

João Havelange:

Retratos do homem e de sua ação a favor do esporte



Organizado por José Mario Pereira

Projeto Editorial:



Casa da Palavra



Apresentação

Esportista (integrou a equipe de natação nos Jogos Olímpicos de Berlim, em 1936, e de pólo aquático em Helsinque, 1952), empresário (foi diretor da Viação Cometa por vários anos), presidente da CBD (Confederação Brasileira de Desportos), e presidente da FIFA durante 24 anos, João Havelange é um dos brasileiros mais conhecidos, poderosos e respeitados internacionalmente.

Filho de pai belga, João Havelange nasceu na Rua dos Ourives, no Centro do Rio, a 8 de maio de 1916, mas passou toda a infância no Cosme Velho. Apesar do muito que já se escreveu sobre ele, no Brasil e no mundo, faz-se necessária, para melhor conhecimento de sua vida e de sua trajetória profissional, uma fotobiografia, organizada por décadas, com ampla documentação, além de histórias pouco conhecidas, ou até agora inéditas.

A atuação de João Havelange à frente da FIFA é reconhecida como fundamental por todos aqueles que conhecem a história da organização. Em seus quatro mandatos Havelange solidificou financeiramente a FIFA, conseguindo contratos que mudaram a história do esporte, sendo que o primeiro deles foi com a Coca-Cola. Afora isso criou possibilidades para que a África tivesse maior visibilidade internacional no futebol, e devido a esse fato, Havelange desfrutava de enorme prestígio nesse continente onde acontecerá, em 2010, a próxima Copa do Mundo.

Atualmente, Havelange é o presidente de honra da FIFA e, eleito para o COI – Comitê Olímpico Internacional – em 1963, com mais de 40 anos de mandato ininterrupto, é o decano da instituição.



Estrutura

A fotobiografia seguirá um roteiro cronológico, desde a infância de João Havelange no Cosme Velho, a juventude como esportista e sua trajetória empresarial, até sua experiência como dirigente da CBD e da FIFA. Os projetos educacionais desenvolvidos por Havelange, como por exemplo, as Aldeias Infantis SOS e o Fundo de pesquisa João Havelange também terão destaque na obra.

O livro trará fotos do arquivo pessoal de João Havelange e de vários jornais e revistas dedicados particularmente ao futebol, depoimentos de dirigentes nacionais e estrangeiros ligados ao esporte, declarações do próprio homenageado, charges e caricaturas, com o intuito de fornecer um retrato humano e profissional de João Havelange o mais verdadeiro e abrangente possível.

Especificações técnicas

Formato: 23 X 28cm

Nº de páginas: 400 pp

Imagens: 250 fotografias e reproduções

Papel miolo: couché matte 150g

Papel capa: couché matte 150g

Guarda: off-set 180g

Impressão de miolo: 4/4 cores

Capa: capa dura impressa a 4 cores

Sobrecapa: a 4 cores em papel couché matte 150g

Acabamento: laminação fosca

Tiragem: 3.000 exemplares

Especificações do convite para coquetel de lançamento

Formato: 21 cm x 14,5 cm

Impressão: 4/4

Papel: cartão supremo 300 gr

Envelope: branco e adesivo

Tiragem total das empresas: 500 unidades

Selo COB Cultural

O esporte esteve, ao longo da história, diretamente associado à formação cultural do Brasil. Com o objetivo de eternizar os momentos de alegria, emoção e magia que o esporte produz e de divulgar e multiplicar o conhecimento de diversas modalidades, em particular as olímpicas, o Comitê Olímpico Brasileiro e a Editora Casa da Palavra criaram em 2005 o selo COB Cultural.

A proposta do selo, que tem distribuição nacional, é lançar com regularidade livros inéditos, abordando histórias, conquistas e perfis de atletas, introdução a modalidades olímpicas para iniciantes, técnicas de treinamento, participação das Delegações Brasileiras em eventos, entre outros temas.

A parceria entre o COB e a Casa da Palavra é a versão brasileira de um modelo de co-gestão já adotado por alguns Comitês Olímpicos no mundo. À editora, cabe a função de contribuir com a sua reconhecida experiência no desenvolvimento e comercialização de livros. O COB aplica seu vasto conhecimento sobre esportes olímpicos, aproveitando ainda as vantagens de uma relação de mútua confiança com atletas, treinadores e entidades esportivas.



Algumas publicações do selo COB Cultural

Almanaque Olímpico SPORTV

Marcelo Barreto, Armando Freitas

Guia prático, com informações úteis e curiosidades sobre os Jogos Olímpicos, o Almanaque Olímpico SporTV traça um panorama dos Jogos desde suas primeiras manifestações, na Grécia Antiga, até os de Pequim 2008. Também relembra momentos memoráveis e emocionantes de cada edição e aborda as origens, as regras e os principais atletas de todos os esportes olímpicos. O livro ainda contém quadros e tabelas com rankings e números, como os esportes que deram mais medalhas ao Brasil e os países que participaram de todos os jogos. Perfeito para quem quer se preparar para desfrutar – ao vivo ou pela TV – dos Jogos Olímpicos.

Vôlei no Brasil- Uma História de Grandes Manchetes

De Oscar Valporto

Patrocínio



A história definitiva do esporte querido de todos os brasileiros, mostrando — com raras imagens e depoimentos exclusivos de membros de destaque das equipes masculina e feminina — a evolução de quase um século, desde os tempos heróicos do amadorismo à excelência que resultou nas conquistas olímpicas.

Ouro Olímpico

A história do Marketing dos Aros

Marcus Vinicius Freire e Deborah Ribeiro



Patrocínio

OdontoPrev
Especialistas em Odontologia

O marketing do maior evento esportivo internacional, dos tempos heróicos à economia globalizada. Lições de mídia, gestão, propaganda e publicidade em escala planetária por escritas por quem está à frente da missão Brasileira nos Jogos Olímpicos.

Atenas 2004

O Brasil no Berço dos Jogos Olímpicos

Oscar Valporto

A luta e as conquistas dos brasileiros nos Jogos Olímpicos de Atenas, incluindo o drama de Vanderlei Cordeiro de Lima e a inédita entrega da medalha de ouro ocorrida em solo brasileiro, para Rodrigo Pessoa.

Situação Legal

Este projeto está inscrito na Lei Rouanet à espera de aprovação.

Lei Rouanet (patrocínio a custo zero para a empresa) — permite descontar integralmente o valor do incentivo do Imposto de Renda devido, calculado com base no lucro real (sem incluir na base de cálculo o adicional do IR), respeitando-se o teto de 4% do montante devido no exercício fiscal (Leis Federais de Incentivo à Cultura 8.313/93, 9.874/99 e MP 2.228/02).

Cotas de Participação

Para uma tiragem de 3.000 exemplares do livro, o custo total do projeto é de R\$ 329.445,60

%	R\$	Título	Aplicação da marca	Página institucional	Cota da tiragem
100%	329.445,60	Patrocínio exclusivo	Página de créditos, quarta-cap, verso da sobrecapa, convite, material de imprensa	Em todos os exemplares	300
75%	247.084,20	Patrocínio	Página de créditos, quarta-cap, verso da sobrecapa, convite, material de imprensa	Em tiragem à parte	225
50%	164.722,80	Co-patrocínio	Página de créditos, quarta-cap, verso da sobrecapa, convite, material de imprensa	Em tiragem à parte	150
25%	82.361,40	Apoio	Página de créditos, quarta-cap, verso da sobrecapa, convite, material de imprensa	Não	75

Plano de Patrocínio e Reciprocidade

LIVRO DE ARTE – é um produto cultural de luxo e exclusivo.

TANGIBILIDADE – um objeto concreto, onde a mensagem da empresa está sempre acessível.

DURAÇÃO – é um produto de vida útil indeterminada, que passa de geração em geração.

ALCANCE E VISIBILIDADE – Cada exemplar de um livro atinge inúmeros leitores e apresenta forte impacto em livrarias.

MARCA da empresa vinculada a um dos brasileiros mais conhecidos e respeitados no Brasil e no mundo por sua trajetória de sucesso na história do esporte nacional e mundial.

PUBLICIDADE da marca e valores da empresa, baseada em trabalho sistemático de assessoria de imprensa nos meios de comunicação. Ao final da divulgação, será fornecido o clipping impresso com todas as matérias publicadas em jornais, revistas, sites etc.

EXPOSIÇÃO da marca, que constará em todos os exemplares, incluindo a cota do patrocinador, os livros distribuídos em livrarias e os volumes enviados às bibliotecas públicas e centros culturais das principais cidades do país (conforme exigência da Lei Rouanet).

PÁGINA INSTITUCIONAL exclusiva com a mensagem e logomarca do patrocinador (quadro da página anterior).

COTA DE EXEMPLARES entregues aos patrocinadores, proporcional à participação de cada um, para distribuição a critério dos mesmos.

BENEFÍCIOS FISCAIS assegurados nos âmbitos do Imposto de Renda (Lei Rouanet).

COQUETEL de lançamento, a ser realizado em livraria no Rio de Janeiro.

COTA DE CONVITES impressos, além do convite virtual, contendo a logomarca da(s) empresa(s) patrocinadora(s) para distribuição, a seu critério, entre seus diversos públicos: clientes, colaboradores, parceiros, e fornecedores.

Plano de Distribuição

Por meio de nossa equipe de assessores de imprensa, vendedores e distribuidores, propomos para este projeto:

- O envio, por correio, das edições para bibliotecas públicas, conforme exigido pela Lei Rouanet.
- A distribuição comercial direta em livrarias dos seguintes estados do Brasil: São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Espírito Santo, Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul (Porto Alegre), Brasília, Mato Grosso, Bahia, Sergipe, Pernambuco, Paraíba, Rio Grande do Norte e Ceará.



Plano de Comunicação

As atividades de divulgação incluem:

- Assessoria de imprensa, com distribuição de releases e exemplares para os meios de comunicação impressos – jornais e revistas – e audiovisuais – televisão e sites da internet – das principais localidades do país, de acordo com o plano de distribuição da editora.
- Exposição da publicação em livrarias de todo o país.

A Editora

Fundada em 1996, a editora Casa da Palavra alia uma seleção criteriosa de textos a projetos gráficos cuidadosos, buscando transmitir ao leitor a paixão que imprime em seu trabalho.

As linhas editoriais, distribuídas em livrarias de todo o Brasil, são divididas em: Bem-estar e auto-reflexão, Gastronomia, Literatura, Livros sobre livros, Memória, Arquitetura e Urbanismo, Arte, Música, e o selo COB Cultural – uma parceria entre o Comitê Olímpico Brasileiro e a editora, que tem por objetivo lançar livros que abordem histórias, conquistas e perfis de atletas, introdução a modalidades olímpicas, técnicas de treinamento etc.

Além da parceria com o COB, inúmeras empresas que valorizam o patrimônio cultural brasileiro patrocinam nossas publicações, usualmente através da utilização de leis de incentivo à cultura.

Algumas de nossas publicações que resultaram de patrocínio são: Rio Bottequim, já na 7ª edição (a primeira foi lançada em 1996) – a cada nova publicação, uma comissão especializada percorre bares do Rio de Janeiro avaliando o chopp, a cozinha, o atendimento, a música etc.; O Porto e a Cidade, de Núbia Melhem, Maria Isabel Lenzi e Cláudio Figueiredo, vencedor do Prêmio Jabuti 2006 na categoria “Melhor livro de Arquitetura, Fotografia, Comunicação e Artes”, que explora quatro séculos de história do Rio de Janeiro com imagens da época; Vôlei no Brasil – Uma história de grandes manchetes, com texto de Oscar Valporto, lançado pelo selo COB Cultural, que retrata a história de sucesso e conquistas do vôlei no Brasil.

Em 2007, a editora Casa da Palavra apresentou sua nova marca e filosofia: O livro além do livro. A nova Casa da Palavra traduz modernidade, diversão e ao mesmo tempo o cuidado com os produtos e os leitores. Alia o prazer da leitura, o amor pelos livros, a valorização da história e da cultura brasileira à tecnologia, ao contemporâneo, aos novos suportes de comunicação.

Esse compromisso com a inovação e a multiplicação de conteúdos, tendo os livros como ponto de partida, se reflete no novo signo da editora, a casa-balão. Uma casa original e arrojada em que a palavra é dominante, e abre espaço para outras possibilidades de formatos e narrativas.

MaisArte Marketing Cultural

Jacqueline Menaei

(21) 9646-0104

jacqueline@maisartemarketing.com

Casa da Palavra

Rua Joaquim Silva, 98, 4º andar

Lapa, Rio de Janeiro, RJ 20241-110

(21) 2222-3167

projeto@casadapalavra.com.br

www.casadapalavra.com.br