

MARATONA MARÍTIMA

Abraço coletivo e aplausos em defesa da Praia de Camburi

80 pessoas nadaram por 24 horas e pediram investimentos em saneamento e turismo

▄ PATRIK CAMPOREZ
pmacao@redgazeta.com.br

Terminou com um abraço coletivo e aplausos uma manifestação realizada em defesa da Praia de Camburi, em Vitória. Cerca de 80 frequentadores da orla nadaram em torno da Ilha do Socó, em regime de revezamento, durante 24 horas, a partir das 10h de sábado.

Mesmo enfrentando chuva, vento e o frio na madrugada de ontem, a sensação, no fim da maratona, era de dever cumprido. “O evento foi um sucesso, apesar do sacrifício. Quando acabou, parecia que o pessoal queria mais. Foi um momento onde os nadadores puderam se encontrar para confraternização e união de forças contra o processo de degradação da praia”, diz o professor de Educação Física Betinho Miled.

ENERGIA

Na avaliação do advogado José Mariano Júnior, de 65 anos, se não fossem as adversidades do tempo o volume de participantes seria ainda maior. “Mas o que importa é que houve uma energia legal. O evento foi bonito, e no futuro vai crescer ainda mais”, diz ele.

Para o presidente da Associação de Amigos da Praia de Camburi, Paulo Pedrosa, a manifestação foi uma forma de integrar os nadadores e protestar de forma pacífica.

“Juntamos o útil ao agradável: além de unir os amigos, estamos lutando em favor da praia. O pessoal foi muito guerreiro e estou feliz com o resultado do evento”, disse Pedrosa.

A maratona terminou por volta das 10 horas de ontem, com um abraço simbólico e aplausos sobre a Ilha do Socó. A idade dos participantes variava entre 12 e 70 anos.

Eles pediam investimentos em turismo, e obras de saneamento na praia, além de providências contra a poluição na água e no ar.



VITOR JUBINI



Grupo nadou, em regime de revezamento, durante 24 horas em volta da Ilha de Socó, em Vitória

Solidariedade dominou o protesto

▄ A natação em forma de protesto começou com oito equipes, cada uma com seis nadadores, revezando-se na água. Com o cair da noite, o número de nadadores por equipe teve que ser reduzido devido ao vento e ao frio.

Para se alimentar e descansar durante as pausas do revezamento, os nada-

dores montaram barracas na areia, em frente ao Clube dos Oficiais da PM. Alguns grupos chegaram a nadar por mais de duas horas.

“Estava em casa, mas não aguentei ficar lá: preparei uma sopa bem quente e trouxe para essa galera animada. Está tudo muito bonito e emocionante”,

disse uma mulher, que não quis se identificar, enquanto o marido nadava.

Segundo José Mariano, que ajudou a organizar o protesto, os nadadores fizeram tudo por conta própria. “Cada um trouxe, além da sua garra, um alimento, ou se prontificou a ajudar. Ficamos mais unidos”, diz ele

INSTITUTO FEDERAL
ESPÍRITO SANTO
Campus Linhares

Ministério da
Educação

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA

AVISO DE LICITAÇÃO

Pregão Eletrônico SRP nº 03/2013

Objeto: A presente Licitação tem por objeto o registro de preço para eventual aquisição de materiais de consumo e equipamentos para as aulas de Educação Física do campus Linhares e demais campi do Ifes, durante um período de 12 (doze) meses, com fornecimento parcelado, conforme descrito no Anexo I - Termo de Referência - do Edital 03/2013.

Abertura das propostas: 25/07/2013 às 09:30h.

Tel.: (27) 3264-5710. Fax: (27) 3264-5749.

Mauro Silva Piazzarollo
Diretor Geral

Sinapro
ESPIRITO SANTO

Mercado Publicitário

Clientes exigem das agências maior foco em resultados

Que o mercado da comunicação passa por profundas mudanças, já é sabido de todos e tem exigido de agências, veículos e anunciantes uma revisão de conceitos e posturas. O que a notícia publicada no meio e mensagem online, de 12 de julho, sexta da semana passada, apresenta é o crescimento, entre os clientes, da valorização da propaganda que busca uma maior preocupação com a geração de resultados para o cliente. Do que com a criatividade em suas peças.

O estudo é de fora do Brasil, mas, com a imensa presença atual de empresas multinacionais no país e no Espírito Santo, podemos considerar como um termômetro de qualidade também para o mercado local. Foram ouvidos 1,2 mil executivos de empresas de grande, médio e pequeno portes da América do Norte, Europa, Ásia e Austrália.

Para eles, “há ainda uma falta de sensibilidade em relação à realidade de negócios da empresa: 74% dos CEOs dizem que as agências estão desconectadas das metas de curto e médio prazo dos clientes. Elas seguem falando sobre dar tempo para a criatividade para ver o impacto, mas falham na hora de entender as pressões que os executivos da empresa sofrem dos acionistas”, afirma o estudo.

Quase 90% dos entrevistados afirmam que as agências deveriam adotar um modelo de negócios baseado nos resultados. “Seria uma maneira de forçar as agências a focar no que o CEO realmente espera deles”.

Confira a íntegra do conteúdo sobre o estudo, publicado no meio e mensagem online, no site ou página do facebook do Sinapro. Ou no site do meio e mensagem: www.meioemensagem.com.br