



XVII CONCURSO  
LATINOAMERICANO  
DE PRODUCTOS GRÁFICOS  
**THEOBALDO  
DE NIGRIS**

Novembro - Cancún, México



## **Condições Particulares XVII CONCURSO LATINOAMERICANO DE PRODUTOS GRAFICOS "THEOBALDO DE NIGRIS" 2010.**

**País Organizador:** México. **União de Industriais Litógrafos do México "UILMAC"**, em representação da CONLATINGRAF.

**Data de produção dos trabalhos:** Período compreendido do 1º de agosto de 2009 ao 30 de junho de 2010.

**Data limite para a apresentação dos produtos:** Nas Câmaras, Associações e/ou Federações o 16 de agosto de 2010.

**Em Panamá, até o 23 de agosto de 2010.**

**Nota Especial:** De acordo ao Art. 12 do Regulamento: "**A recepção dos trabalhos se fechará na data indicada na convocação**" e, salvo casos excepcionais, ao início dos trabalhos de avaliação do júri, uma vez iniciado o processo de avaliação, nenhum trabalho será aceitado pelo júri.

**Avaliação do júri:** Desde a segunda-feira 13 à sexta-feira 17 de setembro de 2010 na cidade de Panamá, Panamá.

**Premiação:** A Cerimônia de Premiação se levará a cabo em oportunidade da 74a. Assembléia Geral Ordinária e XXII Congresso Latinoamericano, na cidade de Cancún, México, no mês de novembro de 2010.

# **REGULAMENTO DO CONCURSO LATINO-AMERICANO DE PRODUTOS GRÁFICOS "THEOBALDO DE NIGRIS"**

## **1. OBJETIVOS:**

O Concurso Latino-americano de Produtos Gráficos "Theobaldo De Nigris" da CONLATINGRAF - Confederação Latino-americana da Indústria Gráfica (Confederación Latinoamericana de la Industria Gráfica) é destinado a distinguir e premiar a qualidade integral do produto gráfico latino-americano, bem como estimular a competitividade entre os países da área, a fim de elevar seus padrões atuais de qualidade.

## **2. ORGANIZAÇÃO E PROMOÇÃO:**

São responsáveis pela organização, promoção e realização da XVI edição do concurso a CONLATINGRAF e a Unión Industriales Litógrafos do México (UILMAC), de forma conjunta.

Considerando a importância do concurso, todas as Câmaras, Associações e/ou Federações que integram a CONLATINGRAF, se comprometem a divulgá-lo e estimular a participação do maior número de empresas possível, bem como divulgar em seus países o resultado do concurso.

## **3. PARTICIPANTES:**

Através da Câmara, Associação e/ou Federação de cada país, poderão participar do concurso as empresas gráficas, editoriais, agências de publicidade, designers, anunciantes e afins, estabelecidos em qualquer dos países membros da CONLATINGRAF, com produtos gráficos elaborados em estabelecimentos privados.

Os trabalhos apresentados pelas escolas gráficas serão incluídos na categoria de Estudantes.

Todos os produtos participantes, excetuando-se os produtos gráficos autopromocionais para a mesma empresa ou "estudantes", deverão ser trabalhos produzidos para o mercado ou para algum cliente em particular, durante o período compreendido entre 1º de agosto de 2009 a 30 de junho de 2010.

## **4. JÚRI QUALIFICADOR**

- 4.1 O júri será composto por no mínimo 2 (dois) técnicos por especialidade, totalizando 8 (oito). Também terá um presidente que deverá ser eleito pelo País Organizador.

- 4.2 O Presidente deverá supervisionar todo o processo, de modo a garantir que a avaliação obedecerá aos critérios estipulados, inclusive, observando que as condições do local de avaliação estejam adequadas para um bom trabalho.
- 4.3 Os juízes deverão ser técnicos especialistas em design, pré-impressão, impressão e acabamento, considerando que cada juiz julgará os aspectos relativos à sua especialidade.
- 4.4 Os juízes deverão ser profissionais de reconhecida capacidade técnica e experiência comprovada em indústrias gráficas, empresas de projeto gráfico, escolas gráficas, ou empresas fornecedoras de equipamentos, matérias-primas, insumos, etc.
- 4.5 Os juízes não poderão ocupar cargos de nenhuma espécie nas empresas participantes do concurso.
- 4.6 O país Organizador é responsável pela seleção do júri, o qual deverá contar com o aval das Autoridades da Confederação.
- 4.7 O país Organizador deve se comprometer que os jurados escolhidos pela Associação local, deverão ter disponibilidade de tempo total para levar a cabo os trabalhos de revisão e qualificação.

## 5. QUALIFICAÇÃO:

- 5.1 Para a qualificação dos trabalhos serão considerados os seguintes fatores:

### (a) Qualidade de arte e do projeto.

Conceitualmente, este elemento diz respeito à criatividade, ao impacto visual total e à efetividade do projeto em geral.

Para sua avaliação, o júri levará em conta aspectos como:

originalidade e criatividade, o uso da tipografia, o uso na elaboração das ilustrações, a escolha e edição de fotos, a composição, a funcionalidade, o aproveitamento do substrato, o uso da cor e do espaço.

### (b) Qualidade de Pré-impressão.

- Para sua avaliação, o júri levará em conta aspectos como:

- **Separações de cores:** graduação de tons, equilíbrio de cinzas, correção de cores e resolução;

- **Meios tons em preto e branco:** graduação tonal e resolução;

- **Qualidade da montagem, das silhuetas**

- **Limpeza**

### (c) Qualidade de impressão.

Na qualificação deste fator se levará em consideração: **REGISTRO:** correspondência exata entre as impressões sucessivas em um mesmo lado da folha, especialmente na impressão das cores; **UNIFORMIDADE:** as cores em páginas que coincidem e que foram impressas em diferentes papéis cartográficos deverão ter a mesma tonalidade; **LIMPIDEZ:** homogeneidade na tonalidade da impressão de todo o impresso; **NITIDEZ:** definição do ponto ou da linha, **LIMPEZA:** que não tenha nas áreas não impressas manchas, borrões, etc e que nas áreas impressas não tenha descolamentos, sujeira, etc; **SATURAÇÃO:** densidade da tinta, no ponto e nos sólidos.

### (d) Qualidade dos acabamentos em general e a finalização.

São: o corte do substrato na guilhotina, o verniz depois da impressão, as perfurações, numerações, fendas, moldagens, pop-up, a intercalação de folhas de prova, a colocação de furinhos, a colagem, a plastificação, dobradura, encadernação dos impressos, etc.

5.2 Cada membro do júri, de forma independente, atribuirá a sua **avaliação (EV)**, para cada produto apresentado, no aspecto de sua especialidade: será qualificado com 25 pontos.

5.3 Cada membro do júri, de forma independente, atribuirá os graus de dificuldade (GD) para cada produto apresentado, no aspecto de sua especialidade: arte e design, pré-impressão, impressão e acabamento. Os graus para projeto e acabamento podem ser: 1.0; 1.1; 1.2; 1.3; 1.4 ou 1.5.

Os graus de dificuldade para Pré-impressão podem ser: 1.0; 1.3 ou 1.5

Os graus de dificuldade para Impressão podem ser: 1.3; 1.5 ou 1.7

5.4 A pontuação total (PT) para cada produto será a soma das pontuações parciais (P) de cada aspecto técnico.

$$PT = P_{\text{projeto}} + P_{\text{pré-impressão}} + P_{\text{impressão}} + P_{\text{acabamento}}$$

Onde:

$$P_{\text{projeto}} = EV_{\text{projeto}} \times GD_{\text{projeto}}$$

$$P_{\text{pré-impressão}} = EV_{\text{pré-impressão}} \times GD_{\text{pré-impressão}}$$

$$P_{\text{impressão}} = EV_{\text{impressão}} \times GD_{\text{impressão}}$$

$$P_{\text{acabamento}} = EV_{\text{acabamento}} \times GD_{\text{acabamento}}$$

5.5 Será considerado o vencedor, em cada categoria, o produto que obtiver a maior pontuação total. Em caso de empate, o presidente do júri será responsável pela decisão.

5.6 Os participantes serão informados das pontuações obtidas pelos seus produtos, da pontuação do vencedor da categoria e da pontuação média de todos os participantes da categoria.

**5.7 O produto que não conseguir pelo menos 75% do total da pontuação, mesmo que tenha ganhado não receberá prêmio.**

## **6. PRÊMIOS E DISTINÇÕES:**

6.1 Será entregue o Troféu “**GRÁFICA DE OURO**” (“Gráfica de Oro”) ao produto que obtiver a pontuação máxima dentro de cada uma das categorias (especialidades) e “**GRÁFICA DE PRATA**” (“Gráfica de Plata”) ao que obtiver a segunda pontuação.

A empresa que apresentar o produto ganhador da categoria (especialidades) será a que receberá o troféu símbolo do concurso, o segundo lugar receberá um Diploma.

Também será concedida uma Menção Honrosa ao cliente que enviou o trabalho ganhador.

- 6.2 Quando o produto ganhador tiver sido inscrito por uma empresa diferente da que o imprimiu será concedida uma Menção Honrosa ao Impressor.
- 6.3 Será concedido um Certificado Especial de Qualidade a todos os produtos que obtenham mais de 90% da qualificação do ganhador dessa especialidade.
- 6.4 O júri poderá criar outras Categorias que premiem a homogeneidade das amostras recebidas e que não se identifiquem com as já indicadas no presente Regulamento.
- 6.5 O país que obtiver o primeiro lugar, em função dos trabalhos premiados, fará jus a uma Placa Comemorativa para sua respectiva Câmara, Associação e/ ou Federação.
- 6.6 As Categorias (especialidades) que tenham menos de três produtos inscritos serão avaliadas, se a pontuação concedida pelo júri atingir o máximo do total estabelecido.

No caso do trabalho que não atingir 75% da pontuação máxima, a categoria (especialidade) será desconsiderada.

## **7. CATEGORIAS (ESPECIALIDADES):**

Serão incluídas no anexo deste regulamento.

## **8. CONDIÇÕES DE AVALIAÇÃO:**

A comissão organizadora do Concurso deverá proporcionar condições adequadas para o trabalho dos juizes, garantindo:

- 8.1 Espaço e mesas em quantidades suficientes para a distribuição dos produtos inscritos;
- 8.2 Condições de iluminação satisfatórias em todo o ambiente e, inclusive, pelo menos uma cabine de iluminação padronizada de acordo com a norma ISO 3664.
- 8.3 Presença de no mínimo um representante da associação do país sede da avaliação, com a responsabilidade de apoiar os trabalhos dos juizes.
- 8.4 O Presidente poderá suspender a avaliação se considerar que as condições ambientais não são adequadas a uma avaliação técnica. Da mesma forma, é recomendável que o Presidente realize uma inspeção prévia no ambiente.
- 8.5 Antes do inicio da avaliação os juizes poderão propor a reclassificação dos produtos por categorias. Caso não haja consenso entre os mesmos sobre as reclassificações propostas, a decisão final ficará a cargo do Presidente do Júri. Todas as reclassificações deverão ser registradas em ata assinada pelos juizes. A reclassificação, caso necessário, visará garantir uma justa competição entre todos os inscritos.

9. Para poder participar deverá ser enviado necessariamente **2 (DUAS)** amostras iguais da cada produto. Se as empresas considerarem necessário pode enviar

uma amostra extra, eliminando qualquer nome, emblema, logo, endereço ou outra identificação do concorrente.

Respeitar o envio de um produto por inscrição (Em caso de não cumprir com o anterior o júri qualificador tomará como ponto o produto de menor qualidade. (Isto não se aplica nos casos de revistas em série e conjunto gráfico).

10. Para enviar os produtos ao concurso, se anexará a cada um deles, uma ficha de inscrição que conterà os dados correspondentes. Anexo formulário de inscrição.

11. **VALOR DA INSCRIÇÃO:**

Os trabalhos somente deverão ser apresentados através das Câmaras, Associações e/ou Federações dos países membros.

O custo de cada inscrição é de US\$ 120.00 por produto, para as empresas associadas às ABIGRAF's. Para empresas NÃO associadas às ABIGRAF's o custo é de US\$ 150.00 por produto.

Como forma de incentivar a participação de empresas e de produtos, está prevista a aplicação de um desconto especial, por empresa participante, de 10% para mais de 5 e até 10 trabalhos; e 15% pela inscrição de 11 ou mais trabalhos.

Os países da América Central e Caribe; Paraguai, Uruguai e Equador, que apresentarem 20 trabalhos ou mais, através da Câmara, Associação e/ ou Federação membro da CONLATINGRAF, terão um desconto especial de 50% (cinquenta por cento) sobre o valor total de inscrição.

O valor da inscrição dos trabalhos participantes será pago exclusivamente da seguinte forma:

- 1) Depósito Bancário: o valor deve ser convertido de acordo com o US\$ (Dólar- Comercial/Venda /Dia) e depositado em Reais (R\$).

Dados Bancários - Banco Real: Ag. 0985 / C.C: 9005568-5 – Abigraf Nacional – CNPJ: 62.409.750/0001-79.

- 2) Sede da ABIGRAF: O pagamento pode ser feito pessoalmente na sede da ABIGRAF.

O valor deve ser convertido de acordo com o US\$ (Dólar- Comercial/Venda /Dia) e o pagamento efetuado em Reais (R\$).

End: Rua do Paraíso, 533, Bairro Paraíso, São Paulo.

Do total recolhido a título de inscrições, 10% (dez por cento) será destinado à CONLATINGRAF.

A seu turno, uma vez considerados todos os gastos inerentes ao certame, os lucros resultantes serão divididos em uma proporção de **50/50** entre a CONLATINGRAF e o País Organizador, respectivamente.

Participarão todos os trabalhos entregues ou enviados dentro do prazo estabelecido à sede da Câmara, Associação e/ou Federação dos países afiliados à CONLATINGRAF.

As despesas de remessa dos trabalhos de cada país, ao país organizador, são de inteira responsabilidade dos participantes ou das Câmaras e/ou Associações Membros.

**12. DATA LIMITE PARA A APRESENTAÇÃO DOS PRODUTOS:**

Será definida pela CONLATINGRAF, em coordenação com o país organizador. O recebimento dos trabalhos será encerrado na data indicada no edital de convocação e, salvo em casos excepcionais, logo no início dos trabalhos de avaliação do júri. Uma vez iniciado o processo de avaliação, nenhum trabalho será aceito pelo júri.

**13.** Os produtos não serão devolvidos às empresas e se tornarão propriedades da CONLATINGRAF.

**14.** Recomendamos que, antes de enviar os trabalhos, os mesmos sejam revisados com o máximo de atenção, do mesmo modo que quando são enviados ao cliente.

**15.** A Cerimônia de Premiação será realizada no encerramento da “Assembléia Geral Ordinária”.

**16.** Os vencedores de cada especialidade do “O Melhor da Produção Gráfica Latino-americana” (“Lo Mejor de la Producción Gráfica Latinoamericana”), após prévia confirmação do pagamento da inscrição pela empresa ganhadora, serão enviados para participar do Concurso Internacional, Premier Print Awards, organizado pela Printing Industries of America Inc. (P.I.A.)

**17.** A decisão do Júri Qualificador será inapelável e será divulgada ao público pela primeira vez, na Cerimônia de Premiação, e também na Página Web da CONLATINGRAF, imprensa, revistas e outros meios de difusão. Será entregue às Câmaras, Associações e/ou Federações de cada país participante, uma cópia do resultado do concurso e da ata final do Júri Qualificador.

**18.** Os premiados poderão informar que receberam o prêmio ou as distinções especiais, mencionando o ano em que foram concedidos, mas em nenhuma hipótese poderão usá-los para promover algum produto ou equipamento.

**19.** Todas as proposições, opiniões ou informações relativas ao Concurso, deverão ser apresentadas por escrito à Direção Executiva e Secretaria Geral da CONLATINGRAF.

## **Categorias (Especialidades) do Concurso Latino-americano de Produtos Gráficos "Theobaldo De Nigris"**

Selecione a categoria (especialidade) em que quer participar e analise cuidadosamente as características de cada uma para atender os requisitos especificados. Caso as características de algum trabalho lhe permitam apresentar-se em mais de uma categoria e você deseje participar com esse mesmo trabalho, cada uma das peças concorrerá em separado. Isto significa enviar duas amostras e pagar a inscrição para cada categoria (especialidade) correspondente. O número de cores utilizadas para imprimir um trabalho inclui tintas e vernizes, não se deve contar como cor de tinta a cor do substrato nem a cor de folhas metalizadas.

Caso o trabalho apresentado não esteja dentro dos requisitos de especificações de alguma categoria (especialidade), o júri pode classificá-lo a seu critério.

Quando forem apresentados fascículos de um mesmo tema deve-se apresentar apenas um único exemplar e não inscrever vários fascículos como produtos independentes.

Quando se enviar um trabalho determinado, somente será avaliado o que se refira ao mesmo, por exemplo: quando se trata de um calendário que vem em uma caixa espetacular, caso seja inscrito como calendário, somente se avaliará o calendário, não a caixa.

Se o concorrente desejar que seja avaliado tudo, que considere a opção de enviar a amostra como "Conjunto Gráfico".

O Júri poderá criar outras categorias (especialidades) quando, a seu critério, julgue necessário.

### **1 Volantes, Díticos, Tríticos e Dobráveis**

- 1.a** Folha impressa em um ou em ambos os lados com 1, 2 ou 3 cores com uma ou várias dobras.
- 1.b** Folha impressa em um ou em ambos os lados com 4 ou mais cores com uma ou várias dobras.

### **2. Pastas**

- 2.a** Impressas em um ou em ambos os lados com 1, 2 ou 3 cores.
- 2.b** Impressas em um ou em ambos os lados com 4 ou mais cores.
- 2.c** Pastas com compartimentos internos, impressas em um ou em ambos os lados com 1, 2 ou 3 cores.
- 2.d** Pastas com compartimentos internos, impressas em um ou em ambos os lados com 4 ou mais cores.

### **3. Folhetos**

Folhetos de até 48 páginas, impressos publicitários, de propaganda, de produtos, serviços, etc., encadernados com qualquer método.

**3.a** Folhetos com 1, 2 ou 3 cores (poderão ser plastificados ou envernizados).

**3.b** Folhetos com 4 ou mais cores (poderão ser plastificados ou envernizados).

**3.c** Folhetos com processos especiais (com relevo, metalização, pó de ouro, hologramas, verniz UV com registro.)

### **4. Catálogos**

Catálogos de produtos são considerados catálogos para consumidores, negócios ou mercados especializados.

Catálogos de serviços incluem os utilizados para as mostras de arte, museus, escolas, colégios, universidades, etc., bem como os das empresas comerciais que oferecem serviços.

**4.a** Catálogos de produtos ou serviços com 1, 2 ou 3 cores.

**4.b** Catálogos de produtos com 4 ou mais cores.

**4.c** Catálogos de serviços com 4 ou mais cores.

**4.d** Catálogos de produtos ou serviços (Capa em prensa plana e parte interna em rotativa).

**4.e** Catálogos de Obras de Artes.

### **5. Livros**

**5.a** Impressos com 1, 2 ou 3 cores com capa rústica.

**5.b** Impressos com 4 ou mais cores com capa rústica.

**5.c** Impressos com 1, 2 ou 3 cores com capa dura.

**5.d** Impressos com 4 ou mais cores com capa dura.

**5.e** Livros animados pop ups/ terceira dimensão.

#### **Livros didáticos, escolares, Infantis ou Juvenis**

**5.f** Livros didáticos e escolares

**5.g** Livros infantis ou juvenis

### **6. Revistas e Encartes para Revistas**

**6.a** Revistas impressas em prensa plana.

**6.b** Revistas impressas em rotativa (as partes internas).

**6.c** Revistas em Série em Rotativa (no mínimo 3 exemplares do mesmo título devem ser enviados com diferente data de publicação para que o produto não seja desclassificado).

**6.d** Revistas em Série em Prensa Plana (devem ser enviados, necessariamente, no mínimo 3 exemplares do mesmo título, com data de publicação diferente, para que o produto não seja desclassificado).

- 6.e Encartes impressos em prensa plana.
- 6.f Encartes impressos em rotativa.

### **Encarte**

Caso haja mais de um encarte em uma revista, deve-se indicar qual encarte está participando.

## **7. Informes Anuais, Relatórios de Negócios e Memórias**

Todos os trabalhos para esta categoria devem incluir informações financeiras.

- 7.a Informes anuais e relatórios de negócios com 1, 2 ou 3 cores.
- 7.b Informes anuais e relatórios de negócios com 4 ou mais cores no total.

## **8. Materiais de Ponto de Venda (Display)**

Inclui qualquer material promocional para os estandes e vitrines.

- 8.a Vitrine.
- 8.b Pendurais.
- 8.c Displays.

## **9. Ilustrações / Cartazes**

- 9.a Ilustrações Comerciais.
- 9.b Ilustrações com a finalidade de reproduzir uma obra de arte.

## **10. Cartões, Convites e Programas**

Cartões de natal, de felicitações, cartões postais, cartões para todas as ocasiões.

## **11. Calendários**

Todos os calendários exceto os designados como ilustrações, que deverão ser apresentados na Categoria I.

- 11.a Calendário de parede.
- 11.b Calendários de mesa e de bolso.

## **12. Impressão Digital e On-Demand**

Material impresso mediante um processo de transferência direta do arquivo eletrônico para a máquina de impressão.

“É requisito indispensável incluir uma breve descrição do método e a tecnologia empregada, caso contrario o produto será desclassificado”.

- 12.a Impressão Digital em Off-set. (DI-CTP) em impressora com quatro ou mais cores.

Em equipamentos como: Heidebelberg, Quickmaster DI, Speedmaster DI, KBA Karat, Rioby, etc.

- 12.b Impressão Digital em Toner (dados variáveis sobre pré-impresso). Em quatro ou mais cores, com equipamentos como: Nexpress, Xerox Docucolor/iGen3, Xeikon, HP Indigo, etc.
- 12.c Cartões ID, credenciais e cartões pessoais.

### **13. Serigrafia**

- 13.a Trabalhos artísticos.
- 13.b Trabalhos comerciais.
- 13.d Impressão em artigos promocionais.

### **14. Flexografia**

- 14.a Embalagens flexíveis, filmes e metalizados.
- 14.b Impressos em papel (etiquetas, rótulos, etc.).
- 14.c Papelão corrugado.
- 14.d Embalagens para leite, sucos comestíveis, café, etc.

15. **Sacolas** (impressas em qualquer material e /ou sistema de impressão).

16. **Conjunto gráfico** (que inclua várias peças que formem um conjunto).

### **17. Rotogravura**

- 17.a Embalagem flexível (para doces, bolachas, vegetais, alimentos, etc.).
- 17.b Impressão Comercial em papel.
- 17.c Termoencolhíveis (deverá vir aplicada ao produto)

### **18. Listas e Guias**

- 18.a Listas Telefônicas.
- 18.b Guias especializados, dicionários e volumes enciclopédicos e guias turísticos.

### **19. Papelaria, Materiais de Escritório e Formulários Contínuos**

Conjuntos de papelaria incluem: logotipos, envelopes e cartões de visita. Materiais de escritório avulsos incluem envelopes de natureza especial, formulários comerciais, etc. (Peças soltas devem ser enviadas ao concurso em um envelope).

- 19.a Conjunto de papelaria em 1, 2 ou 3 cores.
- 19.b Conjunto de papelaria em 4 ou mais cores.
- 19.c Materiais de escritório peças simples em 1, 2 ou 3 cores.
- 19.d Materiais de escritório em 4 ou mais cores.
- 19.e Formulário Contínuo.
- 19.f Formulário Plano. (ex. Notas fiscais, faturas, etc.)
- 19.g Cadernos

## **20. Embalagens Dobráveis (Caixas de Papelão, não incluir caixas para CD's)**

### **20.a Caixas de papelão e embalagens dobráveis. Sem processos especiais (poderão conter plastificação ou verniz total)**

Inclui caixas de papelão simples ou conjuntos integrados. Os conjuntos integrados devem ser apresentados ou registrados como uma única peça.

### **20.b Caixas de papelão e embalagens dobráveis. Com processos especiais (poderão conter estampas, relevo, metalizado, pó de ouro, hologramas, verniz setorizados e relevos)**

Inclui caixas de papelão simples ou conjuntos integrados. Os conjuntos integrados devem ser apresentados ou registrados como uma peça única.

### **20.c Caixas para produtos multimídia. (Cds, Dvds, etc)**

### **20.d Caixas microcorrugado.**

## **21. Agendas**

### **21.a Impressas com 1, 2 ou 3 cores.**

### **21.b Impressas com 4 ou mais cores.**

## **22. Valores**

## **23. Impressos em materiais diferentes dos derivados de celulose e polímeros.**

## **24. Impressos/ Autopromocionais da Empresa Gráfica Concorrente**

(Pode-se inscrever o produto em outra categoria, após tê-lo inscrito nesta).

## **25. Impressos Off-set em Bobina**

### **25.a Periódicos.**

### **25.b Jornais.**

**NOTA: As edições diferentes do mesmo veículo serão considerados como uma única peça**

## **26. Especialidades Diversas**

### **26.a Especialidades Diversas – Impressão de Formato Grande**

Inclui material impresso em uma ou mais cores, uma das dimensões deve ser de mais de 70" (178 cm) (requer descrição do processo). Favor enviar plano se possível. (Somente será aceita a amostra que contiver uma breve descrição do processo e dos materiais usados).

### **26.b Especialidades Diversas - Outras**

Inclui material que não correspondem às demais categorias (especialidades). Por exemplo: Faixas (Banners), cardápio, caixas de fósforos, mapas, decoração metálica, cartas, impressão em têxteis, tecido, vinil, hologramas, estojos para CD ROMS e CD ROMS, serigrafia, capa de discos, etc. (Só será aceita a amostra que contiver uma breve descrição do processo e dos materiais usados).

## **27. Etiquetas**

- 27.a** Etiquetas impressas em prensa plana. Sem processos especiais (poderão conter verniz).
- 27.b** Etiquetas. Com processos especiais (poderão conter estampado, relevo, metalizado, pó de ouro, hologramas, verniz UV com registro.) Incluem etiquetas e invólucros simples ou conjuntos integrados. Os conjuntos integrados devem ser apresentados ou registrados como uma peça única.
- 27.c** Etiquetas Auto-adesivas (produtos de rolos/ sensíveis à pressão).
- 27.d** Etiquetas Auto-adesivas Promocionais.
- 27.e** Etiquetas In-Mold (impressas sobre filmes plásticos especiais, multi-capas, que permitem sua fusão direta nas embalagens durante os processos de insuflamento ou injeção, ficando integrados em sua superfície).

## **28. Estudantes**

A categoria para estudantes está aberta para colégios de formação profissional, para estudantes de projeto, produção e de comunicação gráfica. Os trabalhos enviados nesta categoria recebem um desconto, por isso pagarão apenas o valor de U\$S 20.

Os trabalhos deverão vir acompanhados por uma folha, papel timbrado, da Instituição Educativa descritiva e certificada, na que se especifique como e onde se fez o trabalho.

## Diretório das Câmaras, Associações e/ou Federações da CONLATINGRAF

PAIS	DIRECCION ASOCIACION Y/O CAMARA	TELEFONO	FAX	PRESIDENTE
<b>“F.A.I.G.A” ARGENTINA</b>	Ramón L. Falcón 1657 C1406GNG Buenos Aires, E-mail: faiga@argentinaigrafica.com <a href="http://www.faiga.org">http://www.faiga.org</a>	(54 11) 4631.5120 4632.0897	(54 11) 4633.7327	ANSELMO L. MORVILLO
<b>“ABIGRAF” BRASIL</b>	Avenida Doctor Cardoso de Melo 1750, 6º. Andar, Vila Olímpia Sao Paulo, SP 04548-005 E-mail: abigraf@abigraf.org.br <a href="http://www.abigraf.org.br">http://www.abigraf.org.br</a>	(55 11) 3164.3193	(55 11) 3164.3193	M. CESAR MARTINS DE CAMARGO
<b>“ANDIGRAF” COLOMBIA</b>	Carrera 4 A Nº 25B-46, Bogota E-mail: andigraf@andigraf.org <a href="http://www.andigraf.com">http://www.andigraf.com</a>	(57 1) 284.8549 341.3129	(57 1) 281.8442	MARIA REINA ANDRADE
<b>“ASOINGRAF” COSTA RICA</b>	Barrio La Cruz, 200mts. Norte Esquina Noreste Escuela Naciones Unidas, San José E-mail: asoingra@ice.co.cr	(506) 2257.7028 2257.6917	(506) 2257.7028 2257.6917	WILLIAM VINDAS
<b>“ASIMPRES” CHILE</b>	Canadá 253, 2º. Piso, Dpto. C Santiago E-mail: asimpres@adsl.tie.cl	(56 2) 225.7706 204.9298	(56 2) 341.2897 274.1336	CARLOS AGUIRRE
<b>“F.I.G.E.” ECUADOR</b>	Av. Amazonas, Edificio Las Cámaras 8º. Piso, Quito E-mail: aigquito@aig.org.ec	(593 2) 292.3141	(593 2) 2456.664	ENRIQUE CORTES
<b>“A.I.G.S.A.” EL SALVADOR</b>	21 Calle Poniente y 3ª. Av. Norte San Salvador, El Salvador C.A. E-mail: jgaf@navegante.com.sv	(503) 2234-5555	(503) 2225.1119	JOSE G. ALGER
<b>“UILMAC” MÉXICO</b>	Calz de Tlalpan No. 1838 Col. Country Club 04220, Mexico DF E-mail: uilmac@uilmac.com.mx <a href="http://www.uilmac.com.mx">http://www.uilmac.com.mx</a>	(52 55) 5611.5911 5611.4155	(52 55) 5615.9778	RODOLFO FORSTNER SCHENK
<b>“CIAGRAN” NICARAGUA</b>	Km 3 1/2 Carretera Norte Managua E-mail: ceerre@inpasa.com ceerre@ideay.net.ni	(505) 248.3413	(505) 244.1280	CARLOS RIVERA
<b>"ADIGRAP" PANAMA</b>	Vista Hermosa CI Ricardo Miro Edificio Imprenta Boski Panamá City E-mail: adigrap@cwpanama.net	(507) 261.2116 261.7099	(507) 261.2935	ALBERTO CONTRERAS

<b>“A.I.G.P.” PARAGUAY</b>	Ayolas 1627, Asunción E-mail: asoingra@rieder.net.py	(595 21) 371.163	(595 21) 371.163	EUSEBIO ARGUELLO
<b>“A.G.U.D.I.” PERU</b>	Av. Inca Garcilaso de la Vega Nº 1494, 2º Piso, Lima E-mail: agudi_graficos@yahoo.es	(51 1) 431.4558 423.9728	(51 1) 431.4558 423.9728	ELOY NOCEDA MARTORELLET
<b>“A.D.I.G.A.” R. DOMINICANA</b>	Av. San Martín No. 55, Edificio Luis Miura Baralt 4ta. Planta, Suite 1A, Santo Domingo E-mail: adiga@codetel.net.do	(1 809) 689.2447		WILLIAM CALDERON
<b>“A.I.G.U.” URUGUAY</b>	Ciudadela Nº 1410 – C.P. 11.100 Montevideo E-mail: aiugraf@adinet.com.uy www.aigu.com.uy	(598 2) 902.8156 al 59	(598 2) 902.8156 al 59	DANIEL CILIURCZUK
<b>“A.I.A.G.” VENEZUELA</b>	Av. Principal c/2ª. transv. de los Cortijos de Lourdes, Edif. Centro Empresarial, Los Senderos, 1er. Piso, Of. 107-B, Caracas E-mail: aiag@cantv.net	(58 212) 239.3322 239.3710 239.3543	(58 212) 239.3921	CLAUDIO BAZZARO

## FORMULÁRIO DE INSCRIÇÃO XVII CONCURSO LATINO-AMERICANO DE PRODUTOS GRÁFICOS “THEOBALDO DE NIGRIS”

Nome da empresa: .....

Pessoa responsável pela inscrição: .....

Endereço: .....

Cidade: ..... País:..... CEP.: .....

E-mail:..... Web: .....

Telefone:..... Fax: .....

Inscribendo-se na categoria: (letra e título da categoria) .....

Assinatura e carimbo da empresa: .....

---

### IDENTIFICAÇÃO DO PRODUTO

Nome do Produto: .....

Descrição: .....

Nome do Cliente: .....

Ilustração e/ ou Fotografias .....

Projeto: (nome da empresa) .....

Pré-impressão: (nome empresa) .....

Impressão: (nome empresa) .....

Finalização e/ ou acabamento: (nome empresa) .....

### SISTEMA DE IMPRESSÃO

OFF-SET..... HELIOGRAVURA ..... FLEXOGRAFIA .....

SERIGRAFIA ..... OUTROS (detalhar) .....

O presente formulário deve ser completado em sua totalidade - em letra de tipografia ou a máquina - e enviá-lo junto com (2) MOSTRAS DO PRODUTO, à Câmara, Associação e/ou Federação de seu país. Simultaneamente se deve enviar o cheque correspondente a nome da CONLATINGRAF, à Secretaria Geral, Cidadela Não. 1410, C.P. 11.100, Montevideu, Uruguai.