www.empresarioserigrafico.com.br

Revista Empresário Serigráfico
Ano III - nº 13 - Jul/Ago. 2002 - R$ 5,00

CONEXÃO BRASIL PORTUGAL

FESPA 2002

Leia aqui a cobertura completa
da maior feira de Serigrafia do Planeta



Novidades 18
Revista Empresário Serigráfico lança Projeto em Espanhol, durante a FESPA 2002, para atender mercado Latino-Americano.

Sala Vip 22
Profissionais da Saati falam sobre as expectativas em relação ao mercado brasileiro de Serigrafia

Editorial

Revista Empresário Serigráfico em Espanhol



Durante o mês de junho, a Revista Empresário Serigráfico esteve participando com um estande na FESPA 2002. Além de estabelecer um ponto de encontro para empresários brasileiros presentes no evento, lançamos a Revista Empresário Serigráfico em Espanhol. Uma coletânia com as melhores matérias técnicas escritas em espanhol encantaram o público visitante que até o momento correspondem com 430 e-mails solicitando informações de assinatura, relações de fornecedores, etc.

A Edição em espanhol teve um grande diferencial, pois a capa da Revista foi impressa com verniz UV em relevo pelo processo serigráfico. A impressão foi feita pela empresa Screengraf sediada no Rio de Janeiro ao qual agradeço imensamente pelo empenho e excelente trabalho.

É a segunda vez que a Revista Empresário Serigáfico se apresenta em feiras internacionais. Somando as duas participações a Revista já estruturou um mailling com mais de 16.000 empresas internacionais de serigrafia.

Além do projeto em Espanhol que seguiremos adiante com uma edição bimestral a partir de janeiro de 2003, nós estamos projetando outras novidades ainda para o ano de 2002. Uma das que eu poderia adiantar é que a partir desta edição nossa revista em português também será distribuída em Portugal através do IPTS (Instituto Português de Tecnologia Serigráfica).

Um abraço e boa leitura!

Marco Marcelino
mmarcelino@serinews.com.br

IPTS - Instituto Português de Tecnologia Serigráfica
www.ipts.org • Joao.Martins@ipts.org

Cartas.....06
Notas.....08
Mercado.....12
Artigo.....14
Capa.....18
Sala Vip.....22
Cura UV.....24
Marketing.....26
Digital.....32
Eventos.....34

Empresário Serigráfico

Publicação Bimestral da Serinews Editora

Diretor:
Marco Marcelino
mmarcelino@empresarioserigrafico.com.br

Jornalista Responsável:
Jorge Luiz Mussolin - Mtb 15.978
mussolin@empresarioserigrafico.com.br

Assistente Editorial:
Anelize Bizaroli
contato@empresarioserigrafico.com.br

Pré- Impressão:
Class Fotolito e Assessoria Gráfica
classfot@terra.com.br

Impressão e Acabamento:
Van Moorsel, Andrade & Cia.

Internet:
www.empresarioserigrafico.com.br
contato@empresarioserigrafico.com.br

Assinatura Anual: R$ 30,00
Assinatura Internacional: US$ 50,00
(International Subscription)
Exemplar Avulso: R$ 5,00

Serinews Editora

Redação, publicidade, editoração e administração:
Rua Emilia Marengo, 260 Cj. 123
Tatuapé - São Paulo - SP - Brasil
CEP: 03336-000
Fone/Fax: 11 6676-3457
www.serinews.com.br

Distribuição: Território Nacional e Internacional
Tiragem de 5.000 exemplares
(15.000 Leitores em média)

As matérias assinadas são de responsabilidade dos autores, não refletindo necessariamente a opinião da editora. As fotos publicadas têm caráter de informação e ilustração das matérias.

Os direitos das marcas são reservados aos seus titulares. As matérias aqui apresentadas podem ser reproduzidas mediante prévia consulta por escrito à Editora.

O não cumprimento dessa determinação sujeitará o infrator as penalidades previstas na Lei de Direitos Autorais. (Lei 9.610/98).

Notas

Agabê lança Vídeo de Treinamento



Uma das principais empresas brasileira especializada em produtos para confecção de matrizes serigráficas lança um vídeo com demonstrações passo-a-passo do processo.
O conteúdo foi baseado no Know-How da empresa que relacionou todas as etapas do processo de modo que os profissionais possam assistir os procedimentos técnicos e obter informações práticas sobre as particularidades da confecção de matrizes.
O vídeo tem 37 minutos, custa R$38,00 e pode ser adquirido através do telefone: 11 6606-0404.

Coates é premiada na REPLItech

A Coates Screen foi agraciada com o prêmio de muito prestígio na última REPLItech North America em Los Angeles. O Gerente de Produto, Sr. Bob Nersesian recebeu o prêmio Technical Excellence Award para a IDS, Ink Dispensing Systems (Dosadora de Tinta).
O prêmio recebido está na categoria de "Best Innovation" (Melhor Inovação) para a Dosadora IDS reconhecida pela contribuição única e significante no manuseio de tinta para impressores de CD/DVD.

Transfer de Sublimação Industrial

Adkins é um fabricante de prensas térmicas para sistema de transferência de imagem que apresentou durante a FESPA 2002 o modelo Alpha. Uma prensa considerada industrial produzida nos formatos que vão de 137 x 76 cm a 213 x 114 cm. A empresa fabrica estes equipamentos com uma ou duas mesas dependendo da necessidade produtiva do cliente. A Adkins tem exportado seus equipamentos para diversos países e tem buscado através das participações nas feiras internacionais, aumentar o interesse de representantes comerciais. Maiores informações no site www.aadkins.co.uk ou sales@aadkins.co.uk

Ricardo Rodrígues Delgado é o novo presidente da FESPA

O novo presidente da FESPA que substituiu Michel Caza é o Espanhol Ricardo Rodrígues Delgado, profissional que tem ampla experiência em serigrafia e impressão digital. Ricardo é diretor de uma das mais importantes empresas da EUROPA, a Panorama, que produz mídia exterior e displays para ponto de venda.
Esta inclusive foi uma das empresas visitadas durante a FESPA 2002 em Madri.
Ricardo se formou em economia e trabalhou em televisão antes de iniciar suas atividade em serigrafia. Sucesso para você Ricardo!



CARTAS

Escreva para a Revista
Empresário Serigráfico
contato@empresarioserigrafico.com.br

Quero aproveitar para parabenizar a Revista Empresário Serigráfico pelo arrojo, coragem e capacidade de empreender. Fiquei muito feliz de ver a Revista Empresário Serigrafico expondo na Fespa 2002 (e ainda com a nova edição em espanhol).
Também consegui ver o quanto vocês são queridos e respeitados por todos. É por isso que o estande da Revista era ponto de encontro de todos nós brasileiros que estivemos na feira. Eu sei que isso é só o começo de muitas coisas maravilhosas que estão por vir.
Basta acreditar! Parabéns
Lourival Mariano Filho - Diretor
Petink Impressão Inteligente - São Paulo/SP

Concordo plenamente com as colocações apresentadas na edição anterior que fala sobre as cervejarias. Quando diz que não fomos profissionais suficientes para valorizar nosso próprio trabalho, e gostaria de colocar um pouco da minha opinião sobre esta matéria:
Infelizmente, os serígrafos no Brasil, claro que não generalizando, têm muito que aprender. Trataram a serigrafia como indústria, não dando o aspecto de arte para o processo, não sabendo valorizar o próprio produto, vendendo às vezes com prejuízo, e todos nós, que dependemos deste mercado, ficamos um pouco desanimados. Vamos pagar um preço muito alto por toda esta transição.
Obrigado pela matéria, e vamos torcer que isto seja passageiro e no futuro, as empresas que ficarem sejam mais profissionais e possam aprender muito com este momento, aí poderemos não só discutir preço, e sim qualidade. Informação é um bom atendimento.
Deus queira.
Um abraço
Ben Hur Flores - Diretor
Alternativa - Caxias do Sul/RS

Gostaria de parabenizar pelo sucesso da revista e agradecer as últimas duas edições que ganhei. Procuramos informações sobre tintas UV. Estou acompanhado as informações na revista, mas me falta detalhes sobre gravação de tela, tipo de emulsão adequada, etc.
Também estou à procura de cursos profissionalizantes, treinamentos, enfim informações para iniciantes no processo UV.
Valdir Roque Dallenogare
Novo Hamburgo - RS
vdallenogare@sinos.net

Notas



Tinta UV para Cartões de Crédito

A empresa alemã Marabu lança uma completa linha de tintas ultravioleta para impressões serigráficas de cartões de crédito. A Maraflex FX Metallics proporciona diversos efeitos de metalização e através das combinações de cores miscíveis entre si permitem produzir diversas tonalidades de cores especiais. Para entender o conceito da nova tinta, a empresa desenvolveu um estojo de cartões laminados com impressão das cores possíveis de serem obtidas a partir das misturas.
Durante a Fespa 2002, a Marabu apresentou ainda os novos equipamentos e software de medição de tintas que permite mistura e controle de cores especiais. No Brasil a empresa é representada com exclusividade pela Jotadê Comércio e Serviços Ltda. Telefone 11 4193-5360 ou jotade@tavola.com.br.

De olho nas campanhas políticas

Recentemente, foi divulgado pelo TSE (Tribunal Superior Eleitoral) a estimativa máxima de gastos nas campanhas políticas dos candidatos: José Serra (R$ 60 milhões), Luiz Inácio Lula da Silva (R$ 36 milhões), Ciro Gomes e Anthony Garotinho (R$ 25 milhões cada um). Alguns especialistas dizem que estes valores declarados são inferiores a realidade de investimentos.

Lâminas para Rodos de Serigrafia



A Pleiger, representada no Brasil pela Alternativa produz mais de 15 perfis de borrachas de poliuretano para rodos de serigrafia. A empresa tem se especializado tecnicamente nos diferentes tipos de aplicação e sugere aos usuários alguns modelos que possam melhor atender as exigências do processo de impressão. altsilk@terra.com.br

CMY Innovation traz ao mercado películas para segurança

Devido ao grande aumento do número de produtos falsificados que acontece hoje em dia, é importante dar uma garantia a mais ao consumidor. Pensando nisso, a CMY Innovation está lançando as películas auto-adesivas para elaboração de etiquetas e lacres de segurança.
Com elas, é possível criar adesivos, etiquetas ou TAG's com dispositivos modernos de segurança que protegem os produtos contra violações e/ou imitações, além de limitar garantias.
As películas estão disponíveis em dois tipos:
• Poliéster antiviolação (VOID): encontradas nas cores prata e branca brilhante, deixa marcas com o dizer "VOID" ("violado" em inglês) quando retirado da superfície colada;
• Polietileno autodestrutível: também conhecidas por "casaca de ovo", estão disponíveis na cor branca brilhante, possuem adesivo de altíssimo tack, que "se quebra" ao tentar retirá-lo de uma superfície.
***Dados sobre a pirataria:* Os Estados Unidos recentemente divulgaram dados que colocaram o Brasil entre os 16 países que dificultam o registro de patentes e permitem a pirataria de produtos. Em médio prazo, esta medida permite a aplicação de sanções contra vários produtos brasileiros.**
De acordo com o IIPA (International Intelectual Property Aliance), o Brasil é um dos maiores mercados consumidores e produtores de pirataria do mundo. Calcula-se que a indústria da falsificação seja igual a 5% das riquezas que o país produz legalmente por ano, ou seja, mais do que as indústrias de alimentos, máquinas e veículos fabricam juntos.
Para maiores informações: ***11 3331-0577 ou www.cmy.com.br***

Evento abordará Marketing no Varejo

Um megaevento reunirá especialistas em marketing e varejo para discutir novidades, tendências e estratégias para o ponto-de-venda. "O Grande Encontro do Marketing no Varejo" será realizado nos dias 7, 8 e 9 de outubro, no Amcham Business Center, em São Paulo.
O principal objetivo dos organizadores é concentrar em um único evento as tendências e novidades sobre marketing e varejo, abordando aspectos como promoção, distribuição, reposição, layout de loja, treinamento e merchandising, entre outros assuntos. Para isso, o encontro terá programações específicas. Para maiores informações: 11 3284-6878

Digicon oferece desconto de 15% para linha HP

A Digicon está oferecendo uma grande promoção na venda de toda a sua linha de impressoras para grandes formatos HP. Todos os produtos das linhas 500, 800, 1000, 5000, 10ps, 20ps e 50ps estão com 15% de desconto. Além disso, a Digicon oferece um ano de extensão de garantia grátis HP para os equipamentos das linhas 500, 800, 1000 e 5000, além da garantia anual padrão que acompanha as impressoras. Digicon VPS, tel. (11) 4191.9488

Papel transfer para Cerâmica

A Tullis Russell apresentou durante a FESPA, uma completa linha de papéis transfer para aplicação em diversos materiais como é o caso da cerâmica. informações: www.trcoaters.co.uk

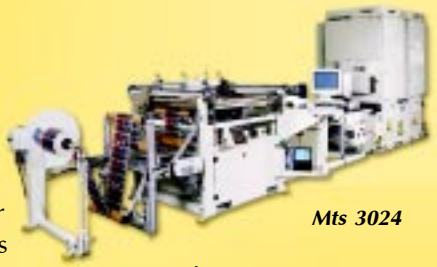
Adesivo para matrizes de alta tensão

O Kiwobond 1000 HMT é um adesivo bi componente desenvolvido pela Kiwo para fixar tecidos técnicos em quadros de madeira, alumínio e outros. O produto tem características de secagem muito rápida e é indicada para tecidos com alta tensão de esticagem. www.kiwo.com

Notas

Sistema completo para produção de In Molding

A empresa Preco apresentou durante a Fespa 2002, a Preco ConvertaForm que produz peças em vacuum forming para sistema IMD (in molding), processo utilizado para produzir, por exemplo, capas de celulares e outros materiais que envolvem as áreas de telecomunicações, eletrônica, automotiva, medicina, informática, embalagens e outros.



Mts 3024

Os equipamentos produzidos pela Preco são caracterizados como precisos em termos de registro e apresenta um alto desempenho a grandes produtividades. Além disso, a empresa também expôs a Mts-3024, uma impressora serigráfica rolo-a-rolo de alta precisão.



ConvertaForm

No Brasil a empresa é representada pela Brazillaser, cujo telefone para contato é 11 4195-5048.

Océ compra Gretag Imaging

A Océ está estruturando um grupo de negócios estratégicos para sistemas de impressão de grande formato e adquiri a empresa Gretag que tem as marcas Raster Graphics, Onyz Graphics e Pôster Shop. A nova divisão terá o nome de Oce Display Graphic Systems. A aquisição da Gretag, divisão de imagens profissionais inclui as empresas Raster Graphics, Onys Graphics e Pôster Shop.

Kodal Professional compra Encad

25 Milhões de Dólares, foi o preço aproximado que a empresa Kodak pagou pela Encad, fabricante de impressoras digitais de grandes formatos. A Kodak está projetando um crescimento de 15% anual e um faturamento na cada de 2,4 bilhões de dólares.

Novo Filme Capilar

A Autotype apresentou durante a Fespa 2002, o filme Capilex CP, indicado para impressões UV como, por exemplo, Compact Disc e DVD. Além disso, o produto também foi projetado para atender o setor industrial de cerâmica. www.autotype.com

Máquinas novas e usadas da ESC

A ESC, Europa-Siebdruck-Centrum é uma empresa alemã que comercializa equipamentos novos e usados de impressão serigráfica manual, semi-automática e automática. A empresa tem uma área de 5000 m2 que funciona como uma sala de exibição permanente em Bad Salzuflen. A empresa comercializa equipamentos de diferentes fabricantes como Atma, Novamat, Argon, Siasprint, Thieme, Svecia e outras. A empresa também comercializa impressoras digitais, sistemas de produção de fotolitos, máquinas de tampografia, equipamentos de secagem, prensas, fonte de luz, máquinas de transfer e acessórios.

Vale a pena visitar o site e conferir as ofertas. www.esc-online.de



Impressora serigráfica cilíndrica automática PROGRESS 350 para impressão de folhas semi-rígidas e flexíveis com mais de 1 mm de espessura.

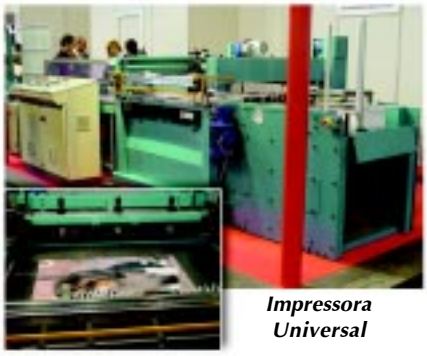
www.serigrafia.org

Tintas para In Molding

A parceria com a Bayer na Alemanha levou a Pröl a desenvolver a NORIPHAN®, uma tinta para In Molding (IMD). A então conhecida tecnologia do futuro que imprime películas de policarbonato, tais como Makrofol®, e Bayfol® permite a produção de peças tridimensionais como componentes 3D para interiores do automóvel, etc. www.proell.de

Máquina Automática Universal

A Universal é um modelo de impressão automática desenvolvido pela R.M., sediada na Itália. Além do sistema de extração automática do material a ser impresso, a Universal permite o ajuste de registro com o equipamento em funcionamento. O equipamento imprime formatos de 1,00 x 0,70cm. Informações www.inmilano.it/rm



Impressora Universal

Máquina de Transfer produz 720 peças/hora

A Hix Corporation apresenta a máquina de transferência térmica HOSS, inteira automática no formato de 40x50cm, com temporizador ajustável. Segundo a empresa, o equipamento tem o ciclo da máquina de 4 segundos + tempo de transferência de 6 segundos = um tempo total de 10 segundos por transferência. 10 segundos por transferência = 6 transferências por as cabeças min. do calor de x dois = 12 transferências por min. = 720 transferências por a hora.

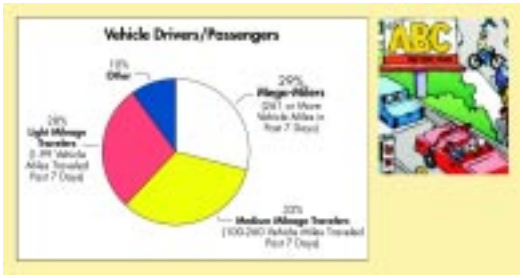
A Hix colocou uma demonstração do equipamento na página de Internet: www.hixcorp.com

Pesquisa sobre Mídia Exterior

O Portal de Mídia Exterior www.eagora.com.br está disponibilizando ao mercado, uma pesquisa feita pela Arbitron, nos Estados Unidos.

Os interessados podem fazer o download gratuitamente no site, ao clicar sobre o ícone Pesquisa Mídia Exterior, na coluna da direita do vídeo. O download é automático no padrão pdf. O texto completo da pesquisa está em inglês.

Essa pesquisa foi apresentada durante a realização da última OLA – Outdoor In Latin América, em Miami, por Pierre Bouvard, representante da Arbitron. O estudo mostra a pesquisa feita nos Estados Unidos, relacionando a visualização das campanhas em outdoors em cruzamento com outras mídias. Recentemente a Arbitron anunciou que deverá iniciar uma nova pesquisa (provavelmente nos mesmos moldes desta), para a Associação dos Anunciantes de Outdoor da América, OAAA, em um programa de pesquisa para criar um serviço de medição de audiência de outdoor.



Nestlé tem nova campanha

A Nestlé está mudando o conceito para sua estratégia de comunicação. A partir de julho, ela inicia sua campanha: "A Divertida Fábrica de Chocolate". Dirigida ao público infantil, priorizando as marcas Chokito, Galak, Milkybar e Surpresa, a nova investida no mercado tem quatro personagens especialmente desenvolvidos para cada uma das marcas.

A campanha prevê ações simultâneas e integradas em pontos-de-venda, escolas, shoppings e a criação de um site.

Pfizer com campanha em PDV

A partir da segunda semana de julho, a Divisão de Consumo da Pfizer inicia campanha publicitária para lançar seu mais recente produto no mercado farmacêutico, a pomada Polysporin. A empresa informa que estará realizando um pesado investimento em ações de ponto-de-venda em farmácias e drogarias para divulgar o produto. A campanha foi criada pela agência NewCommBates.

BCP em Ponto-de-Venda

A campanha inclui, além de materiais de ponto-de-venda, TV, rádio e anúncio para mídia impressa. A ação visa divulgar o pacote de serviços e aparelho que a BCP está colocando no mercado, denominado BCP Mais. As peças terão o símbolo + para reforçar a idéia.

Art Plastic ganha prêmio no POPAI 2002

Na edição anterior cometemos uma grande injustiça quando falávamos do mais importante evento de ponto de venda. Erramos ao dizer que a MA Frank Mayer foi a única empresa brasileira à ganhar um prêmio na última edição do POPAI Chicago. Na verdade, eles não foram os únicos. A Art Plastic também ganhou um Bronze com o Expositor Universal Adams.

Como sabemos a Art Plastic é uma empresa especializada na criação de displays e expositores promocionais, desenvolvidos para apoiar e incrementar a exposição de diversos produtos no ponto de venda. Para entrar em contato com a empresa, o telefone é 11 4667-7451 ou www.artplastic.com.br



CP Painéis Contesta Matéria da Folha

Em matéria veiculada pelo jornal Folha de São Paulo, na sexta feira dia 12 de julho, duas empenas de propriedade da empresa CP Painéis apareceram na reportagem como propagandas irregulares.

A CP Painéis enviou com exclusividade para o eagora, a informação de que "apesar de não constar a identificação de CADAN quando fotografados pelo jornal, os painéis estão regularizados, conforme nºs 003.652-2002-1 e 032.378-2001-1."Portanto, a reportagem e a afirmação da Prefeitura de que estavam irregulares se deu mais pela falta da placa de Cadam do que por uma vistoria mais rigorosa que apontaria a documentação em ordem.

Para evitar novas notícias desse tipo, a empresa também providenciou a instalação da placa junto às empenas, com o número dos Cadans, conforme foto.

A empresa informa ao mercado que se coloca à disposição de agências e anunciantes para mostrar toda a documentação referente a seus painéis, comprovando a legalidade de todos.



São Paulo Fashion Week em Campanha

A Edição 2002/2003 do São Paulo Fashion Week estará em campanha através de outdoors criados pela Talent para divulgar a presença da Riachuelo, patrocinadora oficial do evento. Além das peças em Mídia Exterior, a campanha contará com filme e anúncio para mídia impressa.

Pizza Hut em campanha

Aproveitando o Dia Internacional da Pizza, a rede de fast food lançou sua campanha intitulada "Eu Amo Pizza". A ação, que teve o apoio das empresas Perdigão, Catupiry e Antarctica, com mensagens colocadas em todos os materiais de ponto-de-venda das lojas e embalagens, além de uniformes de funcionários, durante três meses.
O esforço prevê ainda anúncio, criado pela Seventy e outras ações promocionais como um concurso de receitas e o lançamento de itens colecionáveis. O valor arrecadado com este último item será revertido para o Movimento Amanhã sem Câncer, da Fundação Ary Frauzino para Pesquisa e Controle do Câncer (FAF).



Liquidação do CasaShopping

Criada pela Agência 3, a campanha para promover a liquidação do CasaShopping, na cidade do Rio de Janeiro, tem como título "Monte sua Casa na liquidação do CasaShopping. Qualquer que seja seu estilo".
A campanha conta com outdoors, adesivos, banners e outras mídias.

Pão de Açúcar em Placas de Rua

O Grupo Pão de Açúcar, para dar continuidade à sua nova linha de comunicação, está alterando as placas indicativas de rua, com a Plamarc. A nova linha, que explora os cinco sentidos humanos (tato, olfato, paladar, visão e audição), contará com um novo tipo de placa. Sai de cartaz o Pão de Açúcar e, em seu lugar surgem as placas com imagens de alimentos e bebidas. Até agora, a Plamarc instalou 2.620 novas placas de publicidade próximas às 57 lojas da rede. Elas possuem seis layouts diferentes (pão, peixe, pimentão, carne, queijo e vinho) para cada unidade.

Autoshine Traz Raul Boesel Em Embalagens



Ao associar a imagem do piloto de Stock Car, Raul Boesel, a cera automotiva Autoshine pretende aumentar em 30% as vendas e consolidar definitivamente a Autoshine entre as principais marcas de car care disponíveis no mercado nacional.
A estratégia da empresa é aliar a carreira positiva do piloto Raul Boesel com a qualidade dos produtos da linha Autoshine. Para o diretor de marketing da Poly Epoxy, Kazuo Matsui, o investimento inicial de US$ 20 mil no projeto de reformulação das embalagens deve impulsionar os negócios da empresa que estarão focados nesta nova campanha.
"Poderemos trabalhar os produtos de diversas formas nos mais de 400 pontos-de-venda. Para isso, desenvolvemos uma vasta campanha com recursos como displays em tamanhos originais, adesivos para chão e demais materiais promocionais para os 68 distribuidores da marca, redes de supermercados, postos de abastecimento e autopeças onde atuamos", afirma o diretor. Além disso a empresa também investirá na reformulação do site, cujo o endereço é www.autoshine.com.br

Faber-Castell em Ação nos Pontos-de-venda

As ações têm como objetivo auxiliar os consumidores na compra do material escolar neste período. Em diversos pontos de venda do Brasil, demonstradores uniformizados estarão esclarecendo as principais dúvidas dos consumidores sobre os diferenciais e utilização de produtos, permitindo que sejam testados antes da decisão pela compra. Para reforçar ainda mais a presença da Faber-Castell no Mini Volta às Aulas, também foram desenvolvidos materiais de divulgação como banners, cartazes e displays.

RTC Brasil é premiada no XIV Festival de Promoção de Embalagens e Design

Em sua primeira participação no Festival Brasileiro de Promoção, Embalagem e Design, A RTC Brasil conquistou um prêmio Ouro pela Série criada e desenvolvida para Pincéis Tigre e dois prêmios Prata, um pelo display Wind Pepsi e outro pelo display de chão Pial Legrand. As peças foram premiadas na categoria Merchandising e concorreram com materiais inscritos por agências de todo o país.
O Festival Brasileiro de Promoção, Embalagem e Design é promovido anualmente pela Associação Brasileira de Anunciantes e visa destacar os melhores trabalhos realizados no Brasil, contribuindo para o aprimoramento técnico dessas áreas através da premiação de profissionais, agências, produtoras, fornecedores, estúdios e empresas especializadas, peças, campanhas, projetos, cases e clientes merecedores de destaque. Em sua 14ª edição, contou com mais de 240 trabalhos inscritos nas diversas categorias.
A RTC Brasil entende que a premiação de suas peças reflete uma conscientização do mercado para a importância do design inovador associado a uma realização criteriosa de peças/ações na obtenção de resultados no ponto de venda e afirma seu compromisso de investir na evolução contínua desse mercado.



Artigo

Serigrafia ou SILK-SCREEN

SERIGRAFIA

Por volta de 1937 muitos artistas gráficos utilizavam as técnicas do silk-screen para imprimir posters e outros trabalhos. As técnicas possibilitavam reproduzir cópias fiéis, ricas em detalhes e seus trabalhos eram reconhecidos e valorizados.

Em 1940, as técnicas do Silk-Screen ganhou força comercial, começava a era da produção em série fomentada pela revolução industrial, deixando para trás, a riqueza dos detalhes.

Naquela época, muitos artistas começavam a perder o ânimo da profissão, foi quando "Anthony Velonis" decidiu procurar por o Carl Zigrosser, dono da galeria artística Weyhe Gallery, importante meio de divulgação artística, que o aconselhara a resgatar os valores do Silk-Screen com pesquisas na biblioteca pública de NY.

Velonis, renomado artista americano, havia publicado livretos sobre Silk-Screen intitulado " Técnicas de Processo de Silk-Screen" depois de passar vários dias pesquisando e pensando no problema, sentou-se na escadaria da biblioteca e com o jornal na mão, escreveu a expressão "SERIGRAPHY", resultado da junção de duas palavras: "Seri" que vem do Latin cujo significado é "seda", e a palavra "Graphein" que vem do Grego e cujo significado é "escrever ou desenhar".



Anthony Velonis, 1943

Nascia ali em NY, inventado por "Anthony Velonis" em 1940, a expressão SERIGRAPHY" a qual diferenciava, os trabalhos artísticos dos trabalhos com aplicação comercial e beneficiaria seus colegas de profissão os artistas Elizabeth Olds, Ruth Chaney e Harry Gottleib assim como, alberts, Motherwell, Stella, e Rauschenberg e outros artistas, também seriam mais tarde beneficiados com o novo termo.

SILK-SCREEN

Não será novidade alguma dizer que a palavra Silk-Screen tem como significado " tela de seda " mas vale salientar que as técnicas do Silk-Screen, data de mais de 2.000 anos AC e teve origem na China, que descobriu a seda e imprimiu suas primeiras notas de dinheiro, utilizando tinta a base de água.

SCREENPRINT

Com o surgimento do Nylon e do Polyester, a expressão Silk-Screen não tinha mais razão e muitos países, com exceção do Brasil, passaram a utilizar a expressão ScreenPrint, cujo significado é Impressão com tela.

As primeiras patentes de Silk-Screen datam do ano de 1907, solicitada pelo Reino Unido e do ano de 1908, solicitada pelos Estados Unidos da América.

No passado, a diferenciação entre "Silk-screen e Serigrafia", esteve associada à qualidade, mas o avanço tecnológico, tratou de colocar ambas expressões em paridade e a diferença que antes era relevante, atualmente reside apenas como registro histórico.

Ubirajara Souza Silva - Consultor Serigrafico
E-mail: bira.ss@terra.com.br



Tendência Mundial

Uma das tendências internacionais das empresas de serigrafia que em todo mundo sofrem com a mão de obra especializada é a automatização. Especificamente quando se trata de aplicações industriais na área de cartões de crédito, circuito impresso flexível, folhas de transfer para têxtil, decalcomanias para cerâmica, banners de formatos padrões como 0,70 x 1,00 cm, etc.

A Screen Printing Systems ou como SPS como também é conhecida, é um fabricante de máquinas automáticas que este apresentando durante a FESPA 2002 sua linha de impressoras planas através de sistema cilíndrico de impressão. Máquinas que permitem a produção de até 4.000 folhas por hora. Segundo a empresa, em breve o Brasil terá acesso a estes modelos que serão representados por uma empresa local. www.sps-rehmus.de.

Fabricante Alemão de Curadora UV

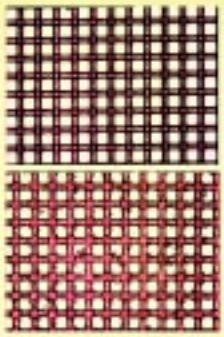
A Technigraf, fabricante de Curadoras UV sediada na Alemanha, já está disponibilizando seus equipamentos para o mercado brasileiro através da Agabê. Os equipamentos podem cumprir a demanda de curadoras de pequeno formato para laboratório de cores, analises e impressões de pequenos formatos como é o caso da Aktiprint Mini 12.

Informações: Agabê 11 6606-0404

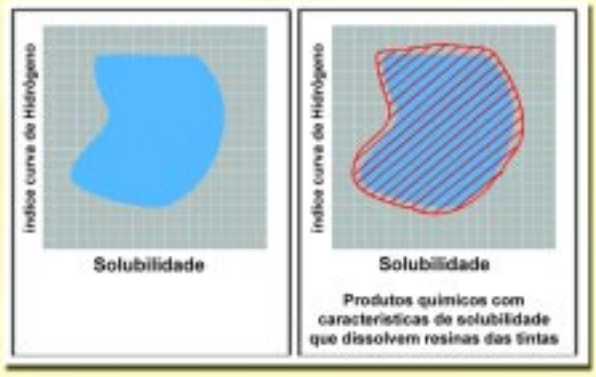


Artigo

Sistema integrado para RECUPERAÇÃO_DE_TELAS



A preocupação em relação ao meio ambiente e a necessidade das empresas em todo mundo em economizar durante o processo de impressão serigráfica, tem levado muitos fabricantes a desenvolver novos produtos.
O setor de preparação de matrizes é um dos que mais evoluiu neste sentido, respeitando os conceitos de qualidade e principalmente rentabilidade. Durante a Fespa, realizada em junho em Madri, a Sericol apresentou uma linha de produtos denominada Xtend. A empresa considera o Xtend, um sistema integrado de produtos de recuperação de telas, uma vez que tem o objetivo de limpar, recuperar e aumentar a vida útil da matriz.
Baseado na experiência de fabricação de tintas e emulsões fotográficas, a empresa desenvolveu para a linha Xtend, uma química molecular que tem características de dissolver os resíduos de tinta e emulsões.
Segundo apresentação durante o evento, a empresa gasta cerca de um dólar para recuperar uma tela de 2x1 metros. Informações 11 6412-2524 ou site www.sericol.com.



Secadores Flash Cure



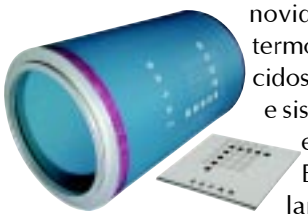
A Calmat é uma empresa holandesa que apresentou durante o mega evento de Madri sua linha de secadores Flash Cure, que incluem os modelos de ondas curtas e médias através de secagem com infravermelho. Os equipamentos foram projetados segundo a empresa para serem adaptados nos equipamentos carrosse manual ou automático para diversos tipos de aplicação.
Você pode conferir todos os modelos de Flash Cure no site da empresa, www.calmatflash.com ou solicitar catálogos através do e-mail: calmat@calmatflash.com.

Coates apresenta o Screen Match

A Coates Screen, tradicional fabricante de tintas para serigrafia apresentou pela segunda vez em uma feira internacional, o Screen Match, um sistema de impressão digital que permite produzir fotolitos e prova de cores para serigrafia. O grande destaque do sistema é que as tintas da impressora digital estão calibrados de acordo com as tonalidades de tintas serigráficas da Coates. A empresa demonstrou a capacidade de fidelidade de cores que este sistema pode oferecer as empresas de serigrafia que podem usar esta ferramenta para aprovar trabalhos de forma muito ágil. Ou seja, a empresa de serigrafia faz a amostra digital, e depois do cliente aprovar é produzido o fotolito e as impressões serigráficas de acordo com a demanda.
O equipamento digital apresentado pela Coates durante a Fespa já está disponível para as empresa no Brasil através da Coates Screen do Brasil.
Telefone: 11 5566-3560 ou www.coates.com/digital.

Técidos Técnicos e Sistema de Esticagem

A Sefar apresentou na FESPA em Madri, de 4 a 8 de junho de 2002, novidades em termos de tecidos técnicos e sistemas de esticagem.



Entre os lançamentos dos tecidos técnicos estão relacionados o PET 1500, indicado para a indústria gráfica, principalmente na impressão de grandes formatos com tintas UV e vidro plano; PCF um tecido parcialmente pré-emulsionado fabricado industrialmente para a indústria de CDs e o Rotacombi um tecido de monofilamentos de poliéster e poliamida que foi desenvolvido para a impressão serigráfica rotativa de cerâmica. Em termos de sistema de esticagem, a empresa apresentou um novo modelo de pinça pneumática, Sefar 5.



Durante o evento a Sefar apresentou um show impressionante. Com névoa, música e luzes, Bernadette, vestida com tecidos Sefar, mostrou de forma atraente e competente todas as novidades da Sefar. As apresentações duravam cerca de 5 minutos de duração e o palco era, claro, uma mesa de esticagem com tecidos e pinças de esticagem Sefar, na qual Bernadette subia gradualmente por uma escada feita de telas esticadas.
Para maiores informações entre em contato com a Sefar no Brasil através do telefone: 11 5506-4255.



Novidades e Tendências

O mercado de serigrafia está mais exigente! Prova disso, foi o comportamento das empresas que visitaram a última edição da FESPA 2002, realizada no último mês de junho em Madri. O evento, que aconteceu no recém inaugurado centro de exposições IFEMA, ocupou, nos pavilhões 9 e 10, mais de 40 mil metros quadrados, e teve cerca de 270 expositores das Américas, Europa e Ásia.
Promovida pela Federação de Associações Européias de Serigrafias (Federation of European Screen Printers Associations - FESPA), a feira, que tinha expectativa de receber 25 mil visitantes de todo o mundo, recebeu ao todo 27.263, 5% a menos que a última edição que foi realizada em 99 em Munique.
Para surpresa de muitos visitantes, o evento não estava tão grande em comparação com a edição anterior, mas as empresas exibidoras não pouparam esforços para apresentar novidades e tendências para os próximos três anos. Na realidade, a recessão que parece ser mundial, fez com que os tamanhos dos estandes fossem menores, tornando ponto positivo para os visitantes que puderam acompanhar cada detalhe durante o evento.
A FESPA 2002, intitulada como "Um mundo de imagens", refletiu as amplas aplicações da serigrafia em diversos setores produtivos, tais como têxtil, cerâmico, automobilístico, eletrônico, processo em vidros, etiquetas, sinalização, decoração, painéis e outros.

Respeito ao meio ambiente

O discurso parece ter sido ensaiado por todo e se a prática corresponder com as teorias apresentadas durante o evento, a serigrafia promete dentro do cenário internacional sofrer alterações em termos de conceitos de produção. Exemplo disso foram os inúmeros produtos lançados para acompanhar o desempenho qualitativo e produtivo, preservando o meio ambiente acima de qualquer coisa. Não que estejamos duvidando, mas quem não se lembra o que aconteceu com o marketing do UV no Brasil? Quantos hoje utilizam o processo por uma questão de meio ambiente? Em geral os produtos lançados focam a preparação e recuperação das matrizes serigráficas. Destaque também para os equipamentos automáticos de limpeza de telas que deram um show em termos de tecnologia.

Impressoras para Fotolitos

No setor de pré-impressão, muitos estandes apresentavam soluções para impressão em plotters jato de tinta. O grande destaque foram os softwares compatíveis com equipamentos no qual muitos clientes já têm equipamento e tem dificuldade para fazer os filmes.

Tecidos Técnicos e Esticadores

Os principais fabricantes apresentaram novidades que proporcionam produtos de maior qualidade compatível com as novas tintas e sistemas de impressão para cada tipo de aplicação. A ordem é: tecidos e esticadores que proporcionam maiores tensões e resistência para altas produtividades.



	Country	Nº Visitantes	(%)
1	ESPANHA	7950	28,13%
2	FRANÇA	1765	6,24%
3	PORTUGAL	1602	5,67%
4	ITÁLIA	1298	4,59%
5	ALEMANHA	1274	4,51%
6	INGLATERRA	1114	3,94%
7	TURQUIA	842	2,98%
8	HOLANDA	818	2,89%
9	BÉLGICA	815	2,88%
10	SUIÇA	671	2,37%
11	SUÉCIA	625	2,21%
12	BRASIL	565	2,00%
13	GRÉCIA	507	1,79%
14	FINLÂNDIA	489	1,73%
15	ESTADOS UNIDOS	436	1,54%
16	OUTROS	7492	26,51%
	Total	28263	100%



A FESPA ocorre a cada três anos em determinados países da Europa. Segundo os dois últimos eventos, cerca de 28% dos visitantes são locais. O próximo será realizado 2005 em Munique.

Impressoras serigráficas

As novidades giraram em torno de detalhes, compostos por sistemas de alimentação, controle operacional, velocidade, e outros. Muitas ainda, principalmente para o setor gráfico foram vistas como utopia. Entretanto, algumas empresas brasileiras foram decididas e estão trazendo para o Brasil algumas máquinas têxteis.

Substratos

A grande diferença é que anos atrás, quando os visitantes brasileiros olhavam uma daquelas mídias diferenciadas, ficavam somente na vontade, pois não tinham como trazer para o Brasil, em função de volumes, burocracias, etc. Hoje muitos representantes brasileiros já têm a disposição os materiais apresentados em feiras internacionais. Porém basta saber se o cliente final está interessado em pagar pelo valor destas mídias diferenciadas. Neste caso cuidado, muitas empresas estão esquecendo de agregar valor e estão quebrando, sem falar de que estão destruindo alguns mercados! Todo ser humano tem hoje o conceito de querer pagar pouco para o fornecedor, mas fica irritado quando o cliente faz o mesmo com ele.

Tintas e Sistema de Cores

Cada vez mais aumentam o número de fabricantes de tintas participantes de feiras internacionais como a FESPA. Neste quesito, por questão de tempo de feira tivemos que ser mais abrangentes e dentre as novidades vistas estão relacionados os sistemas de preparação de cores, apresentação de novas linhas UV para aplicações que antes ainda eram utilizadas as convencionais como, por exemplo, vidros e cartões de crédito. No setor têxtil vimos uma febre de tintas Plastisol que elimina a necessidade de secagens intermediárias. O conceito é impressão de úmido sobre úmido.

Num geral os setores da serigrafia parecem estar preocupados em atender as exigências de mercado e a integração entre os parâmetros está fazendo com que as empresas sejam cada vez mais técnicas e específicas.

Impressoras digitais para grandes formatos

No setor de digital, os expositores, nesta feira em maior número, parecem estar convencidos de que as empresas de serigrafia são os potenciais clientes para os novos equipamentos. O que vimos de "novidade" foram equipamentos mais rápidos com sistema de impressão em materiais rígidos e flexíveis combinado com a versatilidade de imprimir diversos tipos de materiais como vidro, alumínio, madeira, além das tradicionais lonas, adesivos, etc.

VISITANTES DE TODO BRASIL

O Brasil esteve muito bem representado no evento e isto não tem nada a ver com o fato de que a revista está presente com um estande. São números que demostram o quanto nossa participação foi representativa. Na última edição, em 1999 na Alemanha, estiveram presentes 176 profissionais, representando 0,59%. Em 2002 o índice participativo do Brasil foi de 2%. O 13° país no ranking de países visitantes. Segundo a organizadora, esta ano estiveram presentes 565 visitantes brasileiros, representados por diversos estados e ramos de atividade. Sem falar no fato de que muitos brasileiros cancelaram sua ida ao evento em função do comportamento do mercado brasileiro apresentado no primeiro semestre.

Vale lembrar que na última edição da SGIA, realizada em New Orleans em 2000, o índice de visitantes brasileiros foi de 1,10% sendo que 82% foram representados pelos próprios amercianos.

A FESPA 2002 é o segundo evento Internacional que a Revista Empresário Serigráfico participa como expositor, a primeira foi a SGIA 2000. " Em nosso estande passaram 170 brasileiros, além de outros que se interessaram pela novidade que lançamos durante a FESPA. A Revista Empresário Serigráfico em Espanhol e com um detalhe: a capa foi impressa em serigrafia com verniz UV em relevo." comenta Marco Marcelino, diretor da Revista.

Além da Revista, outras empresas brasileiras estiveram presentes no evento com um estande para expor produtos nacionais, como foi o caso da Imagraf, fabricante de tintas e a Metalnox, fabricante de equipamentos para o setor têxtil. Entretanto, inúmeros brasileiros estiveram trabalhando na feira junto com os seus parceiros de negócio ou matriz.



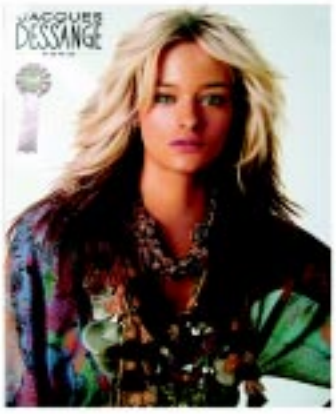






Artigo





Graficaza ganha 24 premiações

Uma das sensações dos eventos internacionais como é o caso da FESPA é o painel de exposição de trabalhos impressos em serigrafia e digital que tem por objetivo premiar os melhores trabalhos. Na última edição da Fespa no qual estiveram presentes cerca de 28.000 visitantes de 111 países diferentes, o grande destaque ficou para a Graficaza, empresa no qual Michel Caza é o diretor e responsável pelo processo de produção.

A competição é dividia em 20 categorias sendo que para cada uma delas são eleitos três trabalhos (Ouro, Prata e Bronze). Mais de 500 empresas participaram enviando seus trabalhos para o comitê de organização da FESPA. Mas quem realmente se destacou foi a Graficaza que ganhou 24 premiações sendo 8 ouro, 10 prata e 6 bronze. Além da felicidade por ter ganhado inúmeros títulos, Michel Caza revelou ainda a sua satisfação ao ver os alunos Robert Bellemare (CIB) de Quebeque, Lorentz Boegli da Suiça, MidiPrint da Rússia e Kumazawa do Japão que ganharam ao todo 17 premiações.

A próxima premiação será realizada na SGIA em St Louis em novembro deste ano. Para ver a relação completa dos ganhadores da FESPA 2002 acesse www.fespa.com. Para obter informações sobre a próxima premiação acesse www.sgia.org.



Pannon apresenta novidades em equipamentos têxteis



A Pannon, empresa Espanhola fabricante de máquinas automáticas de estampar, esteve presente na FESPA 2002 demonstrando diferentes modelos de máquinas de estampar. Durante o evento a empresa esteve demosntrando na prática a agilidade do equipamento para produção de papel para transfer. O equipamento pode estampar tecidos e papéis com secadores intermediários tipo flash cure e também pode ter secadores intermediários de UV. Outro destaque no estande da PANNON foi que estava sendo utilizando tintas do fabricante brasileiro Fremplast e tecnologia serigráfica de desenho e separação de cores da Ferreira & Duppla do consultor Herculano Ferreira de Belo Horizonte. Segundo a Pannon, que é uma das sócias da Auccon do Brasil, o know-how dos transfer sublimáticos e das tintas brasileiras podem ser exportadas para toda parte do mundo. A Pannon demonstrou seu interesse pelo mercado brasileiro quando, junto com a Auccon do Brasil, montou um escritório de vendas e um armazén de pronta entrega em Blumenau (SC) para atender todo o país. Para maiores informações entre em contato com a Auccon do Brasil, através do telefone: 47 328-1606 ou acesse www.auccon.com.br

Ferramentas em forma de fotolitos



Jöe Garnaud é um francês conceituado que desenvolveu uma técnica capaz de controlar os problemas de moire, gravação de telas, fotolitos, etc. São 22 ferramentas em formato de filmes que permitem as empresas estabelecer parâmetros para processo de produção. Durante a FESPA, deste ano, Jöe fez demonstrações das ferramentas e esclareceu muitas dúvidas trazidas por visitantes de todo o mundo. Para maiores informações acesse o site www.garnaud.com.



Sala Vip

Da Itália para o BRASIL

A globalização e o acesso à informação têm proporcionado mudanças na economia e no comportamento das empresas de todo mundo que buscam novas oportunidades para expandir sua atuação de maneira global. Além da Ásia, a América do Sul tem sido foco de desenvolvimento para muitas multinacionais, inclusive no setor da serigrafia. Dentre as empresas multinacionais que projetavam sua entrada no mercado brasileiro está o grupo Saati da Itália que constitui no Brasil a filial Saati do Brasil.

Uma das divisões da empresa que está ligada diretamente ao mercado da serigrafia tem o nome de SaatiPrint, que além de fabricar e comercializar malhas para confecção de matrizes serigráficas, dispõem de linhas químicas para preparação e recuperação das matrizes, equipamentos para esticagem das telas, rodos de poliuretano e ferramentas utilizadas para medir o desempenho do processo de modo a ajudar as empresas a controlar a qualidade de impressão.

Com a Tradição de mais de 60 anos de existência e o lançamento constante de produtos específicos, a Saati chega ao Brasil com a mesma filosofia do grupo internacional: "Desenvolver seus produtos específicos para cada tipo de aplicação da serigrafia juntamente com treinamentos técnicos que possam ajudar as empresas a conquistar melhores resultados de qualidade e produtividade." Comenta Ana Muñoz, gerente de vendas da América do Sul que nos concedeu gentilmente uma entrevista para falar alguns detalhes de atuação.

Revista Empresário Serigráfico: Quais são os setores que vocês irão atuar?

Ana Muñoz: Baseado na filosofia da empresa iremos oferecer pacotes de soluções para os setores de CDs, DVDs, Eletrônicos como circuito impresso, Cerâmica, Vidro, Têxtil e Gráfica ao qual relacionamos cartões de crédito, frascaria, comunicação visual e outros.

RES: Como vocês pretendem atender todos com a mesma filosofia, uma vez que há diferentes necessidades de mercado?

Ana Muñoz: A Saati tem profissionais técnicos específicos para cada tipo de aplicação. Desta forma, sempre estaremos trazendo estes especialistas para visitarem as empresas, ministrarem treinamentos e debater sobre eventuais problemas. Os clientes terão acesso direto a estes especialistas e podem desfrutar das facilidades que a tecnologia proporciona como, por exemplo, a Internet. Além disso, alguns deles já estão presentes no Brasil como é o caso do Mário Nakamura.

Durante a entrevista também conversamos com o Sr. Simone Grandi, gerente no segmento de vidro, que disse ter ficado bem impressionado com as visitas feitas a empresas locais do setor. Para ele o mercado ganhará com a vinda da Saati que abordará ao longo das palestras assuntos práticos polêmicos que possam desmistificar alguns conceitos como, por exemplo, o uso de malhas calandras.



Em agosto a Saati do Brasil estará trazendo um especialista na área têxtil e outubro um outro na área de eletrônicos ao qual pretende fazer um de seus primeiros seminários técnico.



NEILSON ELOY

Dicas de Fotolitos

Todos nós sabemos que quando o assunto é fotolito, filmes para a serigrafia, todo cuidado é pouco, principalmente quando se trata de crômia, filmes reticulados ou traços (linhas finas).

As empresas de serigrafia devem ficar atentas com relação a alguns detalhes como a camada do filme, por exemplo. Baseado no dia-a-dia de muitos bureaus de fotolito que também fazem filmes para offset utilizam a camada do filme ilegível, quando para serigrafia é imprescindível que ela esteja legível, ou seja, a camada do filme deve estar para leitura, para que o filme fique em contato com a emulsão fotográfica durante a gravação da tela. Somente dessa forma será possível o ganho máximo na definição da imagem e reprodução da tela e conseqüentemente o melhor resultado na impressão.

Outro fator importante é a lineatura da retícula, bem como a porcentagem (alta e baixa). A escolha do tipo de ponto é fundamental, o ponto mais indicado é o elíptico, devido ao seu formato reduz a possibilidade do efeito moiré. É importante ficar atento quanto à porcentagem da retícula, uma vez que fica inviável na serigrafia reproduzir os pontos acima de 80% e abaixo de 15%.

Além disso, é preciso tomar cuidados ao escolher Laser Filmes, na tentativa de baixar os custos e que pode apresentar sérios problemas de registro.

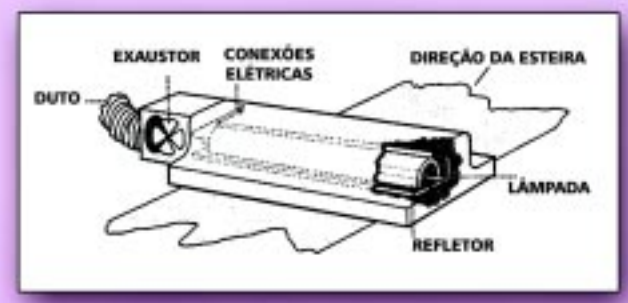
Cura UV

Lâmpadas e REFLETORES

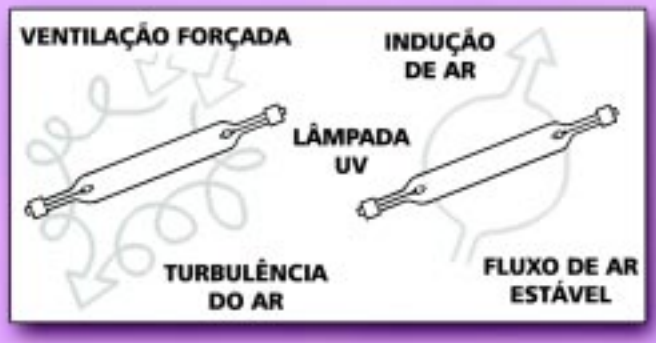
Hoje, a maioria das curadoras UV utiliza lâmpadas de descarga, de vapor de mercúrio de "Média Pressão" com 120 Watts/cm (300 Watts/pol) de potência. Estas lâmpadas são fornecidas com diferentes comprimentos e pode-se utilizar mais de um conjunto lâmpada-refletor na construção da curadora.

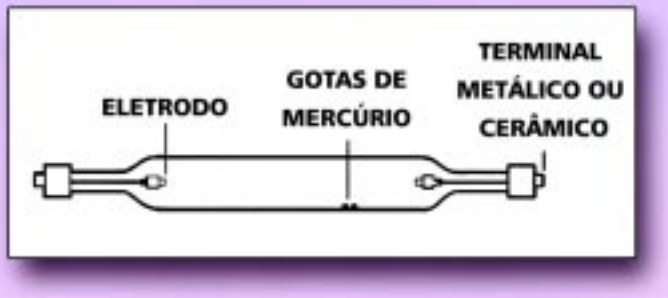
O espectro da radiação emitida vai de 200 a 700 nm (nanômetros), sendo que os fotoiniciadores utilizam somente a faixa de UV, de 250 a 400 nm, o que limita a eficiência da lâmpada ao máximo de 10 a 25% da potência total consumida. A vida útil destas lâmpadas é ao redor de 1000 horas, após o que a eficiência de UV cai abruptamente.

A temperatura de operação do bulbo da lâmpada é de cerca de 900ºC, o que exige cuidados construtivos na parte de alimentação elétrica, refletores, configuração geométrica do sistema de resfriamento da lâmpada e do material a ser curado. Tipicamente pode-se regular a quantidade de calor sobre o substrato ajustando a distância da lâmpada e velocidade de esteira, em conjunto com um dispositivo para resfriamento deste substrato. Entretanto, cuidados importantes como um sistema separado para resfriamento do conjunto Lâmpada-refletor e o uso de materiais adequados na construção deste refletor podem fazer a diferença de qualidade do equipamento.



O sistema de resfriamento da lâmpada deve prever que não ocorra turbulência no ar que circunda a lâmpada, caso contrário haverá irregularidade na radiação UV emitida, além de reduzir a vida útil da lâmpada com o enegrecimento do bulbo. Sistemas com ventilação forçada direta sobre a lâmpada indicam, portanto uma engenharia deficiente.





O ar pode ser induzido ou exaurido por sobre ou lateralmente a lâmpada, e certas construções de equipamento podem requerer controle para ajustes neste resfriamento, em diferentes condições de inverno e de verão.

Os limites de temperatura são 900ºC para o bulbo e 300ºC para os terminais. As conseqüências de problemas no resfriamento são:

1- sobreaquecimento dos terminais: oxidação rápida da placa condutora encapsulada no quartzo, com penetração de oxigênio no bulbo e fim da vida da lâmpada.

2- sobre-aquecimento do bulbo de quartzo: acima de 950ºC, deformação do quartzo, empenamento da lâmpada e perda da pressão interna arruinando a eficiência.

3- resfriamento excessivo do bulbo: a lâmpada não atinge a performance nominal e as pontas do bulbo ficam enegrecidas.

A construção dos refletores deve ter geometria parabólica ou elíptica, ser de material absorvedor 'a radiação Infravermelha, e refletivo 'a radiação UV, geralmente alumínio (que requer polimento periódico), e ter um sistema de resfriamento integrado ou não ao da lâmpada. A geometria elíptica (ou de focalização) é de construção muito crítica e difícil de ajustar, sendo mais comum à geometria parabólica (ou de condensação). O corpo do refletor deve possuir massa considerável para maior absorção e um sistema de dissipação integrado ao resfriamento (geralmente uma geometria de aletas).

Na próxima edição continuaremos o artigo com os temas eliminação de ozônio e proteção ao operador e mais sobre construção elétrica e mecânica das curadoras UV.

Ulysses Guimarães Neto
e Ary Luiz Bon

Marketing

PESSOAS: O Maior Patrimônio da EMPRESA



É da linguagem do mercado publicitário dizer-se que o maior investimento das agências de propaganda desce pelo elevador, diariamente, às 18 horas. Claro que estão se referindo aos funcionários, de todos os escalões: da senhora do café ao presidente da empresa.

Também compartilho da definição de que as pessoas representam o grande diferencial competitivo das empresas e que, portanto cabe a elas manter seus funcionários motivados, estimulados, envolvidos e principalmente, atualizados. Podemos afirmar, assim, que hoje, mais que nunca, o compromisso das empresas na formação e atualização dos seus executivos deve ser permanente. Até porque a velocidade das informações e as incessantes mudanças de paradigmas deixam os executivos sem rumo.

Cabe aos dirigentes atuais refletirem sobre como está o investimento no aprendizado e na performance do capital humano de sua empresa, não só para benefício próprio, do bem estar e do agradável ambiente de trabalho, como também enquanto exigência do mercado, que valoriza cada dia mais a transparência, competência, perfeição e criatividade na transposição dos obstáculos.

As empresas são sistemas organizados e todas as suas áreas são importantes e responsáveis pelos resultados do negócio. Isso exige de cada um dos profissionais que fazem parte dela, uma visão integrada da empresa. Assim, não é raro vermos técnicos em finanças, recursos humanos, produção e administração se interessarem por cursos de marketing.

A cada dia são mais valorizados os multi-especialistas, não aqueles que atiram para todos os lados, mas os executivos estratégicos, que conseguem observar o todo, para então mirar e definir ações específicas a serem implementadas.

Isto é o que temos observado aqui na MMS - MADIA MARKETING SCHOOL. Em cinco anos de formação e treinamento de executivos dos mais diferentes setores da economia, o que nos chama atenção é essa necessidade deles conhecerem cada uma das partes das organizações a fim de tomarem decisões que contribuam para o aumento da competitividade, de performance e, em decorrência, da rentabilidade de suas empresas, produtos e marcas.

O conhecimento e a especialização em alguns assuntos permitem a preparação desse tipo de profissional, mas muito especialmente o tema marketing, em toda sua abrangência possibilita que o executivo esteja atento ao mercado e possa identificar e aproveitar as oportunidades.

Assim, a consciência dessas necessidades e expectativas, de empresas e executivos, e a elaboração de um programa capaz de mantê-los rigorosa e permanentemente atualizados no que Peter Drucker definiu, em 1954, como "a missão específica das empresas, o marketing", é que tem garantido o sucesso da MADIA MARKETING SCHOOL com seus 5 anos de existência e 600 executivos treinados/capacitados.

Lastreada numa metodologia que utiliza a MADIA MARKETING MATRIX - a matrix da 8a geração do marketing - que se suporta da experiência do Corpo de Consultores do MADIAMUNDO-MARKETING, na qualidade dos melhores profissionais do Brasil, em cada uma das ferramentas do marketing e que são nossos professores, e ainda, por último, mas não em último lugar, onde os alunos são tratados como deveriam ser em todas as demais escolas: como CLIENTES! Empresa precisa fazer ou corrigir para sobreviver e prosperar.

Sônia Teixeira - Gerente da MMS
Madia Marketing School
steixeira@mmmkt.com.br
www.mmmkt.com.br

Ação e reação do mercado na pauta do MaxiMídia 2002

Composta por seminário, feira de negócios e premiação aos melhores usos da mídia em diferentes categorias, a 12ª edição do Encontro Internacional de Mídia acontece de 23 a 26 de setembro, em São Paulo

O MaxiMídia – Encontro Internacional da Mídia é o maior evento do setor da América Latina, promovido pela M&M Eventos que reúne veículos de comunicação, agências, anunciantes e seus fornecedores.Desde a edição passada, a feira é montada na Cidade da Mídia, simulação de uma metrópole que transforma os corredores e estandes do pavilhão de exposições em ruas, avenidas, praças, alamedas e fachadas de prédios. Inscrições: 11 3981-5150

12º Encontro Internacional de Comunicação
MAXI MIDIA 2002
Setembro - 23 a 26 - Transamérica Expo - SP - Brasil

Artigo

O futuro das NOSSAS_FEIRAS

Estado Unidos e Inglaterra são dois países divididos por uma língua em comum, dizem. A evidência é clara somente observando o corretor ortográfico do Microsoft Word, uma razão a mais para "amar" o Bill Gates. E o mais significativo e terrível evento deste milênio até agora, chamado 9/11 pelos Americanos (não se trata de 9 de novembro) e 11/9 pelo resto de nós. O dia 11 de setembro impactou a vida de todos de alguma forma, e posteriormente afetou também nossa indústria e a viabilidade das feiras internacionais.

Nos Estados Unidos, a SGIA 2001 foi cancelada. Um mês após, e seguindo acontecimentos desapontadores embora compreensíveis, vimos o último evento "Big Picture". Agora ouvimos dizer que o "DPI 2002", ocorrido recentemente em Palm Springs, será o último evento avulso do gênero. Esta racionalização representa boas novas para nosso mercado industrial, e eu espero uma racionalização similar acontecendo na Europa.

Por quê? - porque tem havido "para mais do que" muitas feiras nos últimos anos, e não tem havido retorno suficiente da publicidade e introdução de novos produtos que justifiquem tantas feiras. Muitos organizadores de feiras e editoras de revistas vem tentando pular para o vagão digital, e começado a produzir sua própria feira em cada país da Europa. O resultado é um vazamento financeiro na nossa indústria, desviando recursos do reinvestimento na melhoria de produtos e serviços.

Agora, a estrutura da indústria está mudando. A tecnologia digital gerou uma quantidade de novos negócios, e removeu as barreiras entre os setores. Pelo menos três macroatividades estão em rota de colisão: a Sinalização, a Serigrafia e a Fotografia, mais recentemente se juntando uma quarta: Impressão Digital. Ao mesmo tempo, informação sobre produtos e serviços estão disponíveis a baixo custo na Internet, e o correio eletrônico está se firmando como meio eficaz de comunicação. O visitante de feira em busca de informações gerais está ficando raro, talvez 15% ou menos das pessoas não conheçam o que vão ver.

No longo prazo, teremos a necessidade de definir as feiras pelo tipo de tecnologia de geração de imagem? - eu acho que não. Acho que precisamos de menos feiras, mais focalizadas em aplicações ao invés das técnicas de impressão, e fornecendo melhor retorno para o exibidor e para o visitante.

Afortunadamente, 2002 será um ano bom para feiras com "massa crítica". Primeiro a ISA na Flórida. IPEX em Birmingham, a maior feira global de impressão. A FESPA em Madrid, maior feira dedicada à serigrafia e grandes formatos. E depois a SGIA e a DPI combinadas em St Louis (30 outubro - 2 novembro) um evento marcante a se repetir nesta configuração anualmente.

Finalmente, a CeBit. Esta nunca foi um bom fórum para impressão e serviços de sinalização, mas em 2002 foi demais: a organização se "concentrou em tecnologia" e baniu todos os fabricantes de substratos e mídias. Até mesmo companhias digitais globais foram solicitadas a remover a publicidade sobre mídias de seus stands. Será que devemos visitar somente feiras que suportem nossa indústria??!!

No que diz respeito às indústrias de sinalização, impressão digital, serigrafia e fotografia, eu gostaria de citar as palavras imortais e imorais da apresentadora de TV Anne Robinson aos organizadores da CeBit: "Vocês são o elo mais fraco - adeus!".

Stewart Partridge
Diretor da Web Consulting
www.webconsulting.co.uk

Situada na Inglaterra, a Web Consulting oferece serviços de consultoria a empresas (clientes e fornecedores) de tecnologia de impressão digital, serigrafia, sinalização e fotografia. Mais de 50% destes serviços são prestados para empresas fora da Europa. Stewart trabalhou em empresas globais estruturando áreas técnicas, e hoje tem sua empresa de consultoria que atua na Europa, Canadá, Japão, países da antiga União Soviética, e brevemente Estados Unidos e China. Quem sabe também no Brasil!!!

Tradução do Original: Ary Luiz Bon

www.serigrafia.org

O site Serigrafia.org foi ao ar na segunda semana de julho com o objetivo de cadastrar profissionais e empresas interessadas em formar uma entidade que discuta os aspectos técnicos, comerciais, e administrativos da serigrafia. O projeto será dirigido por um pool de profissionais eleitos por esta comunidade e sua finalidade é desenvolver manuais, código de ética, legislações, seminários informativos e etc. Embora já existiram outras tentativas de profissionalizar o mercado de serigrafia, vale a pena incentivar e acreditar no projeto que precisa de empresas para se tornar expressivo e fazer com que haja evolução dentro do nosso mercado. Dentre as divisões haverá o Comitê de Fornecedores, Comite de Serigrafias e Comitê de Compradores de Agências e Anunciantes.

Artigo

Uma análise sobre A_FESPA_2002!

Neste número interrompemos temporariamente a série sobre reprodução de cromias para falar sobre o maior evento europeu dedicado à serigrafia, ocorrido em junho.
Em outro evento internacional, conversando com um brasileiro, que por sinal cuida de uma importante linha de produção em uma grande empresa, perguntei o que ele estava achando. Como um profissional atualizado, ele me disse - "… não vi grandes novidades. Parece que resta muito pouca coisa a inventar."

Eu respondi que ele não viu nada porque estava buscando as grandes novidades, e que talvez ele devesse prestar atenção às pequenas coisas, aos detalhes que vão depois aparecer como a real revolução tecnológica. As mudanças não ocorrem de uma hora para outra, e não surgem simplesmente como solução técnica para as dores da gestão da produção - elas ocorrem conjuntamente com o surgimento de materiais, de técnicas e de práticas e costumes do próprio mercado (supridor e consumidor).
Na ocasião eu o acompanhei para uma nova visita de alguns estandes, e realmente identificamos coisas que valiam a pena investir enquanto modos de produzir - que não é o caso listar agora.

Na FESPA /02, eu vi um posicionamento diferente de alguns fabricantes de equipamento serigráfico que vale a pena descrever neste artigo. Muita gente há alguns anos passou a acreditar, com o advento das tecnologias digitais, que os anos de existência da serigrafia estavam contados. Vale a pena discorrer um pouco sobre isto - passado o "glamour" inicial dos lançamentos de máquinas e verificado que toda tecnologia tem suas próprias limitações, para começar; e que tudo tem um custo que deve corresponder a um determinado benefício, para continuar; quero terminar lembrando que o denominador comum final é a aplicação - ou seja, aquilo que deve ser produzido com a tecnologia adotada, ou que deve ser produzido com a tecnologia adequada se quisermos ter preço competitivo.

Sou na verdade entusiasmado com a impressão digital, tanto quanto sou entusiasmado com a tecnologia serigráfica, creiam ou não. A impressão digital surgiu para eliminar o custos fixos associados às baixas tiragens, como a Xerox costuma chamar "Impressão por demanda". Mas quando se trata de tiragens médias ou grandes, os processos tradicionais de impressão são muito mais econômicos, e eu não estou falando só da serigrafia aqui. O mercado das tiragens baixas ou até unitárias, antes viáveis para pequenas empresas serigráficas, já passou para as mãos de impressores com equipamento digital, e este mercado tende a crescer nesta configuração, com novidades tecnológicas de impressão digital continuamente surgindo.

Vamos ao ponto: a serigrafia tem certas características que fizeram recentemente as tradicionais gráficas de acabamento passarem a adotar a tecnologia. Hoje até a Heidelberg, tradicional fabricante de máquinas offset, tem linha serigráfica para oferecer (divisão Gallus) embora ainda não chegue a participar de uma FESPA. Mas outros fabricantes estão justamente buscando aplicações - diversos oferecendo impressão de bobina a bobina. Foram esses que me chamaram a atenção.

A Stork estava divulgando a aplicação serigráfica em impressos de segurança, e os exemplos práticos ficaram impressos no Brasil! - a solução serigráfica rotativa acionada alimentando desde um equipamento flexográfico (que eu já conhecia da Fiepag passada) tem aí uma excelente aplicação de grande volume.

A Klemm, também especialista em serigrafia rolo a rolo, esteve fazendo a demonstração de equipamento para impressão de folhas (o que não chega a impressionar), só que a aplicação era a de fundo branco em peças de policarbonato impressas digitalmente em equipamento Indigo, atualmente da HP. A impressão de painéis de policarbonato é tipicamente de baixas tiragens, salvo alguns painéis de eletrodomésticos como fornos de micro-ondas, por exemplo. Fundos opacos e trilhas condutivas destes painéis continuarão a ser produzidos por serigrafia, mas a geração de imagens policromáticas em equipamento digital "tira um peso" da complexidade e custos de produção. A parceria entre a Klemm e a HP mostra uma visão de futuro deste fabricante de equipamento serigráfico.

Estes fabricantes não estavam limitados às demonstrações que menciono aqui, e muitos outros fabricantes estiveram demonstrando aplicações realmente interessantes. Meu destaque visa comentar a presença cada vez maior da impressão digital nas feiras de serigrafia, e minha visão de futuro - da integração das tecnologias e da polarização da tecnologia serigráfica "pura" nas aplicações de grandes tiragens.

Ary Luiz Bon - Consultor em Serigrafia
e Gerenciamento de Cores
ary.bon@uol.com.br

Durst lança RHO-160



Quem acreditava que a impressão digital jamais seria capaz de oferecer versatilidade no mesmo universo em que a serigrafia pode conferir uma outra realidade com os novos conceitos desses equipamentos.
Durante a feira de Madri, diversos fabricantes de impressoras digitais de grande formato estiveram presente com o objetivo de atrair a atenção das empresas de serigrafia que atuam no setor de comunicação visual.
Segundo especialistas, os novos equipamentos de impressão digital tem a filosofia das empresas de serigrafia que atendem o mercado publicitário com muita agilidade e versatilidade. A tendência é basicamente única. As novas tecnologias de impressão digital migraram para que as empresas de serigrafia possam se tornar ainda mais competitivas, haja vista que as cifras investidas na publicidade de banners, faixas, displays e outros está em pleno desenvolvimento. Este não é um cenário regional. O mundo todo está adotando esta filosofia,
Durante a feira de Madri, a Durst, um dos fabricantes de impressoras digitais, apresentou a Drust Rho 160, um modelo capaz de imprimir 60m² por hora com uma resolução de 360 dpi sobre materiais rígidos e flexíveis com sistema de secagem UV.



A versatilidade do equipamento está focado para a impressão de diferentes tipos de materiais como madeira, alumínio, lona, vinil, e outros seguindo o mesmo padrão de tonalidades.
Para demonstrar esta vantagem a empresa imprimiu uma mesma imagem com diferentes substratos e formou uma espécie de quebra cabeça para que os visitantes vissem a fidelidade das cores como demonstra a imagem acima.
O equipamento imprime com largura máxima de 160 cm e espessura de 40 milímetros. Dentre as diversas funções operacionais, destaca-se o ajuste rápido para impressão e re-impressão, uma vez que a máquina armazena o arquivo já processado. Outro detalhe é a configuração de diversas mídias e o controle de tons que leva em conta a cor do substrato.
A Durst é uma empresa especializada na área de fotografia e uma de suas mais famosas invenções tecnológicas é a Lambda. A empresa pretende atuar no mercado brasileiro em breve e está buscando contatos com empresas representantes no Brasil. Maiores informações com o Sr. Christian Olbrich, gerente de vendas internacional, cholbrich@durst.it ou através do site: www.durst-online.com.



Da esquerda para a direita, Michael Lackner, Marketing e Christian Olbrich Gerente Internacional

Software para produção de fotolitos em digitais

Para atender a demanda de empresas de serigrafia que buscam fazer seus próprios fotolitos na tentativa de ganhar agilidade no processo de produção, a CibertCat apresentou na feira de Madri, o software DIGISER. O sistema é baseado a partir de uma impressora jato de tinta, um poliéster transparente com tratamento superficial e o software RIP que além da separação das cores permite a produção de prova de cores no mesmo formato de retículas que será impresso pela serigrafia. Segundo a empresa os testes já apontaram a produção de fotolitos com 34 linhas por centímetro sem nenhum problema. Mas para o sistema DIGISER funcionar devidamente é preciso verificar algumas indicações feitas pela empresa:

- Impressoras jato de tinta como a Roland Hi-Fi JET FJ52 / PRO FJ-500, EPSON Stylus PRO 3000 / 7000 / 9000, e a Mutoh 4100 / 6100.
- Poliéster transparente que não apresente tolerância de elongação e contração.
- Software RIP Cibercat CiberPrint 3.5
- Escolha das inclinações levando em conta o número de fios da malha serigráfica.
- Ponto estocástico com controle de tamanho do ponto
- Sobreposição das cores em caso de cores a traço (Trapping)
- Marcas de Corte e Registro
- Impressão de prova de cor final.

Para entrar em contato com a empresa basta acessar o site www.cibercat.es

Edição sobre fotolitos

Na nossa próxima edição estaremos abordando os aspectos de pré-impressão e o uso de impressoras digitais para a reprodução de fotolitos para serigrafia. Caso queira participar dos testes entre em contato com a nossa redação através do e-mail mmarcelino@serinews.com.br, fax ou telefone: 11 6676-3457.

Impressora Digital JV4 da Mimaki

A empresa japonesa Mimaki lançou recentemente no mercado internacional a JV4 que imprime 1m2 a cada 2 minutos devido ao sistema de cabeçotes frontais e traseiros, que permite uma maior área de impressão por passada.
A Sign Supply, distribuidora exclusiva da Mimaki no Brasil apresentou o equipamento recentemente para as revendas e coloca o show room a disposição das empresa que tem interesse em conhecer o equipamento.
Além da impressão digital colorida sobre diversos tipos de mídias rígidas e flexíveis, o equipamento permite ainda a produção de fotolitos para serigrafia.
Segundo Meire Hellen, marketing da Sign Supply, a JV4 foi projetada também para imprimir artigos têxteis através da tecnologia de tintas "Dye Sublimation".





"A indústria de modas e têxtil pode agilizar a produção de coleções, imprimindo provas diretamente nos tecidos, produzindo os fotolitos para produção da coleção em escala industrial e produzir ainda peças de comunicação visual para lançar a coleção a partir de um único equipamento." comenta Meire.
A JV4 está disponível em três diferentes formatos. JV4-130 que permite impressão de até 1,37m de largura, JV4-160 para 1,60m e JV4-180 para 1,87m. Para os que se interessaram em conhecer o equipamento ou necessitam de mais informações o telefone é 11 3871-1133 ou acesse www.signsupply.com.br

Akad apresenta impressoras com tintas à base de solvente

A Akad lança no mercado as novas impressoras da DGI, REX-62 e VISTAJET-92, somente para tintas à base de solvente. Segundo a empresa, os equipamentos proporcionam impressões com maior resistência UV e resistência a água, usando substratos flexíveis a base de PVC, tais como vinil adesivo, lonas e tecidos com tratamento para outdoor.
As impressoras REX-62 e VISTAJET-92 estão equipadas com dispositivos para alimentação e recolhimento de mídia, sistema de segurança que sinaliza a falta de tinta, sistemas de aquecimento e cabeças de impressão Piezo de longa-vida. O sistema de take-up e secagem de impressão rebobina os trabalhos automaticamente permitindo versatilidade e economia de tempo para o operador, já que não necessita de supervisão. O que diferencia os equipamentos REX-62 e VISTAJET-92 é a velocidade e a capacidade de impressão; a REX-62 tem uma velocidade de impressão de até 12,4 m2/h e a VISTAJET-92 14,6 m2/h; em relação a capacidade de impressão, a REX-62 permite que se imprima até 1,57m enquanto que a VISTAJET-92 permite até 2,31m.
Para obter mais informações acesse www.akad.com.br ou através do telefone: 11 3284.2466 ramal: 113


Sergio Vieira

HP lança sistema de provas de cor



A HP lança durante a FESPA 2002 em madri e na Digital Design Word em São Paulo, a impressora hp designjet 50ps. O equipamento foi projetado para atender a demanda de agências, produtores e designers com a capacidade de simular as cores produzidas em processos gráficos. O Software RIP da 50ps conta com o kwon How da Heidelberg. "A hp designjet 50ps conta ainda com um sistema automático de calibração de cores, utilizando 6 cores, resolução de 2400 dpi e trabalha com arquivos nos formatos Adobe PostScript 3, PDF, EPS, Tiff e Tiff/IT (P1)." comenta Sergio Vieira, gerente de impressoras de grande formato.
Para maiores informações: www.hp.com.br ou www.digicon.com.br

Eventos

Imprimax promove almoço para clientes

Um dos momentos mais proveitosos sem dúvida são os encontros profissionais que geralmente acontecem em eventos do setor. Aproveitando o fato de que alguns clientes não conheciam a nova estrutura, a Imprimax promoveu durante três dias de julho um almoço aconchegante, proporcionando ao cliente e amigos momentos agradáveis e muito proveitos para troca de informações.

A empresa que tem uma postura otimista em relação ao mercado e investe ao invés de ficar se lamentando, deixa claro através de atitudes o valor do relacionamento entre os profissionais.

"A imprimax acredita nas empresas brasileiras e tem investido em tecnologia para oferecer ao cliente produtos que atendam as necessidades das agências de publicidade, anunciantes, indústrias, e outros". Comenta Almir Bifulco diretor da empresa.

Num clima bem descontraído e informal os profissionais puderam ver os procedimentos utilizados pela empresa para fabricação dos materiais autoadesivos que tem conquistado inclusive mercados externos. O patriotismo e slogan "Orgulho de ser brasileiro" contagiou as pessoas que saíram empolgadas do almoço rumo a uma feira de serigrafia que estava sendo realizada em São Paulo. Quem ficou curioso para conhecer a empresa, pode entrar em contato com a empresa através do site: www.imprimax.com.br



Fritschi Werner se emociona ao receber homenagem no Brasil

Considerado um guru para muitos profissionais brasileiros que atuam na serigrafia, Werner é o responsável pelo famoso treinamento da Sefar ministrado na Suíça para clientes de todo mundo. Em recente viagem à Suíça um grupo que iniciou sua busca por treinamentos e qualidade em termos de serigrafia fez uma placa homenageando Werner. A celebração ocorreu no Brasil durante o acontecimento de uma das principais feiras mundial de serigrafia. Dentre as empresas que fizeram a homenagem a Werner estão relacionados a Total Color, Mendes Albino e a Dubuit.

Fritschi Werner que hoje fala Alemão, Francês, Inglês e Português, nasceu na Suíça em 1943 e trabalha na Sefar há 20 anos. Além disso, ele atuou em outras empresas como Paris Match em Paris, La Presse em Montréal, Canada, na Graphic Arts Corporation of Ohio em Toledo Ohio, Estados Unidos, na Graphic Color Plate em Stamford Connecticut e também na Du Pont Photo Products U.S.A / Brazil.

Mais do que merecido a homenagem é definir Werner como uma pessoa que está sempre alegre. Um homem com espírito jovem aos 59 anos! Profissionalmente, um consultor técnico que explica o complexo com simplicidade para quem quer que seja. Parabéns Werner!!!



Sorteio de máquina carrossel

A tradicional fabricante de máquinas carrossel para a indústria têxtil esteve sorteando durante a Fespa, um de seus novos modelos. As novidades em termos de equipamento estarão presentes em nossa próxima edição. Não perca e até lá!



Próxima Edição: Pré Impressão