

Clipping n º 1103

, 08 Novembro 2012 - 16:15:36

**Presidente da ABIGRAF Nacional destaca a importância da ExpoPrint Digital** Em entrevista exclusiva aos organizadores do evento, Fabio Arruda Mortara, presidente da ABIGRAF Nacional enfatizou a ascensão da impressão digital na indústria gráfica e também na indústria em geral - devido às características de uma época que necessita de comunicação personalizada, para um público cada vez mais segmentado. E, por isso, ele vê com bons olhos a realização da ExpoPrint Digital 2013. Arruda Mortara revela também dados importantes sobre este crescente mercado, e mostra um setor em franco crescimento, com múltiplas oportunidades para os empreendedores.

**Como você vê o crescimento da impressão digital no mercado gráfico e o impacto desse segmento na indústria em geral?** O crescimento da impressão digital é, antes de tudo, um reflexo natural do desenvolvimento das tecnologias de impressão. Mas é, também, um movimento alinhado com as necessidades e características do tempo em que vivemos. Afinal, estamos falando de uma era em que não se busca mais comunicar ao grande público e, sim, mira-se em públicos segmentados e nichos específicos. Assim, a impressão digital, por meio da impressão sob demanda, de baixas tiragens e de dados variáveis, entre outras técnicas recentes, permite que a indústria gráfica vá se adequando aos comportamentos dos consumidores do nosso século. O impacto dessas mudanças pode ser sentido tanto pela indústria gráfica, que está atenta a estas mudanças, quanto pela indústria em geral, que conta com recurso como a impressão de dados variáveis para personalizar, cada vez mais, os impressos que acompanham seus produtos e serviços.

**Qual a importância da realização da ExpoPrint Digital 2013 para o mercado brasileiro e latino-americano?** Entre os principais mercados gráficos do mundo e por sua condição de potência regional, o Brasil é, hoje, o cenário perfeito para a realização de uma feira do porte e importância da ExpoPrint Digital 2013. Somos, hoje, um país em expansão, que inclui um número crescente de cidadãos e que conta com consumidores ávidos por inovações. Ou seja, há um espaço claro para a produção de impressos que respondam a altura às expectativas deste público, e a impressão digital parece ser a tecnologia mais adequada para isto. Ademais, a presença dos principais fabricantes de equipamentos e insumos para o setor gráfico, bem como a previsão de que teremos um público seleto, formado por tomadores de decisão das principais gráficas do País, são a prova de que este será, sem dúvida, um evento de muito sucesso.

**Quais os principais desafios desse segmento da impressão digital e como a Abigraf pode ajudar a quem quer entrar nessa área?** Por se tratar de um segmento em plena evolução tecnológica, a impressão digital exige dos empresários e profissionais interessados em atuar nesta área disposição para o aprendizado constante. Neste sentido, um dos principais desafios é a reciclagem de quem atua na área, que deve estar atento não apenas às novas tecnologias disponíveis, mas, principalmente, em relação às estratégias e modelos de negócios capazes de contemplar as necessidades e aspirações dos consumidores e do mercado. Uma das formas de se atingir estes objetivos é o aprimoramento técnico e acadêmico propriamente ditos, função que a Abigraf e entidades parceiras, como a Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG), vêm cumprindo com excelência, por meio da realização de cursos, seminários e palestras. Outra forma é o contato direto com os fabricantes e fornecedores do setor, em eventos como este que a Afeigraf e a APS Feiras & Eventos irão realizar em 2013. Não temos dúvidas de que o ExpoPrint Digital 2013 contribuirá para que o setor gráfico brasileiro continue avançando.

**O que os dados do mercado gráfico atual indicam sobre o segmento da impressão digital?** Os números que temos no momento são de 2009 e integram o relatório

Mercado de Impressão Digital no Brasil, lançado em maio de 2010 pelo Grupo Empresarial de Impressão Digital (Ge-DIGI) da Associação Brasileira da Indústria Gráfica, regional SP (ABIGRAF-SP), e realizado pelo Instituto de Estudos e Marketing Industrial (IEMI) com dados de 2009. Segundo o estudo, o Brasil possuía 364 gráficas digitais, contra 246 do último levantamento, feito em 2006. O número equivale a 1,8% das 21 mil gráficas existentes no país em 2009. Naquele ano, as gráficas digitais eram responsáveis pela geração de 33,6 mil empregos, ou 12% de todo o emprego gerado pela indústria gráfica. Também em 2009, as gráficas digitais venderam R\$ 3,7 bilhões, a partir da conversão de 0,4 milhões de toneladas de papel, e investiram cerca de R\$ 182 milhões. **O que os números nos mostram é que temos um setor em franco crescimento, com múltiplas oportunidades para os empreendedores.** No período analisado pelo estudo do GE-DIGI (2006-2009), o faturamento do setor gráfico cresceu 8%. Nestes mesmos três anos, o faturamento das gráficas digitais cresceu 48%, puxado pela comercialização de impressos digitais, que avançou 143% no período. Vale dizer que o estudo considera digitais todas as gráficas que possuíssem equipamentos digitais alocados em suas plantas e com produção superior a 40 folhas por minuto. Ou seja, gráficas com equipamentos convencionais, mas que tivessem as características acima, também foram classificadas como digitais. Ainda com relação à demanda por impressos digitais, o que podemos observar foi a ampliação da importância destes serviços na geração de valor pelas indústrias do setor. Entre 2006 e 2009, a participação dos impressos digitais sobre as receitas das gráficas mais do que duplicou, indo de 3,4% para 7,4%. O estudo do GE-DIGI mostrou ainda que as gráficas que possuem equipamentos digitais estão recebendo um número crescente de pedidos. Se, nas gráficas convencionais, a média de pedidos caiu 17,2% entre 2006 e 2009, neste mesmo período, as gráficas com sistemas digitais viram sua demanda crescer 13,7%. Saiba mais sobre o evento clicando aqui. ExpoPrint Digital

**Público masculino está lendo mais revistas** O número de títulos de revistas dirigidas ao público masculino, bem como o volume de circulação, vêm crescendo nos últimos anos. É o caso de publicações como GQ, da Edições Globo-Condé Nast, que estreou no mercado brasileiro há pouco mais de um ano. A GQ é focada no homem classe A entre 25 e 44 anos. Segundo dados do primeiro semestre de 2012 dos Estudos Marplan, 65% dos leitores do título são de classe A, e 31% da B. Outro título que encontrou mercado recentemente no Brasil foi a revista Alfa, da Editora Abril. Com dois anos recém-completos, a publicação estreou com o objetivo de contemplar o homem que já encontrou a realização profissional e que conhece e desfruta das melhores coisas da vida. O perfil do leitor está na faixa entre 30 e 50 anos, sendo 70% deles de classe A/B. Há cinco anos no mercado editorial brasileiro, a Men's Health, também da Abril, atinge o leitor de 20 a 39 anos, 85% deles da classe A/B, segundo o Ipsos Marplan. De acordo com Dulce, ainda que o foco seja o bem-estar, a revista traz conteúdo de fitness, cuidados pessoais, comportamento, lifestyle, gastronomia e entretenimento. A circulação média do título é de pouco mais de 106 mil exemplares por mês. Sendo desses 63 mil assinantes, segundo dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC). Das revistas masculinas presentes no mercado brasileiro, a Playboy (Ed. Abril) é a que circula há mais tempo, com 37 anos, e que tem a maior circulação: 132 mil, em setembro. O público-leitor varia bastante: 72% dos leitores estão entre 20 e 49 anos; e 49% são de classes A/B. Há 26 anos no mercado editorial, a Trip surgiu para atender os leitores do sexo masculino, mas a publicação nunca se restringiu a pautas que interessassem apenas a homens, o que a fez construir uma grande aceitação entre o público feminino. Leio o artigo completo clicando aqui. Meio & Mensagem

**LANCE! comemora aniversário com edição especial** O Diário LANCE! levou às bancas, ontem (5), em 15 estados brasileiros, a sua edição comemorativa de 15 anos, a primeira a partir de uma série que o grupo fará até o final desse ano e ao longo de 2013 para celebrar esse momento histórico. Esta edição especial de aniversário teve 48 páginas, uma tiragem recorde nacional de 1,5 milhão de exemplares e chegou às bancas encartada na edição do diário e na sua rede nacional de jornais parceiros. Também foi distribuída grátis em pontos estratégicos das cidades em que o LANCE! não circula. A edição é marcada pelo número 15. Destaque para as matérias sobre os 15 maiores craques dos quatro grandes clubes do

Rio e São Paulo, os dois de Minas Gerais, Bahia e Rio Grande do Sul, e os três de Pernambuco. Todos escolhidos por torcedores ilustres e jornalistas que elegeram também 15 fatos que marcaram a história de cada um desses clubes. Ainda sobre futebol, a seleção brasileira não ficou de fora e também contou com uma matéria que relembrou 15 histórias marcantes do escrete canarinho. Adnews

**Pacto Nacional pela Alfabetização na Idade Certa será lançado hoje** O governo federal deve lançar hoje o Pacto Nacional pela Alfabetização na Idade Certa, em cerimônia no Palácio do Planalto. O pacto é um conjunto de medidas na área de educação para garantir que todas as crianças estejam alfabetizadas até os 8 anos de idade. Segundo o ministro da Educação, Aloizio Mercadante, o pacto foi construído em conjunto com todos os secretários estaduais do setor e terá adesão de cerca de 5,3 mil municípios. As redes municipais e estaduais terão de aderir ao programa para receber recursos e o apoio técnico do Ministério da Educação. A intenção da iniciativa, segundo o ministro, é tornar a alfabetização na idade certa a prioridade das prioridades. Conforme Mercadante, só dominando a leitura, a escrita, a interpretação e a matemática é que as crianças poderão se desenvolver no ambiente escolar. A portaria que estabelece as regras do pacto foi publicada no Diário Oficial da União do dia 5 de julho. Entre as ações previstas está a criação de uma prova que será aplicada a todos os alunos do 3º ano do ensino fundamental para medir o nível de alfabetização. A iniciativa visa suprir a falta de um exame oficial que indique se crianças estão sendo alfabetizadas ou não na idade correta. Abrelivros

**Ministério do Trabalho e Emprego certifica cinco centrais** Para receber credencial, central precisa comprovar representação de um mínimo de 100 sindicatos distribuídos pelas cinco regiões do país. O Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) entregou, nesta terça-feira (6), o certificado de reconhecimento de representatividade a cinco centrais sindicais. A Central Única dos Trabalhadores (CUT), a Força Sindical (FS), a União Geral dos Trabalhadores (UGT), a Central dos Trabalhadores e Trabalhadoras do Brasil (CTB) e a Nova Central Sindical dos Trabalhadores (NCST) atenderam aos requisitos da Lei 11.648/2008, que impõe, entre outras exigências, uma representação mínima de 7% do total de empregados sindicalizados em âmbito nacional. Até 2011 eram seis as centrais certificadas. A CGTB (Central Geral dos Trabalhadores do Brasil) perdeu essa prerrogativa, já que pelos critérios da lei não preencheu os requisitos da norma legal que são atualizados anualmente. Além de receber os certificados, relativos aos dados aferidos de 2011, os representantes das cinco centrais reconhecidas participaram da formação e do primeiro dia de atividades do novo grupo de trabalho que vai verificar os dados de representatividade de 2012. Integram ainda esse colegiado membros do MTE, do Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (Dieese) e de outras três centrais que não obtiveram a certificação em 2011. Para receber a credencial, as centrais sindicais precisam comprovar a representação de um mínimo de 100 sindicatos distribuídos pelas cinco regiões do país, sendo que três delas devem ter, cada uma, pelo menos 20 das entidades filiadas. Precisam contar, ainda, com pelo menos cinco setores de atividades econômicas entre seus associados. Por lei, cabe às centrais coordenar a representação dos trabalhadores por meio das organizações sindicais e participar de negociações em fóruns, colegiados de órgãos públicos e demais espaços de composição tripartite que discutam assuntos do interesse dos trabalhadores. (Com MTE)

**Regulamentação da demissão coletiva começa a andar na Câmara** Deputado petista quer que haja um regramento para caracterizar este tipo de interrupção da relação de trabalho. Apresentado em 2005, pelo deputado Vicentinho (PT-SP), o PL 6.356 voltou a tramitar na Câmara. A proposta regulamenta a demissão coletiva. Isto é, o deputado petista quer que haja um regramento para caracterizar este tipo de interrupção da relação de trabalho. Inicialmente, pelo projeto, consideram-se demissões coletivas as ocorridas num período de 60 dias e que afetam 5% do número de empregados na empresa, considerada a média de empregados do ano anterior ao das demissões. Os empregados contratados por prazo determinado não integram a média de empregados, para efeito de definir a demissão coletiva. O projeto também impede que as microempresas e as de pequeno porte façam demissões coletivas. Em caso de demissão coletiva, essa deverá ser

fundamentada em motivos econômicos, tecnológicos, estruturais ou análogos e deve ser obrigatoriamente discutida e deliberada em negociação coletiva. Antes de demitir, determina o projeto, o empregador deverá comunicar por escrito ao sindicato representante dos trabalhadores e ao Ministério do Trabalho e Emprego, com antecedência mínima de 30 dias da data da comunicação da rescisão ao empregado, os motivos das rescisões dos contratos de trabalho, o número e a categoria de trabalhadores que podem ser afetados e o período durante o qual serão efetuadas as rescisões. E também negociar com o sindicato representante dos trabalhadores as medidas que visem evitar, limitar, mitigar ou compensar as rescisões, bem como estabelecer os critérios para as mesmas. As rescisões contratuais serão assistidas pelo sindicato. O autor do projeto entende que as empresas têm responsabilidade social e devem discutir com a sociedade a demissão coletiva de trabalhadores, que deve ser objeto de negociação coletiva.

**Demissões na Embraer** Em fevereiro de 2009, a fabricante brasileira de aeronaves Embraer demitiu mais de 4 mil trabalhadores. A alegação da empresa para tomar aquela decisão foi a crise financeira internacional. Assim, sem qualquer negociação com o Sindicato dos Metalúrgicos de São José dos Campos a empresa tomou a decisão de fazer a demissão em massa, que causou reboliço no meio sindical e no governo à época. É esse tipo de prática que o deputado Vicentinho quer evitar.

**Tramitação** O projeto foi rejeitado pela Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio. Está agora em discussão na Comissão de Trabalho, cujo relator designado é o deputado Silvio Costa (PTB-PE). O prazo de cinco sessões ordinárias do plenário da Câmara para emendamento do projeto começa nesta quinta-feira (8). Depois de ser apreciado pela Comissão de Trabalho, o projeto ainda será examinado pela Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania.

**Posição do DIAP** Trata-se de boa iniciativa do deputado Vicentinho, mas é importante que o movimento sindical se mobilize a fim de pressionar a Comissão de Trabalho a aprovar a proposição. Do contrário, o projeto poderá ser rejeitado nesta segunda comissão de mérito, o que comprometerá seu avanço na Câmara. Clique aqui para conhecer a íntegra do projeto

**Jorge Caetano Ferminopj**