.

Com domínio total do conteúdo, o palestrante conseguiu a atenção total dos mais de 150 convidados que lotaram o auditório da entidade.

Segundo Walter, "apesar da revolução digital facilitar o acesso à informação, estudos demonstram

"A mídia digital informa *O que?* e *Quando?* enquanto a mídia impressa, *Por que?* e *Como?* Esses são os novos papéis dos veículos de comunicação no contexto atual"

Walter Longo
CEO do Grupo Abril

que a mídia impressa ainda possui efeito de entendimento superior às leituras realizadas em computadores ou tabletes. A mídia digital vem para complementar informação e meios de comunicação, não para substituir", disse.

De acordo com o especialista, o conceito por detrás dessa filosofia baseia-se no entendimento de que cabe à mídia digital informar *O que?* e *Quando?* e à mídia impressa *Por que?* e *Como?* Esses são os novos papéis dos veículos de comunicação no contexto atual.

Dessa forma as mídias impressa e digital se complementam, num processo de adição, ocupando espaços compartilhados.

Uma pesquisa realizada por Anne Mangem, da Universidade de Stavanger na Noruega, citada por Walter, na oportunidade, constatou que a leitura feita por papel impresso dá ao leitor melhor entendimento cronológico dos acontecimentos. A pesquisa foi realizada com 50 alunos em que foram submetidos a ler uma história com 24 páginas. Metade dos alunos leu o livro impresso e a outra metade em e-book. Após o termino da leitura, os alunos foram submetidos a um teste de interpretação de texto, incluindo objetos, personagens e cenário. Quando perguntados sobre a história, ambos os grupos se saíram bem ao relembrarem aspectos como personagens, objetos e outros detalhes. O grupo do papel, porém, se sobressaiu na reconstituição da ordem cronológica de 14 eventos da história.

"O evento é muito importante para que o setor ganhe força e posicione a necessidade da mídia impressa no mundo. Com a facilidade de informação na internet, há também muitos boatos, e, na mídia impressa, tem a credibilidade da veracidade das informações. Então a categoria precisa resgatar este valor", salienta Gustavo Carvalho, diretor da gráfica Movimento.

Acima, o CEO do Grupo Abril, Walter Longo, ao lado do presidente do Sindigraf-DF, Pedro Henrique Verano. Abaixo, o presidente da Fibra, Jamal Jorge Bittar, reforçou em seu discurso a importância do evento para a indústria do DF.

II CONCURSO JOVEM ESCRITOR

Na sequência da II Semana de Comunicação Gráfica do DF, o Sindigraf-DF organizou a segunda edição do Concurso Jovem Escritor, que aconteceu no dia 19/10, no Centro de Convenções Ulysses Guimarães. O Concurso contou com cerca de 22 mil redações de estudantes da rede educacional do DF. Competiram neste ano, com o tema Cultura e Mudança Social, as redações do Simulado do Enem/DF 2016. As 100 melhores redações compuseram o livro Jovem Escritor lançado no dia do evento.

O Sindigraf-DF ainda premiou os dez estudantes melhores classificados no concurso com um vale compras da Livraria Leitura de R$ 500.

O evento contou com a presença do governador do DF, Rodrigo Rollemberg, do secretário de Educação, Júlio Gregório, do deputado distrital Professor Israel, lideranças sindicais, reitores de universidades e faculdades do DF e representantes do Sebrae-DF, Sesi, Senai e IEL, além dos mais de 2.000 alunos e professores.

Para o presidente do Sindigraf-DF, Pedro Henrique Verano, além do reconhecimento às excelentes redações produzidas, o concurso estimula o desenvolvimento de consciência crítica, cidadania, e preparo para avaliação do Enem. "A leitura e a escrita são fundamentais para a formação do cidadão. Poder celebrar o segundo dia da Semana de Comunicação Gráfica do DF de 2016 com o lançamento desse livro é um orgulho indescritível", comentou.

"O tema escolhido produz uma reflexão muito importante para os dias atuais, pois a cultura pode produzir uma sociedade mais justa! Temos aqui 100 jovens que se destacaram em um universo de 22 mil, por isso, hoje é um dia de festa, de celebrar o talento de vocês! Não há nada melhor que a leitura para aprimorar a escrita da gente!", afirmou o governador de Brasília, Rodrigo Rollemberg.

Segundo o secretário de educação do DF, Júlio Gregório, a união do preparatório para o Enem, por meio do Simulado, mais o concurso é uma grande oportunidade para os estudantes mostrarem seus talentos. "Os 100 alunos que estão no livro são grandes vencedores, que vão começar a vida universitária no ano que vem, com uma obra publicada. Isso, sem dúvida, é um grande diferencial", argumentou.

Além da premiação do Concurso Jovem Escritor, o segundo dia da Semana da Comunicação Gráfica do DF teve a palestra do jornalista, ator, músico e humorista Rafael Cortez, sobre carreira e empreendedorismo

para estimular os jovens em suas vidas profissionais. Cortez destacou, durante a palestra, que os jovens de hoje em dia precisam ser ousados e confiarem e si mesmo. "Empreendedorismo e motivação são muito relevantes para os adolescentes, ainda mais quando estão alicerçados a uma característica muito importante para qualquer jovem: ousadia e cara de pau. Uma das coisas que eles precisam fazer é fugir de estereótipos, porque se você pensar que o brasiliense não pode empreender porque tem que se tornar servidor público, você nunca vai sair do lugar", destacou Cortez.

Em seguida, o coach Fernando Duarte, sócio fundador do [hi]School, ministrou a palestra Jornada do Herói – Escolhas e Princípios.

Workshop de Gestão

Ainda como parte da programação da II Semana, os empresários gráficos e seus colaboradores tiveram a oportunidade de participar no dia 19, à noite, na Sede do Sindigraf, de um workshop com Thomaz Caspary, um dos mais respeitados especialistas em gestão para a indústria gráfica. Consultor de empresas, coach e diretor da Printconsult Ltda, Caspary desenvolveu com os participantes o tema *Tornando nossa gráfica em 2017 rentável através de um plano de negócios e adoção de boas práticas*.

Na foto acima, representante do Centro de Ensino Médio Setor Leste, escolhida como Escola destaque do Concurso sendo contemplada com o Curso de Formação de Jovens Empreendedores, uma parceria do Sebrae-DF e Sindigraf-DF. Todas as escolas participantes receberam o livro por meio da Secretaria de Educação.

Conheça os autores das 10 melhores redações do II Concurso Jovem Escritor

Vanessa Gabrielle Silva de Carvalho - Centro de Ensino Médio 09 de Ceilândia.
Beatriz de Castro Barbosa dos Santos - CED 07 de Ceilândia.
Isabela Oliveira Moreira Santos - Centro de Ensino Médio Júlia Kubitscheck, Núcleo Bandeirante.
Sabrina Lopes França - Centro Educacional do Lago.
Maria Luíza Macedo - Centro de Ensino Médio 01 de Sobradinho
Aline Stephanie Silva Carvalho - Centro de Ensino Médio de Taguatinga Norte
Erika Verissimo Rodrigues Lima - CED Irmã Maria Regina Velanes Regis, Brazlândia.
Thayná Silva Silveira - CED 02 de Sobradinho
Laura Beatriz dos Santos - Colégio Leonardo da Vinci de Taguatinga
João Paulo Menezes - Dínatos COC

II Concurso JOVEM ESCRITOR

16º PRÊMIO DE EXCELÊNCIA GRÁFICA JORGE SALIM

Para encerrar a II Semana da Comunicação Gráfica do Distrito Federal com chave de ouro, o Sindicato das Indústrias Gráficas do DF (Sindigraf-DF) realizou no dia 20 de outubro, no Espaço Lake View - Clube da ASSEB, a tradicional noite de premiação dos vencedores do Prêmio de Excelência Gráfica Jorge Salim. O prêmio, que este ano chega à sua 16ª edição, é uma das mais importantes premiações do setor gráfico do Brasil e conta com a parceria da Associação Brasileira das Indústrias Gráficas (Abrigraf-DF). Para Pedro Verano, presidente da entidade, o Prêmio de Excelência Gráfica é um demonstrativo da alta qualidade dos produtos que são oriundos da nossa Capital. "Já é um prêmio de referência no setor em nível nacional. Nesta noite, são apresentados e premiados os serviços de qualidade, de inovação e, sobretudo, a capacidade da mão de obra qualificada de produzir o que há de melhor no setor, ressaltando assim a nossa competitividade", salienta Verano.

Com mais de 200 trabalhos inscritos, concorreram 22 empresas brasilienses e dos entorno, em busca do título de melhor produto da capital, nas 24 categorias avaliadas pelo prêmio. Os trabalhos foram

© Cristiano Costa/Sistema FIBRA

© Cristiano Costa/Sistema FIBRA

divididos em sete segmentos: Jornais, Acondicionamento, Impressão digital e sob demanda, Impressos comerciais, Promocionais, Livros e Revistas.
A equipe julgadora foi formada por profissionais da Escola Theobaldo de Nigris, em São Paulo - unidade de formação profissional gráfica considerada a mais importante da América Latina. A avaliação técnica foi feita levando em consideração as características dos produtos em registro, contraste, densidade, ganho de ponto e reprodução de imagens, além de acabamentos e recursos especiais, tais como encadernação, colagem, textura, vernizes especiais e outros.
Uma das empresas mais premiadas nas quatro últimas edições do Prêmio de Excelência Gráfica Jorge Salim, a gráfica Athalaia, repetiu o feito na noite de ontem, quando foi agraciada nas categorias: impressão digital/pequenos formatos; pôsteres e cartazes; relatório de empresas; livros de textos; guias e manuais; livros institucionais; livros culturais e de arte; revistas infantis ou de desenho.
Para Roberto Martins, gerente de vendas da empresa, este tipo de valorização do segmento incentiva as indústrias gráficas a investirem na qualidade dos produtos, beneficiando todo setor da região. "Hoje, o mercado gráfico de Brasília é considerado um dos três maiores que existe no contexto nacional. E, para nós, dá um certo orgulho, porque ainda somos tão pequenos comparados com grandes estados como São Paulo e Rio de Janeiro", salienta Martins.
Na ocasião, para a comemoração dos 45 anos de atuação do sindicato, foi lançado o livro #Monumento 61, com fotos de Bento Viana, texto de TT Catalão e projeto gráfico da Boi Bumbá Estilo Criativo.
O presidente da Federação das Indústrias do Distrito Federal, Jamal Jorge Bittar, salientou a importância do evento na divulgação da qualidade das empresas gráficas existentes na capital federal. "O prêmio já virou referência na nossa cidade. Todas as empresas premiadas ressaltam a qualidade que temos no segmento aqui em Brasília e que são garantidoras do desenvolvimento e do setor econômico da cidade", completa Jamal.
O eventou contou com a presença de 273 convidados, além de autoridades como o presidente Fecomércio, Adelmir Santana, dos representantes da Abrigraf/ Sindigraf-SP, Reinaldo Espinosa, e do Sebrae-DF, Gabriella Araújo Rocha e Roberto Labanca, de autoridades sindicais, da Indústria da Transformação, empresários gráficos e profissionais da comunicação.
O noite foi encerrada com um grande show da Banda Boca de Sino que animou os convidados relembrando sucessos dos anos 60, 70 e 80.

FIBRA

SICOOB

SINDICRAFI-DF

© Cristiano Costa/Sistema FIERA

© Cristiano Costa/Sistema FIERA

© Cristiano Costa/Sistema FIERA

© Cristiano Costa/Sistema FIERA

© Cristiano Costa/Sistema FIERA

© Cristiano Costa/Sistema FIERA

© Cristiano Costa/Sistema FIERA

CATEGORIA		PRODUTO	VENCEDOR
1.1	Jornais de Circulação Periódica	Informativo ANPT	Gráfica Santa Clara
2.1	Embalagens	Caixa personalizada Clínica Mileto	Gráfica N&B
3.1	Impressão Digital / Editorial	# Mete a Cara	Gráfica Ipanema
3.2	Impressão Digital / Pequenos Formatos	Livreto Sapoti	Athalaia Gráfica e Editora
4.1	Cartões de mensagem / Convites	Convite Casamento Luciana e Wanderson	Teixeira Gráfica
4.2	Cartão de Visita	Dermatologia Francisco Leite & Dal Magro	GH Comunicação Gráfica
4.3	Papelarias	Ellery Advogados Associados	GH Comunicação Gráfica
4.4	Cardápios	Restaurante Manatí Bar	Gráfica Esperança
5.1	Posteres e Cartazes	Cartaz Vacinação Contra Raiva Animal	Athalaia Gráfica e Editora
5.2	Catálogos Promocionais	Catálogo Elegance Park Sul	Fórmula Gráfica
5.3	Relatório de Empresas	A Experiência do Projeto Gati...	Athalaia Gráfica e Editora
5.5	Folders e Folhetos Promocionais	Cooperativa, Caminhe para a Excelência!	Qualidade Gráfica e Editora
5.6	Kits Promocionais	Bloco de anotações	Qualidade Gráfica e Editora
5.8	Calendários de Mesa	Calendário Metafísicos 2016	Coronário Editora Gráfica
6.1	Livros de Texto	Sempre diga eu te amo da boca para dentro	Athalaia Gráfica e Editora
6.2	Livros Culturais e de Arte	Arte Quentinha	Athalaia Gráfica e Editora
6.3	Livros Institucionais	Bombeiros - Bravos Heróis - 50 Anos	Athalaia Gráfica e Editora
6.4	Livros Técnicos / Didáticos	Receitas do Campo	Marina Artes Gráficas
6.5	Guias e Manuais	Manejo Pirarucu	Athalaia Gráfica e Editora
6.6	Agendas	Coronário 2016	Coronário Editora Gráfica
7.1	Revistas Infantis ou de Desenhos	Livro Quadradinhas	Athalaia Gráfica e Editora
7.2	Revistas Periódicas de Caráter Variado Com Recursos Especiais Gráficos Especiais	Mesas para Anna Edição Especial	Coronário Editora Gráfica
7.3	Revistas Periódicas de Caráter Variado Sem Recursos Especiais Gráficos Especiais	GPS Miami Nº 2	Coronário Editora Gráfica
7.4	Revistas Institucionais de Caráter Variado	Catálogo Avanzzo #9 Verão 2016	Coronário Editora Gráfica

CATEGORIA	VENCEDOR
Fabricante de papel	Suzano
Fabricante de equipamentos de acabamento	Müller Martini
Fabricante de equipamentos de impressão	Heidelberg
Fabricante de tinta	Huber Group/Hostman
Fabricante de chapas	Agfa
Fabricante de insumos gráficos auxiliares	Böttcher
Distribuidor de chapas e insumos gráficos	KGP
Distribuidor de papel	DF Papéis
Acabamentos gráficos	Göethe
Birô de pré-impressão	Rainbow

Patrocínio

TECNOLOGIA CRIATIVA

Apesar das previsões sombrias em torno de sua morte, a impressão sofre uma revolução contínua com as novas tecnologias, incluindo realidade aumentada, eletrônica impressa e comunicações on-line.

Estamos vivendo em uma época de conexão digital constante, com a proliferação e aumento do uso de smartphones o que significa que permanecem ligados 24 horas todos os dias. O impacto na nossa psique é discutível - mas certamente mudou nossas atitudes para a atividade de impressão.
Com muitos preferindo a solução rápida, entrega imediata de conteúdo on-line para o consumo de uma revista ou jornal impresso, editores e marcas têm um desafio em suas mãos para garantir que eles continuem a se envolver com os leitores.
Tecnologias tais como Realidade Aumentada, eletrônica impressa e NFC estão abrindo o caminho

para um novo tipo de consumo de conteúdo impresso na era digital - e integrando a tangibilidade do produto impresso com o imediatismo do digital. Desta forma estão injetando nova vida em um dos meios de comunicação mais antigos, permitindo que os impressos se tornem mais interativos, interessantes e úteis.

A tecnologia oferece a oportunidade às marcas e editores para se envolver com o público de forma não convencional, isto é, quanto maior é a interatividade mais benefícios pode trazer ao impresso.

Interatividade na impressão revigora a experiência do leitor, permitindo-lhes votar, envolver e responder pessoalmente ao conteúdo de uma forma que não era possível anteriormente.

Vemos como possivelmente mais emocionante do que a funcionalidade deste compartilhamento o fato de oferecer um valor suficiente para conduzir a um comportamento totalmente novo. Em muitos países, os editores têm alterado suas publicações utilizando tecnologia de reconhecimento de imagem remetendo o leitor a um vídeo ou conteúdo de jogos ou remetendo-os para um website.

Esta tecnologia evoluiu desde os códigos QR e do antigo código de barras sem atrativo em um artigo ou peça de um impresso. Como a tecnologia funciona através do reconhecimento de uma imagem, seu poder reside no "desbloqueio" do mundo físico para o conteúdo digital.

Outra tecnologia tem desenvolvido uma série de conceitos que incorporam impressão tradicional com eletrônica, utilizando tintas condutoras - um processo que tem uma série de oportunidades de valorização das marcas, uma vez que seja aplicado na integração de objetos físicos impressos com o digital, em vez de tecnologia pela tecnologia.

As pessoa querem, cada vez mais, ideias inovadoras. No futuro, elas vão querer um livro mas com toda a tecnologia discretamente embutida nele para as pessoas usarem. Não se trata de ter a tecnologia simplesmente, trata-se de permitir que as pessoas tenham experiências imersivas, simples e intuitivas. Através de um módulo eletrônico aplicado em uma página ou um produto impresso, produzido com tintas condutoras impressas no método convencional, o usuário terá cartazes e outros meios impressos com som e LED. Um exemplo é um cartaz kit de bateria que emite o som dos tambores quando tocado. Dependendo da versão do cartaz, o som ou é emitido via smartphone ou tablet do usuário, ou através de um alto-falante dentro do próprio cartaz.

A tecnologia pode permitir que a impressão tradicional possa abordar a experiência que as pessoas têm com os dispositivos móveis e computadores.

Um exemplo é o NFC (Near Field Communication - é uma tecnologia que permite a troca de informações entre dispositivos sem a necessidade de cabos ou fios (wireless) que está sendo usado para trazer um pouco da experiência digital para mídia impressa, como revistas, jornis e cartazes.

Embora ainda no início, a tecnologia foi usada recentemente pela revista Wired e Lexus para permitir que os leitores acessassem um demo do aplicativo Lexus, aproximando seu smartphone do anúncio. Ao contrário de aplicativos AR (Realidade Ampliada) ou código de barras, a tecnologia não requer o uso da câmera do telefone, uma vez que detecta automaticamente o chip, criando assim uma ponte entre o meio físico e o digital.

O NFC permite que as marcas criem sem esforço, experiências de consumo racionalizado onde o conteúdo exclusivo é transferido para o seu telefone sem a necessidade de digitalizar um código QR ou digitar endereços da web e ainda permitindo a impressão para estender a sua mensagem em uma plataforma digital, proporcionando uma experiência mais interativa para o consumidor.

Por ser uma tecnologia bastante nova, o NFC ainda tem custo alto não permitindo o seu uso em tiragens muito grandes, e por isso está sendo utilizado em impressos fixos em áreas onde o usuário poderá utilizá-lo.

Isto também parte de uma proposta de educar as pessoas para o seu uso mais discriminado no futuro.

Este é um ponto importante para que as marcas e editores possam educar os consumidores sobre os benefícios da impressão interativa.

Para esta alternativa se desenvolver, também é importante o envolvimento dos editores e gráficos no processo criativo de desenvolvimento dos conteúdos.

Hoje isso tem ficado a cargo das empresas fornecedoras de tecnologia, o que tem atrasado a introdução no mercado destas opções.

Treinar a equipes de venda e os profissionais das editorias é extremamente importante. São eles que podem, através do contato com os clientes, entender suas necessidades e garantir o conteúdo relevante e atraente para o público.

O uso mais constantes destas tecnologias farão com que os usuários as vejam como corriqueiras, aponto de no futuro tocarem em cartaz e se surpreenderem quando ele não emitir nenhum som.

Papel e impressão tem estado sempre na vanguarda da aprendizagem e experiências valiosas. Embora possa não ser um emparelhamento óbvio, inovações em tecnologia digital estão começando a inspirar editores e marcas que acreditam no benefício de combinar os dois em uma experiência interativa ainda tangíveis para os consumidores.

O resultado é uma nova era empolgante, quase ilimitada de impressão

Não há dúvida de que o mundo de hoje é definido por informações. Quer se trate de notícias, opiniões, entrevistas ou publicidade, escrita, falada ou filmado, é informação (e conteúdo de marketing) que orienta e influencia o nosso dia a dia. Com isso, nós mesmos nós transformamos em instrumentos de marketing e repetidores dessas informações.

Nos tempos atuais, veículos como revistas, jornais, televisão, on-line, mídia móvel e social são todos componentes vitais para qualquer campanha publicitária.

Podemos distinguir entre seis diferentes tipos de mídia impressa para as marcas: a publicidade em jornais e revistas, mala direta, revistas institucionais, folhetos e catálogo de produtos. Estes são os canais de impressão mais importantes para apoiar as marcas.

Com essa gama de tecnologias e canais à disposição de uma marca, como pode de marketing, mídia e profissionais da publicidade garantir que eles estão obtendo o alcance máximo de exposição, ROI (Return Over Investiment), conexões e engajamento para a sua publicidade? Em suma: qual é o mais eficaz mix de mídia de publicidade para marcas de produtos e serviços?

Impresso = a experiência de mídia sensorial

Talvez o mais importante benefício de mídia impressa é a tangibilidade. Entre as razões pelas quais muitas pessoas preferem a impressão é ter a sensação do papel. Tê-lo em suas mãos significa que o conteúdo é real, ela existe. A mídia impressa é única em sua capacidade de desencadear uma série de sentidos; é claro o sentimento de papel, o cheiro da tinta ou de um perfume adicionado, o papel pode ser comido ou mesmo ser ouvido (quando um chip é adicionado). O papel pode mudar de cor quando aquecido ou exposto em frente de uma luz, um anúncio

pode ser sentido áspero como areia ou suave como seda. Todos contribuindo para a experiência sensorial da publicidade. Provocando múltiplos sentidos irá adicionar eficácia na publicidade impressa. Especialistas garantem que quando as marcas atingem mais de três sentidos, a eficácia da publicidade irá aumentar em 70%.

Seja qual for o veículo, a mídia impressa adiciona energia

De muitas maneiras, o produto impresso é a forma de marketing ideal: ele está disponível em pequenos e grandes números, pode ser acessado com facilidade, é envolvente, versátil e criativo. Cada um dos seis tipos de mídia impressa tem sua própria qualidade. Para os jornais, eles se tornam parte de seus leitores. Eles educam e informam com credibilidade e confiança, enquanto as revistas criam engajamento através conteúdos de entretenimento. A mala direta usa a sua capacidade de obter acesso às casas das pessoas e entrega uma mensagem de vendas direto no alvo, enquanto os folhetos têm um alcance invejável e ROI. Finalmente, catálogos servem de inspiração para os clientes antes de levá-los para fazer a compra pela internet. Por conta própria, cada canal cumpre um papel de marketing vital. Quando combinado com outros meios de comunicação, eles são uma força altamente eficaz para qualquer campanha, para qualquer marca.

criando engajamento

A chave para o marketing de sucesso é o envolvimento, atraindo o seu cliente através de conteúdo que desperta a atenção, antes de apresentar uma oferta ou serviço que vale a pena. A mídia impressa é uma fonte confiável de notícias, uma vez que os consumidores ter tempo para ler um folheto ou revista entregue em sua porta. As revistas oferecem uma série de áreas de conteúdo: notícias, informação, educação, inspiração, ofertas especiais e entretenimento, gerando engajamento entre o leitor e as marcas anunciadas. Na verdade, os anúncios são uma parte da experiência de leitura tanto quanto o conteúdo editorial, com revistas e jornais oferecendo exatamente o contexto certo para uma campanha relevante.

Leitura profunda

Uma pesquisa neurológica recente identificou diferenças na capacidade das pessoas absorverem informações entre a versão impressa e a tela. Estes estudos descobriram que os leitores de impressos mantêm a sua capacidade de ler artigos mais longos, pelo fato de não oferecer tantas distrações. Os leitores têm toda a atenção para o conteúdo. Esta capacidade - chamada de leitura profunda - também cultiva o pensamento profundo. A falta de distrações durante a leitura de impressos permite ao leitor chegar ao momento em que ele está totalmente absorto em um artigo substancial de um jornal ou revista. A leitura profunda também tem a ver com a disposição gráfica dos artigos; leitores utilizam a estrutura de uma página - fotos, manchetes e legendas - para navegar pelo conteúdo. Essa estrutura ajuda a voltar mais facilmente a determinadas partes e lembrar o conteúdo melhor.

Integrando papel e pixels

Os consumidores estão cada vez mais online. As mídias sociais descrevem o que eles fazem, o Google irá ajudá-los a encontrar o que eles precisam, o YouTube para assistir aos vídeos mais recentes e sites como a Amazon para comprar os produtos em sua lista de desejos. O papel é agora uma maneira ideal para obter os leitores on-line para, por exemplo, o site do anunciante ou página do Facebook. Através dos códigos QR, Realidade Aumentada, Near Field Communication, ou impressões digitais, os leitores podem ter acesso imediato à página on-line mais adequada. Estas tecnologias formam uma ponte entre a mídia impressa e a presença on-line de uma marca, estimulando o consumidor a interagir através de um smartphone, tablet ou PC. Essas tecnologias aumentam a eficácia da mídia impressa, bem como melhoram a experiência do consumidor.

Conversando com um ou muitos

A mídia de impressão existe em muitas formas: a partir de mídia de massa (centenas a milhões de cópias) ou na forma individual (versão personalizada). Existem formatos, como o jornal personalizado ou revista. Títulos que têm conteúdos adaptados para o leitor específico. Impressoras digitais modernas oferecem aos profissionais de publicidade a capacidade de imprimir publicações inteiras com base no perfil e necessidades de seus consumidores. Ou até mesmo para integrar conteúdos digitais em uma revista produzida em massa ou jornal. Esta personalização aumenta a eficácia da mídia impressa, já que os consumidores preferem uma abordagem sob medida em vez da genérica. Essa flexibilidade e adaptabilidade permite que o cliente e sua marca escolha exatamente o material de impressão correto.

Adição de impressão aumenta o ROI

Uma campanha de marketing eficaz funciona melhor quando a impressão é usada com outros meios de comunicação como um elemento de uma solução integrada. A pesquisa mostrou que a adição de impressão para o mix de mídia de publicidade irá aumentar o ROI da campanha. Um estudo da BrandScience com mais de 500 casos na Europa mostrou que o ROI de TV aumentou em 61%, quando usado em combinação com publicidade impressa.

Fonte: Revisra PrintPower

Brasília está enfrentando uma grave crise hídrica e se os níveis continuarem baixando, o setor produtivo será o primeiro segmento afetado pelo racionamento deste bem tão precioso. A gestão responsável da água faz bem para o planeta e garante que as atividades industriais funcionem a todo vapor, além de gerar economia e maior rentabilidade para as empresas.

A FIBRA PRECISA DE VOCÊ.
NÃO DEIXE A INDÚSTRIA PARAR. ECONOMIZE ÁGUA.

Racionalizar + Economizar

GANHAR EFICIÊNCIA + RENTABILIDADE

Um investimento da Indústria Brasiliense.

Produção afiada.

Aumente já a eficiência de sua gráfica com a guilhotina Polar.

Guilhotina Polar à pronta entrega*

Aproveite essa oportunidade e modernize o seu setor de acabamento agora mesmo com a Guilhotina Polar 115 N Plus. Um equipamento cheio de vantagens:

- **A mais segura e precisa do mercado**
- **Produtividade e liquidez no seu investimento**
- **Disponibilidade de conexão com a Pré-Impressão através da comprovada tecnologia Compucut**

Agende sua demonstração no **PMC da Heidelberg**

Mais informações:

atendimento.hbr@heidelberg.com

*Após análise de crédito e pedido aprovado. Consulte unidades com disponibilidade imediata ou para entrega em Setembro de 2016.

HEIDELBERG

Heidelberg do Brasil
Alameda África, 734 • Polo Empresarial Tamboré • 06543-306
Santana de Parnaíba • SP • Tel.: 11 5525-4489 • Fax.: 11 5525-4501
www.heidelberg.com/br

FERRAMENTAS PRÁTICAS PARA EXECUTAR PROJETOS INOVADORES E NÃO FICAR SÓ NA IDEIA

Ideias são fáceis, a implementação é o mais difícil, concorda? Então conheça essas 5 ferramentas pensadas para tirar suas ideias do fundo da gaveta e colocá-las em prática na inovação de seus produtos e serviços.

A inovação nunca foi um problema para os empreendedores. De espírito inquieto, os sonhadores já viram muita coisa boa surgir em conversas de bar, passeios de táxi ou mesmo reflexões de chuveiro. Pensar em uma solução melhor, mais barata, mais eficiente e feita com os recursos que nós temos disponíveis é parte da nossa cultura, mas, mais do que gerar ideias, o grande desafio dos empreendedores está na execução dos projetos inovadores. Em uma simples equação, seria:

Capacidade de inovação = habilidade de gerar ideias x eficiência de execução

Vamos ao exemplo de uma empresa que acredita ser boa na geração de ideias, mas terrível na execução de projetos:
Capacidade de Inovar = 6 x 2 = 12
Se a habilidade de gerar ideias aumentasse = 8 x 2 =16
Se a capacidade de execução aumentasse = 6 x 4 = 24
Nessa lógica, investir em uma cultura de execução, focada em levar os projetos até o fim, com agilidade e eficiência, é tão poderoso quanto criar os meios para seus funcionários encontrarem novas oportunidades de inovar. Para começar esse exercício, selecionamentos 5 ferramentas que vão te guiar.

Comece ouvindo seus consumidores

1. Mapa de Empatia
Antes de olhar para fora, em busca de novas referências, comece ouvindo quem melhor te conhece. Ouça seus consumidores em profundidade, para entender suas necessidades e seus problemas, e como a sua empresa pode ser útil para eles. O Mapa de empatia vai te ajudar a desenvolver novos produtos e serviços de olho nas necessidades e aspirações dos seus clientes.
Indicado para empreendedores e profissionais responsáveis pelo desenvolvimento de novos produtos ou serviços; e
É útil porque é um mapa visual que orienta a discussão e o brainstorming sobre a criação de novos produtos a partir da perspectiva do cliente

2. Ferramenta de Design Thinking
Em poucas palavras, design thinking é a inovação centrada no usuário. Seu objetivo é desenvolver uma experiência de consumo que seja altamente desejável pelo consumidor, viável tecnologicamente e rentável para o negócio.
Indicada para negócios de todos os portes que tenham interesse em criar experiências de consumo altamente desejadas por seus clientes; e
É útil porque permite ampliar o conhecimento sobre o consumidor e sugere como transformar as informações obtidas em negócios mais rentáveis.

Identifique as oportunidades de inovação que a sua empresa pode abraçar

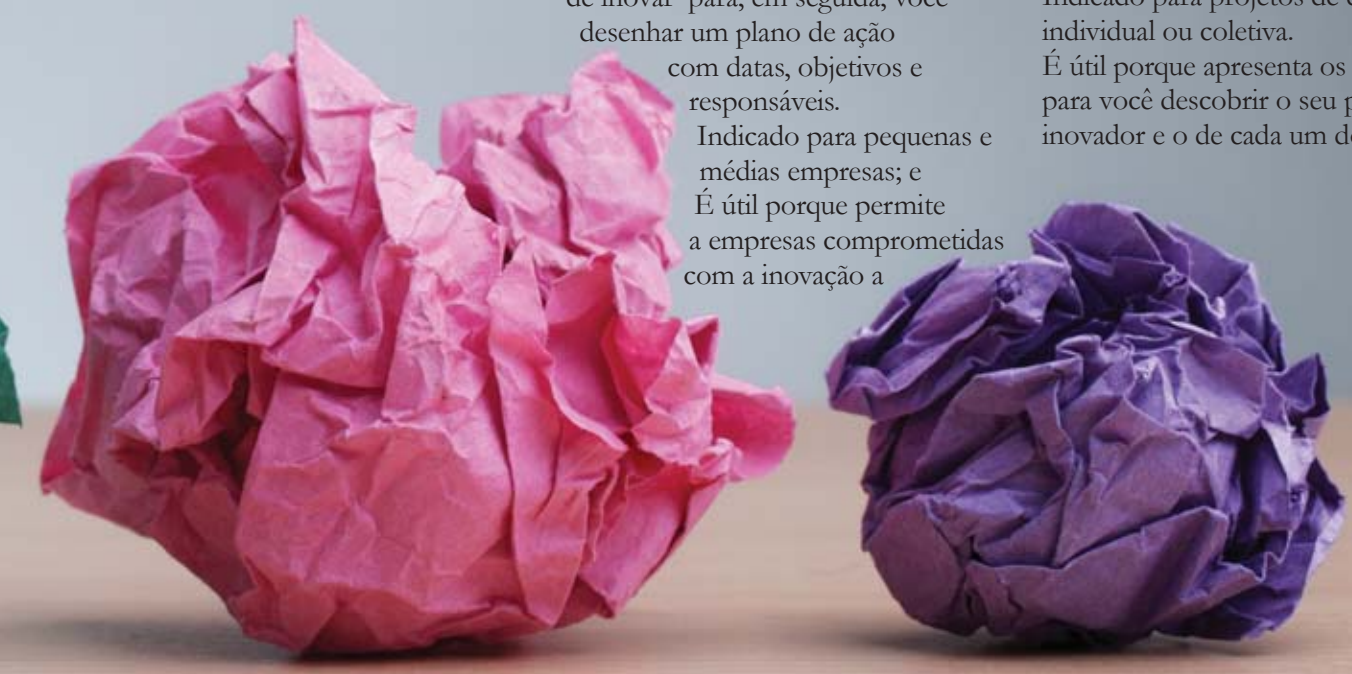
3. Diagnóstico da inovação
Elaborada pela 3M, essa ferramenta oferece 20 perguntas para você analisar a visão dos seus colaboradores e dos líderes sobre o grau de inovação da sua empresa, identificando os problemas e as causas que impedem sua empresa de inovar para, em seguida, você desenhar um plano de ação com datas, objetivos e responsáveis.
Indicado para pequenas e médias empresas; e
É útil porque permite a empresas comprometidas com a inovação a obtenção de vantagens competitivas e a adoção de medidas para tornar o negócio ainda mais inovador.

Formate o projeto com objetivos e resultados mensuráveis

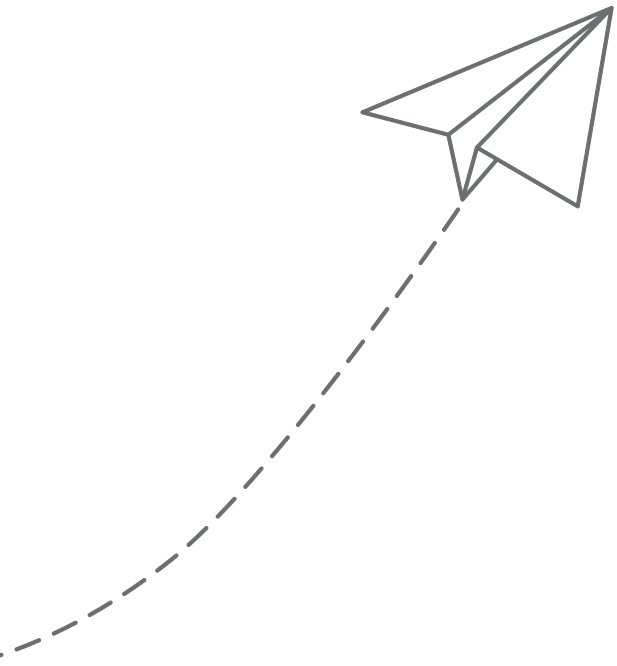
4. Gestão de Projetos com 5W2H
Depois de ouvir seus clientes e identificar as oportunidades que sua empresa tem para inovar, formate um projeto que tire as ideias do papel respondendo apenas a sete perguntas. Os "Ws" e os "Hs" são derivados das iniciais de palavras interrogativas em inglês (what, why, who, where, when, how e how much).
Indicado para todos os tamanhos de negócio e projetos.
útil porque oferece uma metodologia fácil de ser aplicada e monitorada ao longo de todo o projeto.

Forme o time certo para desenvolver e executar o projeto

5. Mini Curso Formando o Time Certo para Projetos Inovadores
Com o projeto desenhado, chegou a hora de alocar o melhor time para executá-lo. Nesse passo a passo de 5 e-mails, inspirado na Teoria das Competências para Inovar (TCI), você aprende a identificar os perfis de inovação de cada pessoa para criar um time complementar e equilibrado.
Indicado para projetos de execução individual ou coletiva.
É útil porque apresenta os caminhos para você descobrir o seu potencial inovador e o de cada um do seu time.



Papel...



Ele assume formas, aceita dobras, recortes, letras, palavras, pensamentos, riscos e rabiscos. Registra o poema que encanta a menina, receita o remédio amargo que cura, manda o recado proibido no meio da aula, registra a saudade que acalma o coração, eterniza um romance em forma de páginas. Papel é a nossa paixão. E tão mágico quanto ele, é o início de um ano que, como uma folha em branco, só espera que você escreva um belo e novo capítulo da sua história nele.

Gráfica Qualidade,

nosso nome, nosso compromisso.

QUALIDADE
GRÁFICA E EDITORA

Polo JK - Trecho 01 Conjunto 03 Lote 06 - Santa Maria – Brasília – DF - CEP: 72.549-515
www.qualidadedf.com.br - qualidade@qualidadedf.com.br - 61 3386-5199 / 61 3386-4200

FIBRA LANÇA CAMPANHA SEM ÁGUA A INDÚSTRIA PARA COM FOCO NA RACIONALIZAÇÃO

A crise hídrica chegou ao Distrito Federal e é muito mais real e intensa do que se imagina. Os níveis da Barragem do Descoberto e da represa de Santa Maria, principais mananciais da região, alcançaram, nas últimas semanas, os menores números registrados em cerca de 30 anos.
Diante deste cenário, a Federação das Indústrias do Distrito Federal (Fibra), por meio de sua Diretoria de Inteligência Estratégica e Sustentabilidade, criou a campanha de racionalização "Sem Água a Indústria Para", que tem o objetivo de incentivar as indústrias do setor produtivo local, os empresários e os colaboradores do Sistema Fibra a adotarem práticas sustentáveis que permitam o uso racional e a redução do consumo de água em suas instalações.
Localizado entre três regiões hidrográficas (a Bacia do Paraná, a Bacia do São Francisco e a Bacia do Tocantins-Araguaia), o DF conta, atualmente, com cinco sistemas responsáveis pelo suprimento de água à população: Descoberto; Torto-Santa Maria; Sobradinho-Planaltina; Brazlândia e São Sebastião.
Entretanto, as recorrentes mudanças climáticas e a supressão das atividades antrópicas nos recursos hídricos fizeram com que os reservatórios chegassem aos limites mínimos de funcionamento, agravando os riscos de escassez, ganhando destaque na mídia local e chamando a atenção da população e dos setores produtivo, de comércio e de prestação de serviço sobre a importância do uso consciente da água.
De acordo com o diretor de Inteligência Estratégica e Sustentabilidade, Marcontoni Montezuma, a preservação e a reutilização da água já são práticas comuns nas indústrias locais, tendo em vista que, muitas delas, utilizam o recurso natural como insumo para a produção. Entretanto, as ações de racionalização devem ser constantes e de forma coletiva. "Para a indústria, a água é essencial. Por isso, os empresários buscam, cada vez mais, otimizar e preservar este recurso. No DF, a maioria das empresas já utilizam processos de reciclagem e adotam práticas econômicas. Mesmo assim, é importante divulgar informações sobre o tema, porque, quanto mais pessoas engajadas, maiores serão os resultados".
Além dos altos riscos de racionamento, a escassez também traz à tona a implementação da Tarifa de Contingência, que já está em vigor. A medida aumenta em até 40% o valor total da conta de água e o valor é cobrado enquanto os reservatórios apresentam níveis abaixo de 25%, o que aconteceu neste mês de novembro.
Por meio da campanha "Sem Água, a Indústria Para", a Fibra visa conscientizar o setor industrial sobre questões ambientais, com foco na mudança de comportamento e na eliminação de hábitos que

favoreçam o desperdício. Desta forma, a entidade auxilia a promoção da cultura de sustentabilidade ambiental nos vários setores da sociedade e contribui para uma maior disponibilidade hídrica em todas as épocas do ano, garantindo o fornecimento de água no período de escassez de chuvas.

De acordo com levantamento realizado pela Companhia de Saneamento Ambiental do Distrito Federal (Caesb), o Distrito Federal tem uma média per capita de 184 litros de água utilizados por dia. Isto corresponde a 67% a mais do que os 110 litros diários indicados pela Organização das Nações Unidas (ONU) como suficientes para atender todas as necessidades básicas de uma pessoa. Parte deste montante é fruto do uso irracional, que pode ser facilmente evitado com a implementação de algumas ações por parte do setor produtivo e com a conscientização da população.

Dados não oficiais apontam que no Distrito Federal 85% do consumo de água é residencial. A indústria seria responsável por cerca de 4%, enquanto os setores do comércio e da prestação de serviço completariam o gráfico. Para o conselheiro representante da Fibra junto ao Conselho de Recursos Hídricos, Antônio Carlos Navarro, apesar de ter pouca representatividade neste cenário, a indústria deve cumprir à risca o papel social e ambiental que lhe é devido. "O setor produtivo não é responsável pela maior parte do uso de água no DF, mas ele é um grande beneficiário, tendo a água tanto como insumo, quanto para a preparação dos produtos. Por isso, os empresários devem investir em processos de recuperação e reutilização da água, mesmo que o custo seja alto. Esperamos que estas ações sirvam, também, como motivação para a população, que pode, sem custos, modificar comportamentos, utilizar o recurso de forma racional, economizar e contribuir para a preservação".

A campanha "Sem Água, a Indústria Para" está auxiliando a disseminação da cultura da racionalização no Distrito Federal. Mas, para participar, não é necessário fazer parte do setor produtivo. Basta inserir alguns hábitos simples na rotina da casa e do trabalho, como: fechar a torneira ao escovar os dentes ou fazer a barba; fechar o chuveiro durante o banho, enquanto se ensaboa; utilizar baldes no lugar de mangueiras ao lavar o carro; e reutilizar a água que sobra da máquina de lavar.

Para mais informações sobre a campanha "Sem Água, a Indústria Para", acompanhe as redes sociais do Sistema Fibra ou entre em contato com a Diretoria de Inteligência Estratégica Integrada e Sustentabilidade da Fibra pelo e-mail: assuntos.ambientais@sistemafibra.org.br.

Por Aline Porcina
Assessoria de Imprensa do Sistema Fibra

mais informação mais florestas plantadas

Você ♥ papel
Dá para entender

Você sabia que as empresas brasileiras produtoras de papel obtêm 100% da celulose a partir de florestas plantadas?*

A área de florestas plantadas no Brasil equivale a 2.6 milhões de campos de futebol.**

Leia seu jornal favorito tranquilamente, pois o papel é feito de madeira natural e renovável.

Para descobrir fatos ambientais surpreendentes sobre a comunicação impressa e o papel, visite www.twosides.org.br

Two Sides é uma iniciativa que promove o uso responsável da comunicação impressa e do papel como uma escolha natural e reciclável para comunicações poderosas e sustentáveis.

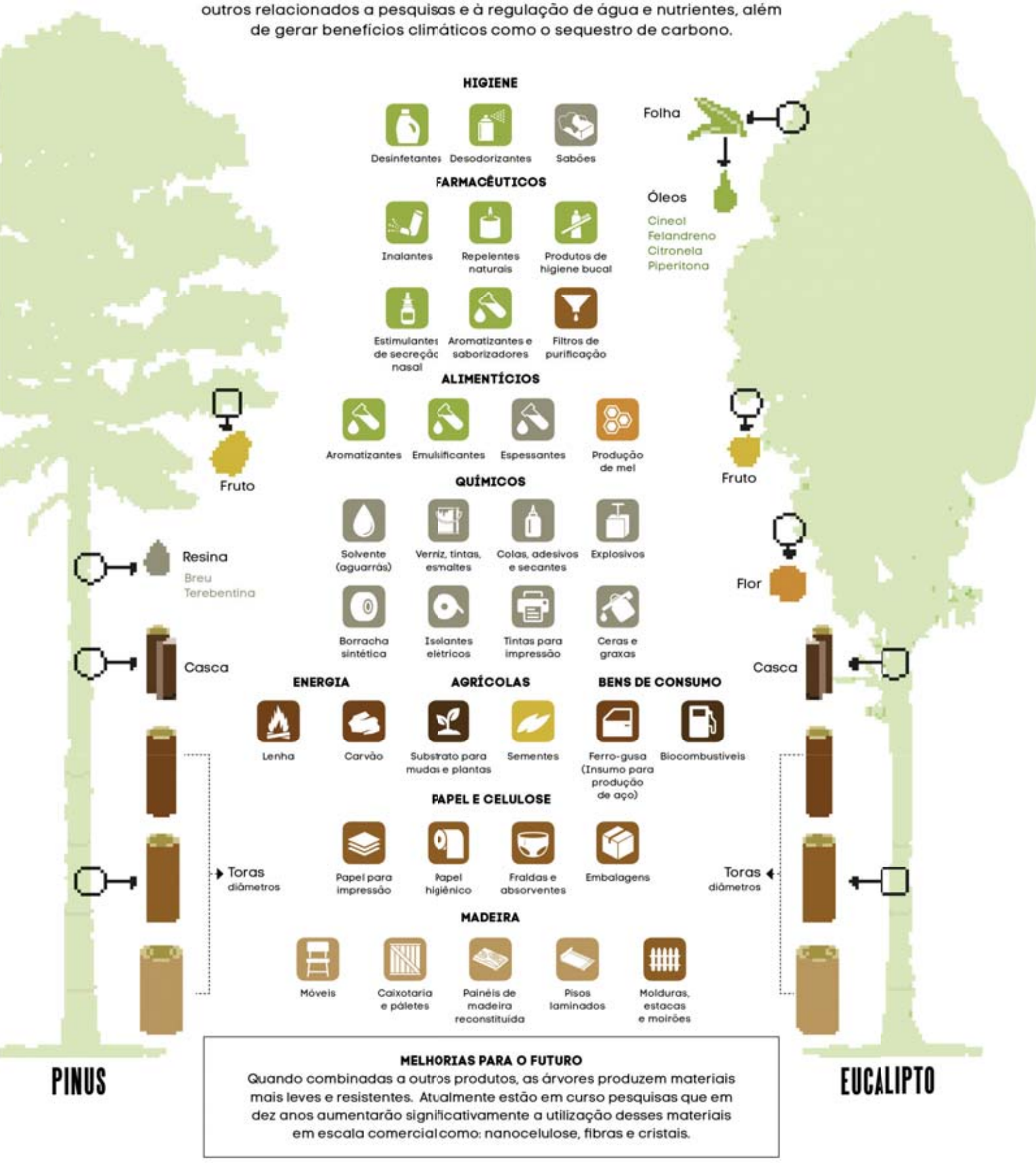
*IBÁ, 2015.
**Two Sides Brasil, 2015.

A comunicação impressa e o papel têm uma ótima história ambiental para contar

TWO SIDES
www.twosides.org.br

A MADEIRA NO DIA A DIA

As árvores plantadas atualmente são fonte de mais de cinco mil produtos e subprodutos e geram diversos serviços culturais, recreativos, turísticos e outros relacionados a pesquisas e à regulação de água e nutrientes, além de gerar benefícios climáticos como o sequestro de carbono.



MELHORIAS PARA O FUTURO

Quando combinadas a outros produtos, as árvores produzem materiais mais leves e resistentes. Atualmente estão em curso pesquisas que em dez anos aumentarão significativamente a utilização desses materiais em escala comercial como: nanocelulose, fibras e cristais.

Fonte: Ibá.org

COMO ESTAR À FRENTE DA REVOLUÇÃO DIGITAL

Mark Weinberger ajuda sua empresa a encarar a revolução digital

Enquanto você lê este artigo, você é uma entre as mais de 3 bilhões de pessoas conectadas à internet neste exato momento. Esse número é quase metade da população da Terra. Algumas dessas pessoas estão fazendo compras, conversando com amigos, ou, assim como você, lendo esse artigo. Algumas outras estão gerindo sua supply chain a nível global, respondendo algumas solicitações de clientes, ou desenvolvendo um aplicativo que vai mudar o mundo. Como CEO, eu também sei que todas essas pessoas estão fazendo algo além de suas tarefas: elas estão mudando o mundo dos negócios como o conhecemos.

Essa rápida integração do digital aos negócios trouxe muitas oportunidades para empresas e governos ao redor do mundo, mas, por outro lado, essa era digital também criou desafios que não existiam até duas décadas atrás. Quando eu participei do Fórum Econômico Mundial, um encontro anual entre os principais líderes globais, na cidade de Davos, em 2016, esses desafios eram os primeiros na nossa agenda.

Na minha opinião, esses desafios se resumem a quatro princípios que podem guiar nossa relação com esse enorme mundo digital. Não importa o ramo de atuação do seu negócio: esses princípios também podem ajudar você.

1. Mude seu negócio antes que façam isso por você

A inovação é um desafio que tende a ficar cada mais difícil com a chegada do sucesso. Quanto mais uma empresa cresce, mais os processos a curto prazo aparecem. Isso significa que se você quer inovar, você precisa o seu atual modelo de negócio ao mesmo tempo em que realiza as atividades do dia a dia. É um trabalho árduo – mas não impossível. Nós descobrimos que pedir aos executivos que cuidam das operações da empresa para também conduzirem o processo de inovação digital é uma prática ineficaz. Para ter sucesso, você precisa de uma equipe exclusiva para tocar esse projeto. Alguém que não tenha restrições ou entraves do dia a dia para lidar e que possa se responsabilizar por fazer um planejamento de ações e estratégias a longo prazo.

É por isso que, na EY, formamos um time de inovação global e contratamos um profissional de tecnologia, como nosso CIO, para encabeçar o desafio. Sob o comando dele, toda equipe é direcionada a pensar além dos entraves que aparecem no curto prazo, nós olhamos para frente, pensando em como fazer as coisas de forma diferente daqui a seis meses, três anos, 10 anos e depois.

Uma das maneiras seguidas usada pelo grupo foi criar startups internas com base em algumas das nossas principais técnicas. Eles escolhem profissionais internos e do mercado de tecnologia para entender como certas áreas dentro de um modelo de negócio podem ser "disruptivas". Assim, em vez de esperar para ver o que acontece, eles partiram para a ação, começando a planejar como nós mesmos podemos inovar nosso modelo de negócio e ficar à frente da revolução tecnológica.

2. Toda empresa é agora também uma empresa de tecnologia

Quando os computadores começaram a fazer parte do mundo dos negócios pela primeira vez, a maioria das companhias dizia ter alguém designado para a "estratégia digital" da empresa. Eles nomeavam um Chief Technology Officer que estudaria toda a rede de computadores e, em seguida, enviariam para o esse mesmo CTO todos os problemas digitais ou solicitações que chegassem. Atualmente, esse tipo de segmentação não funciona mais. Os clientes de todas as empresas passam a maior parte da vida online – e eles esperam ser encontrados onde estiverem.

Veja o caso dos bancos. Em diversos sentidos, o modelo de negócio dos banco não mudou ao longo dos séculos. Mas, mesmo que sua missão continue a mesma, a indústria

bancária teve de repensar seriamente o modo como lida com seus clientes nos últimos anos. A Reserva Federal Americana aponta que 39% das pessoas que têm celular usam seus aparelhos para gerenciar contas bancárias. A maioria da geração Y usa um aplicativo de banco no mínimo algumas vezes por semana – e a maioria uma vez por dia.

Inovação como essa se estende até mesmo a atividades que parecem não ter nenhuma conexão com a nova economia digital. A agricultura, por exemplo, enfrenta a sua própria e impressionante evolução tecnológica. As empresas podem agora fazer uso de data analytics no campo, usando informações sobre óleo e tempo para dizer aos fazendeiros quais as sementes adequadas ao plantio, onde plantá-las e até como cultivá-las para obter os melhores resultados.

3. Não tenha apenas um conjunto de dados: transforme isso em conhecimento

Hoje em dia, ouvimos falar bastante sobre Big Data; mas é importante lembrar que coletar dados é só o primeiro passo. É crucial transformar esses bits e bytes em conhecimento de verdade que você possa usar. Isso pode parecer óbvio, mas muitas vezes esse passo importante é ignorado.

Em uma pesquisa recente, realizada com executivos sênior, descobrimos que 81% deles concordam que a informação deveria estar no centro da tomada de decisão – mas apenas 31% dizem que reestruturaram suas operações para incorporar a análise de dados.

Na verdade, 80% das empresas falham ao tentar utilizar os dados que coletaram sobre seus clientes, o Customer Data. Muitas investem milhões de dólares em coleta de dados, constroem ótimas percepções para uma área específica da empresa, mas, em seguida, não conseguem ter a clara noção de como transformar esse conhecimento em percepções com fundamento e que possam ser colocadas em prática.

Para construir uma cultura orientada por dados, deve existir um responsável no comando. Ter apenas um executivo à frente disso não é o suficiente. É necessária uma liderança C-level. É por isso que temos um Chief Analytics Officer cuja missão é completamente focada na implantação da análise de dados para toda a organização.

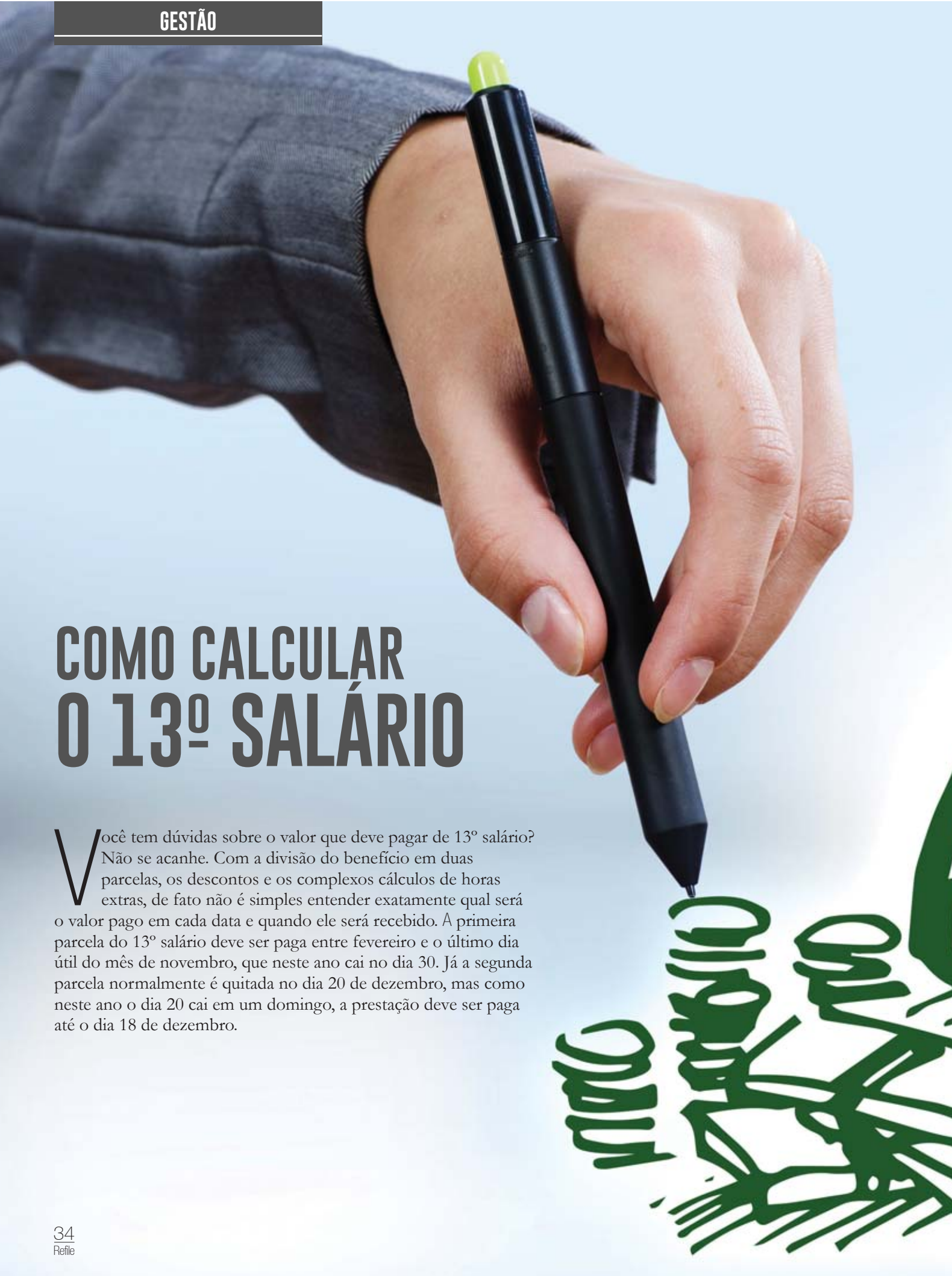
4. Faça parcerias para somar forças

Se você é de uma empresa que quer aumentar suas aptidões digitais, você treina pessoas internamente? Você tem um algum tipo de parceria com outra empresa? Ou você adquiriu outra empresa que faz o que você precisa?

A resposta é diferente dependendo das circunstâncias e da empresa.

Mas cada vez mais as empresas estão escolhendo a terceira opção – um dos motivos para aumento de fusões e aquisições ano passado, à medida que cada vez mais empresas consolidadas têm adquirido empresas de tecnologia que podem suprir suas ofertas.

No entanto, há ainda muito o que falar sobre o poder das parcerias. Além das aptidões digitais que estamos criando internamente, fizemos parcerias com empresas como LinkedIn, IBM e Microsoft. Isso significa que podemos somar forças para melhorar o que oferecemos a nossos clientes em áreas como data analytics, segurança e digital. Juntos, esses quatro princípios enfatizam uma realidade essencial para as empresas hoje em dia. As estratégias que funcionavam há 30 anos – as mesmas que levaram muitas empresas ao topo – são as diversas qualidades que as impedem de avançar para o futuro. Felizmente, as muitas ferramentas que desencadearam a ameaça de desaparecertambém podem fazer isso possível para que as empresas se adaptem e evoluam mais rápido do que nunca. A tecnologia pode ser a causa de muitos desafios atuais, mas se nós lidarmos com a questão da forma correta, também é uma solução.



COMO CALCULAR O 13º SALÁRIO

Você tem dúvidas sobre o valor que deve pagar de 13º salário? Não se acanhe. Com a divisão do benefício em duas parcelas, os descontos e os complexos cálculos de horas extras, de fato não é simples entender exatamente qual será o valor pago em cada data e quando ele será recebido. A primeira parcela do 13º salário deve ser paga entre fevereiro e o último dia útil do mês de novembro, que neste ano cai no dia 30. Já a segunda parcela normalmente é quitada no dia 20 de dezembro, mas como neste ano o dia 20 cai em um domingo, a prestação deve ser paga até o dia 18 de dezembro.

A primeira delas, chamada de adiantamento, correponde à metade da remuneração do mês anterior ao mês de recebimento e não sofre descontos.
Se você pediu o adiantamento em agosto, por exemplo, a primeira parcela de 13º paga foi equivalente à metade do salário de julho.
A segunda parcela equivale ao salário bruto do mês de dezembro, com os descontos do adiantamento da primeira parcela, o INSS e o Imposto de Renda (IR).
Se seu funcionário foi contratado no meio do ano, benefício é menor
Caso ele tenha entrado na empresa ao longo deste ano, o 13º salário não será igual ao seu salário cheio. Nesse caso, é recebido o 13º proporcional ao número de meses trabalhados.
Só recebe o benefício cheio quem trabalha na empresa desde janeiro ou antes, sendo que em janeiro é preciso ter trabalhado ao menos 15 dias.

Para fazer o cálculo do 13º proporcional:

1. Divida o salário bruto por 12

2. Multiplique o resultado pelo número de meses em que trabalhou até outubro – o cálculo é sempre feito até outubro porque a primeira parcela é paga em novembro e o empregado que começou a trabalhar em novembro não recebe o benefício.

3. A primeira parcela será equivalente à metade do valor encontrado, sem descontos.

No total, o empregado recebe um salário líquido a mais como benefício (caso tenha trabalhado o ano todo na empresa), mas as parcelas não são repartidas igualmente.

4. Para chegar à segunda parcela, divida novamente o salário bruto por 12 e multiplique o resultado pelo número meses trabalhados. Em seguida, basta subtrair do resultado o adiantamento e os e descontos do INSS e do IR.

Horas extras
Para calcular, some todas as horas extras feitas até outubro e divida por 12. Multiplique o valor encontrado pelo custo da hora extra e some ao salário bruto, que será usado para o cálculo da primeira parcela do 13º.
Em dezembro, a conta é refeita para incluir no pagamento da segunda parcela as horas extras feitas em novembro. Em janeiro, novamente, a empresa refaz o cálculo para pagar o complemento referente às horas extras trabalhadas em dezembro que não entraram na conta do 13º.

se seu funcionário recebeu horas extras ao longo do ano, o 13º salário terá um acréscimo proporcional a essas horas trabalhadas.

Descontos de INSS e IR
O desconto do INSS pode ser de 8%, 9% ou 11%, de acordo com a faixa salarial. Em 2015, para salários de até 1.399,12 reais, o desconto é de 8%; para salários de 1.399,12 até 2.331,88 reais a alíquota é de 9%; e para salários superiores a 2.331,88 reais o desconto é de 11%, limitado a 513,01 reais.
Já o IR é descontado sobre o salário bruto, descontados: o INSS, a contribuição para previdência privada (como o fundo de pensão da empresa) e eventuais descontos de dependentes e pensão alimentícia.
O valor de desconto mensal por dependente em 2015 é de 189,59 reais.
O valor encontrado é a base de cálculo do IR. Sobre esse valor, são aplicadas as alíquotas da tabela progressiva de IR.
Veja a seguir a tabela com os valores válidos para 2015:

Fonte: Receita Federal

Base de cálculo (R$)	Alíquota (%)	Parcela a deduzir do IRPF ((R$)
Até 1.903,98	-	-
De 1.903,99 até 2.826,65	7,5%	142,8
De 2.826,66 até 3.751,05	15	354,8
De 3.751,06 até 4.664,68	22,5	636,13
Acima de 4.664,68	27,5	869,36

INVESTIR NA SEGURANÇA E SAÚDE DO TRABALHADOR É O MELHOR NEGÓCIO.

Soluções em PPRA, PCMSO, PPP, LTCAT e outros.

Saiba mais:
Telefone: (61) 3344.3733
atendimento@sindigrafdf.org.br

Com o Sesi, o futuro da sua empresa está em boas mãos.

FIBRA SESI SENAI IEL

SESI

JANEIRO 2017

PAPERWORLD
FEIRA INTERNACIONAL DE PAPELARIA E ARTIGOS PARA ESCRITÓRIO

A Paperworld é a feira líder mundial de papel, material de escritório e produtos de papelaria para uso privado e de negócios. Feira especializada em artigos para escola, festa, natal, escritório e presentes, que conta com um público de mais de 51.000 visitantes profissionais de todo o mundo.

Data: 28 a 31
Local: Centro de Exposições Messe Frankfurt - Frankfurt, Alemanha
Info: www.paperworld.messefrankfurt.com

JUNHO 2017

GRAPHITEC 2017

Graphitec Convertec é a feira francesa para a indústria das artes gráficas e de impressão. A cada três anos, a exposição é celebrada no centro de exposições Paris Porte de Versalhes, França.
A feira reúne expositores que representam o setor da indústria gráfica, desde pré-impressão, até a transformação, passando por todos os processos de impressão, acabamento, modelagem, assim como serviços e capacitação.
Trata-se de uma oportunidade única na França de se reunir com os pirncipais players da indústria das artes gráficas. A feira inclui conferências, demonstrações e muito mais.

Data: 30 maio a 1 junho
Local: Porte de Versailles / Paris /França
Info: www.graphitec.com

ABRIL 2017

ISA SIGN EXPO

Por quase 70 anos, ISA International Sign Expo tem quebrado recordes em vendas. São mais 20.000 visitantes e cerca de 600 fornecedores que se reúnem neste evento sempre emocionante.
Realizada anualmente, a ISA Sign Expo é o lugar perfeito para você fazer investimentos em sua empresa. A feira é uma grande reunião de profissionais do setor que oferece ainda uma programação com exposições com soluções sérias, resultados reais e oportunidades para os participantes fazerem conexões.

Data: 19 a 22
Local: Mandalay Bay Convention Center, Las Vegas, EUA.
Info: signexpo.org

MARÇO 2018

EXPOPRINT LATIN AMERICA 2018

É a maior feira gráfica das Américas e reúne mais de 40 mil profissionais gráficos, entre empresários e executivos, além do pessoal técnico dessa indústria.
Realizada pela primeira vez em 2006, a ExpoPrint Latin América atingiu um grande sucesso em sua terceira edição, realizada em Julho de 2014.
O evento, que acontece a cada quatro anos, superou todas as expectativas, tanto dos organizadores quanto dos expositores e visitantes, que ficaram surpresos com a oferta de novidades tecnológicas da indústria gráfica. A quarta edição está prevista para 20 a 24 de março de 2018, nos Pavilhões Branco e Verde do Expo Center Norte, São Paulo.
Orientada a diferentes setores da Indústria Gráfica, Expoprint colocará, lado a lado, as empresas desenvolvedoras de tecnologia e os provedores. Juntos irão demonstrar e vender suas últimas novidades no que diz respeito à marcas e sistemas.
A Exporprint irá incluir: Pré-imprensa e pré-mídia: sistemas, aplicações e acessórios; Impressão: maquinário, aplicações, acessórios; Conversão de papel e produção de embalagens: maquinário, aplicações, acessórios, Finalização de impressão: maquinário, aplicações, acessórios; Materiais e serviços: tintas para impressão

Data: 20 a 24
Local: BrasilExpo Center Norte - Pavilhão Azul e Branco. São Paulo - SP
Info: www.expoprint.com.br/pt/

Vídeo sobre fabricação de papel da Suzano papel e celulose é destaque na internet

A Suzano Papel e Celulose é destaque no Manual do Mundo, um dos dez maiores canais de Youtube do Brasil, com um vídeo que mostra o processo de fabricação do papel. Divulgado em 20 de outubro, o conteúdo já tem quase 500 mil visualizações. Produzido durante um dia de gravação na unidade de Limeira (SP) da Suzano Papel e Celulose, o vídeo de quase sete minutos mostra como as florestas plantadas pela empresa se transformam no papel comprado no Brasil e no exterior por consumidores de papelarias, mercados e lojas de departamento, entre outros pontos de venda.

Na ocasião, a equipe do Manual do Mundo, que é comandada pelo jornalista Iberê Thenório, visitou florestas e linhas de produção de celulose e papel e conversou com funcionários de diferentes áreas para conhecer como funciona o processo produtivo de uma das maiores fábricas de produção integrada de papel e celulose da América Latina.A Unidade Limeira, onde foram feitas as gravações, começou a operar em 2004 e tem capacidade para produzir 390 mil toneladas anuais de papel de imprimir e escrever e 650 mil toneladas anuais de celulose.

O vídeo pode ser acessado no QR Code abaixo.

Kodak anuncia novas opções para aumentar a produtividade em gráficas e jornais

Há 21 anos, a Kodak desenvolveu a tecnologia térmica para CTP e, de lá para cá, foram mais de 21 mil equipamentos comercializados em todo mundo – destes, cerca de 2500 para gráficas de jornais. Agora, a empresa anuncia novas opções para tornar os processos de gravação de chapas em jornais mais velozes, eficientes e controlados.

A empresa anunciou o incremento de 16% na potência do laser para os modelos CTP Kodak Generation News e para parte dos modelos Kodak Trendsetter News. Isso significa que gráficas de jornais podem gravar imagens em suas chapas em tempos menores. Além disso, graças à potência adicional no laser, a velocidade do modelo Generation News com Velocidade Z aumentou de 258 para 277 chapas/hora utilizando chapas Kodak Sonora News livres de processamento.

Por sua vez, o rendimento do CTP Trednsetter News em Velocidade V aumentou de 116 para 129 chapas/hora. Segundo a Kodak, há a intenção de implementar essa otimização de rendimento comercialmente como opção padrão no primeiro trimestre de 2017.

Essa nova tecnologia de gravação em velocidade ultra-elevada (ultra-high speed) foi batizada como "Velocidade W". Quando se utiliza essa nova tecnologia juntamente com as chapas Sonora News livres de processamento, e com a opção de autocarregador, o rendimento do CTP é ampliado de 150 a até 240 chapas/hora, ou com a configuração com a unidade de cassete único (SCU – Single Cassette Unit), com a qual o rendimento é expandido de 116 a 150 chapas/hora.

A nova opção de "Velocidade W" estará disponível durante o segundo trimestre de 2017.

A Kodak anunciou, ainda, o novo aplicativo de controle CTP móvel criado especialmente para dispositivos como smartphones ou tablets. Esse aplicativo permite aos clientes monitorar múltiplos sistemas CTP de modo eficiente e fácil. O novo aplicativo de controle de CTP Kodak Mobile estará disponível no mercado no início de 2017. Além disso, o CTP Kodak Trendsetter News conta com novo sistema de refrigeração que diminui o consumo de energia em 30%, em comparação com o modelo inicial. Isso significa o consumo de 700 kW, com manutenção da eficiência na gravação da chapa. O Trendsetter News também possui uma nova e mais curta mesa de descarga, a qual reduz espaço e permite uso mais eficiente da área de produção.

"Essas novas otimizações em nossas tecnologias de CTP são a prova da fé da Kodak no futuro da indústria de jornais e da impressão rotativa", disse Brad Kruchten, presidente da Divisão de Sistemas de Impressão da Kodak. "Nossos equipamentos CTP permitem aos clientes do segmento de jornais adaptar a produtividade, a eficiência e a sustentabilidade de seus processos de produção de chapas às demandas dos mercados atuais."

III Bienal Brasil do Livro e da Leitura em Brasília

O Estádio Nacional Mané Garrincha foi palco, de 21 a 30 de outubro, de um dos eventos mais relevantes do universo literário no Brasil: a Bienal Brasil do Livro e da Leitura – Brasília.

Em sua terceira edição, o evento – gratuito – foi realizado em áreas cobertas e climatizadas na Esplanada dos Ministérios e os homenageados desta edição foram o português Boaventura de Sousa Santos – uma das maiores referências no campo da ciência social – e a poetisa brasileira Adélia Prado.

Mais de 150 mil pessoas participaram da maratona de 10 dias. No total, a Bienal ofereceu 150 palestras para o público. Foram 120 escritores convidados, 100 sessões de autógrafos e lançamentos de livros, 80 sessões de contação de histórias, 40 apresentações teatrais, além de dez shows musicais de artistas nacionais e do Distrito Federal.

Entre os nomes que passaram por aqui, estão a autora mexicana Guadalupe Nettel, o inglês Theodore Dalrymple, a portuguesa Raquel Varela e o norte-americano Glenn Greenwald, e os brasileiros Renato Janine, Leandro Karnal, Marica Tiburi, Viviane Mosé, Fernando Moraes e a vencedora do Prêmio Jabuti e autora do livro "Quarenta dias", Maria Valéria Rezende, que participou ainda de um debate no Café Literário, seguido por uma sessão de autógrafos. As apresentações musicais ficaram por conta de artistas como Arnaldo Antunes, Chico César e Zizi Possi.

163 poetas de todo o Brasil participaram do projeto "Declame para Drummond" e tiveram seus poemas espalhados em balões que foram soltos pelo público no céu de Brasília no encerramento da Bienal. A homenagem foi uma ação idealizada pela poeta brasiliense Marina Mara. “É um grande movimento de fomento à leitura, um grande movimento de aproximação entre o público e os escritores”, explicou o coordenador geral da Bienal, Pedro Ortale, em entrevista à Rádio Nacional. “Um grande movimento de convergência da literatura em mesas de debates, seminários, palestras”.

Comemorando o Dia Nacional do Livro, celebrado no dia 29 de outubro, a Bienal fez também uma campanha para arrecadar livros, que serão doados para a Biblioteca Nacional de Brasília, para 26 bibliotecas públicas de várias regiões administrativas do DF e para o programa domiciliar Mala do Livro, da Secretaria de Cultura do GDF, que promove a circulação de minibibliotecas em residências.

A campanha tem a previsão de reunir livros de contos, crônicas, poesias e romances da literatura brasileira, literatura estrangeira, literatura infantil e literatura infanto-juvenil, assim como gibis.

Para grande parte da intelectualidade, o mais importante pensador europeu da área de ciências sociais, Boaventura de Sousa Santos é autor de Direito dos Oprimidos, que se transformou num marco fundamental na sociologia do direito. Pensador de múltiplas identidades, ele é ainda professor universitário, cientista social, jurista, escritor, filósofo da ciência, ativista e poeta.

Poetisa, professora, filósofa, contista, Adélia Prado é uma unanimidade nacional. Com sua poesia que fala do detalhe ínfimo, dos pequenos gestos, dos mínimos (e dos grandes) desejos inconfessos, dos sentimentos repetitivos, de cotidianos simples, ela dá voz a uma metafísica do universo doméstico. Costuma dizer que o cotidiano é a própria condição da literatura.

Primeiro cartunista brasileiro a assinar uma revista em quadrinhos própria, Ziraldo foi também o primeiro latino-americano a desenhar o cartaz anual do Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef). Aos 84 anos, o pai da Turma do Pererê voltou a Brasília em grande estilo, como convidado, onde apresentou o painel “Como ler para crianças”, no dia 23 de outubro.

INDÚSTRIA GRÁFICA 4.0 NO BRASIL, FICÇÃO OU REALIDADE?

Thomaz Caspary,
Engenheiro de Mídia Impressa e diretor da Printconsult Ltda.
www.printconsult.com.br

O que é a indústria 4.0 para você? Esqueça todas as ideias pré-concebidas relacionadas a algo cibernético e muito distante da realidade atual. O termo que vem sendo adotado em alguns lugares do mundo trata da nova revolução industrial. Estamos falando aqui de uma nova lógica de produção que nasceu na Alemanha, em 2011, e deu início ao processo de digitalização da operação industrial. A união do conceito de internet das coisas com a automatização industrial gera inteligência à manufatura e um universo de possibilidades para diferentes fabricantes. Máquinas interconectadas conversam e trocam comandos entre si, armazenam dados na nuvem, identificam defeitos e fazem correções sem precisar de ajuda.

O Brasil ainda não está preparado para implantar a indústria 4.0 embora muitas indústrias brasileiras já automatizaram seus processos, mas ainda não alcançamos a manufatura digital. O Brasil precisa ainda andar muito nesses dois sentidos. Temos poucos setores competitivos em escala global.

O desafio é grande para alcançar o potencial tecnológico exigido pela indústria 4.0 onde investir em inovação e em educação é uma das principais formas de reverter o cenário brasileiro, até mesmo para aumentar a compreensão do que é digitalização. Já existem instituições, empresas e universidades trabalhando em torno da indústria 4.0. Mas o movimento ainda está disperso.Em função disso não temos condições de criar uma indústria "verde e amarela", ou seja, adaptada às condições econômicas e tecnológicas nacionais. A partir do momento que passarmos para o "jeitinho brasileiro" estaremos longe da realidade de uma indústria 4.0 e, portanto perdendo em competitividade.

Não vejo a curto ou médio prazo a implantação da gráfica 4.0 no Brasil, fundamentalmente por se tratarem de empresas familiares com culturas bastante "engessadas" em função da educação empresarial e, principalmente das condições a médio e longo prazo da situação de nossa economia, arrasada nestes últimos anos.

Não tenho como afirmar se a indústria gráfica terá nos próximos 10 a 15 anos condições de se apresentar como Gráfica 4.0 sendo que não imagino esta nova cultura tecnológica plenamente adotada nesta e na próxima geração de empresários gráficos, a não ser, multinacionais que eventualmente invistam no Brasil neste sentido. As mudanças profissionais de operadores quando de uma possível implantação deste modelo de automação fabril, deverá ser total, exigindo dos profissionais pleno conhecimento da tecnologia gráfica, aliada à informática e sem dúvida alguma com a necessidade do conhecimento de mais um idioma.Não existem planos para a formação deste novo operador de sistema 4.0 e fica bastante complexo em pouco espaço, dissertar sobre algum conteúdo programático de ensino.Não creio que no momento existam gráficas brasileiras interessadas em investir nesta transformação tecnológica. Portanto não conhecemos nenhuma gráfica no mundo, que esteja funcionando no esquema 4.0 – Existem porém outras indústrias no Brasil que estão gradativamente implantando sistemas 4.0 não chegando ainda à total produção integrada por meios digitais. Entre elas temos a AMBEV e algumas empresas montadoras de veículos.

PRÊMIO DE EXCELÊNCIA GRÁFICA

JORGE SALIM

Por mais um ano a KGP Graphics foi agraciada com o Prêmio de Excelência Gráfica JORGE SALIM.

Sentimos-nos muito honrados e agradecemos a todos os empresários e profissionais da Indústria Gráfica do Distrito Federal, nossos clientes e às nossas representadas.

NOVIDADE!!!

A partir deste mês, a KGP passa a distribuir papéis através de uma parceria firmada com a Solução Papéis.

SOLUÇÃO PAPÉIS

62 3091-3377

Temos uma grande linha que inclui papéis auto-copiativos, super bond, couché, offset, jornal, papéis especiais, cartões, envelopes, dentre outros.

KGP graphics

A maior provedora de soluções para a Indústria Gráfica do Centro-Oeste

0800 647-2205 **www.kgpgraphics.com.br** **comercial@kgpgraphics.com.br**

Revendedor Autorizado Kodak Produtos

manroland

GIMBEL & ASSOCIATES

SunChemical a member of the DIC group

SEBRAETEC
INOVAÇÃO • TECNOLOGIA

PRECISO EVITAR O DESPERDÍCIO NA MINHA GRÁFICA.

COMO FAZ?

FAZ UMA
CONSULTORIA
COM O SEBRAE

Até 60% do investimento é subsidiado pelo Sebrae.

Com soluções de tecnologia e inovação você pode reduzir gastos com energia elétrica, água e aumentar ainda mais a competitividade da sua gráfica.
Procure o Sebrae no DF, reduza as contas e aumente os lucros.

Entre em contato com Gabriella Rocha - 61 3362.1734

SEBRAE

Especialistas em pequenos negócios / 0800 570 0800 / df.sebrae.com.br