www.empresarioserigrafico.com.br

Revista Empresário Serigráfico

Ano III - nº 15 - Nov/Dez. 2002 - R$ 5,00

CONEXÃO BRASIL PORTUGAL

IMPRESSÃO DIGITAL & SERIGRAFIA



Novidades 08

As Chapas Lenticular proporcionam efeitos tridimensionais enriquecendo a imagem e o produto do seu cliente.

Testes 16

Imagine abrir uma imagem de 1,3 GB em 135 segundos... então veja os testes realizados com um Apple.

Imagem de Jim Warren (www.jimwarren.com)

Editorial

A premissa básica para que um profissional seja bem sucedido é, antes de qualquer coisa, gostar daquilo que realiza, e é isto que, definitivamente, faz a diferença. Mas nenhum caso de sucesso aponta apenas para uma andorinha, que como diz o ditado... não faz verão.
Por este motivo, agradecemos aos inúmeros e-mails, cartas e fax que recebemos durante todo este ano de 2002. E que certamente foram fundamentais para os resultados que estamos apresentando. Você que nos acompanhou durante todo este ano, o nosso muito obrigado. A cada mês somamos novos contatos com empresas que certo ou errado estão tentando fazer o melhor para o nosso futuro. Daqui aqui alguns anos quando falarem em história, certamente faremos parte junto com cada um de vocês. E de tudo isto o mais importante é que serão histórias positivas de mudanças que marcaram época frente a novas tecnologias como é o caso do sistema uv e do advento das impressoras digitais.

Obrigado a todos que movendo montanhas e removendo obstáculos contribuíram para que este sonho chamado Revista Empresário Serigráfico esteja sendo realizado. Em nome de toda o nosso time, eu desejo a você leitor, um excelente 2003.

Marco Marcelino
mmarcelino@serinews.com.br



Cartas.....06
Notas.....08
Mercado.....12
Têxtil.....16
Capa.....18
Artigo 20
Testes.....22
Artigo.....24
Eventos.....34

Revista 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

Contatos Internacionais
David Yu
david@empresarioserigrafico.com.br

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

Internet:
www.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

Manual de densitometria de reflexão - gratuito!



A ITG está disponibilizando gratuitamente um manual de densitometria de relexão, baseado em uma experiência de mais de 15 anos dos autores sobre a matéria. Apresenta, atualmente, 36 páginas de texto e ilustrações onde estão valorizados os aspectos práticos para aplicação da densitometria. O manual está disponível em pdf (1.9 MB) e pode ser baixado na seguinte página da Internet: http://www.itgcom.com/mdr.pdf

Novo Presidente Executivo da ABTG

Em reunião do Conselho Diretor da ABTG foi eleito o empresário Fabio Arruda Mortara para a presidência executiva da entidade, em substituição ao Sr. Luiz Carlos Gioia, a quem a ABTG agradece o esforço e dedicação no desempenho de suas funções.

3M nacionaliza produtos de Comunicação Gráfica

A 3M está ampliando sua linha de produção no Brasil, com o desenvolvimento de novas películas auto adesivas da linha ScotchcalMR, Séries BR 6300D, Série BR 2900, BR 7300, usada na decoração de interiores, frotas, fachadas, anúncio de trânsito, entre outros, e da Série BR 8600, solução 3M para aplicação luminosos do tipo backlight.

Estes produtos são fabricados na unidade da empresa em Ribeirão Preto. "Identificamos a oportunidade de nacionalizar estes itens, utilizando tecnologia e maquinário já existentes em nossa fábrica de Ribeirão, o que a consolida como pólo de produção de materiais auto adesivos ", explica Marcelo Luize, gerente de Marketing e Vendas da Divisão de Comunicação Gráfica da 3M. A empresa que está no Brasil desde 1946, conta com três unidades industriais instaladas nos municípios paulistas de Sumaré, Ribeirão Preto e Itapetininga e filiais de vendas em todo o país. Seu faturamento bruto em 2001 foi de R$ 1 bilhão. Além do site www.3m.com.br, a 3M do Brasil também mantém um canal de comunicação direta com o consumidor pelo e-mail faleconosco@3m.com.br e pelo telefone 0800 132333.

Tome nota!

Rua Francisco Tramontano, 100 - 5° andar cj. 51/52
Real Parque - São Paulo - SP. CEP 05686-010
PABX: 11 3759-7866 • FAX:113758-6615
Este será o novo endereço do Departamento Comercial da Unidade São Paulo da Sansuy S/A.

CARTAS

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

Recebi a revista Empresario Serigráfico de Outubro e agora não me surpreendo mais, realmente a qualidade é maravilhosa, desde a parte técnica das matérias até a qualidade em termos de visual da revista.
Como é bom saber que temos finalmente no Brasil uma revista com padrão internacional e que podemos contar com ela p/ aprimorarmos a parte técnica e administrativa das empresas de serigrafia, afinal de contas se juntarmos nossos esforços com certeza seremos mais fortes.
É bom sabermos que temos uma geração de novos empreendedores como vc, que possuem uma enorme garra de vencer sem esquecer a ética. Com certeza nessa longa estrada da vida ainda teremos muitas vitórias juntos!!!!
Boa sorte na feira nos EUA, vc está no caminho certo.
Abraços
Paulo H Bento - Depto Vendas
paulobento@phbsurya.com.br
www.phbsurya.com.br

Prezados Senhores,
Solicito que seja anunciado nesta conceituada revista os produtos abaixo elencados de minha propriedade:
Calandra de 1.00m de boca Marca Himafe Mod. CVH 900 Série 1798 R$ 6.000,00 (ac. auto e parcelamento)
Impressora à vácuo Marca Imah mesa de 1,40m x 3,00m R$ 8.000,00 (Oito mil reais) aceito auto e parcelamento
Grato
Denis C. Batista
Fone: 11 44382449

Agradecemos a atenção, e parabenizamos a Equipe pelo ótimo atendimento aos seus clientes.
Erica Lilian Zanderin
Baden Industrial Quimica Ltda

Acabo de receber o exemplar de set/out 2002 da Revista Empresário Serigráfico. Cada vez mais completa e gostosa de ler, parabenizo a equipe de redação e diagramação.
Abraços,
Nani Pereira

Venho por meio desta pedir maiores informações sobre a revista Empresário Serigráfico pois trabalho com Silk-Screen e gostaria de me manter informado sobre esta área.
Grato pela atenção
Carlos Alberto Couto
Leopoldina - MG

Notas

Tecnologia UV para colagem das telas



Kiwo Ultraflash é um sistema inovador que permite a secagem do adesivo usado para colar telas através do sistema ultravileta. A alta tecnologia do equipamento é utilizada junto à linha de adesivos Kiwobond UV. Neste caso o adesivo tem apenas um componente que é endurecido com a luz uv sem a presença de solventes. O endurecimento é imediato e muito rápido. Este sistema é adequado para empresas que trabalham com telas de formatos padronizados. www.kiwo.com

Abuse do Efeito 3D! Pode ser um diferencial...



As chapas Lenticulares oferecem aos clientes excepcional claridade e printabilidade em várias grades no campo de artes gráficas. Permite impressão serigráfica, litográfica, flexográfica, off-set e digital de uma imagem gerada e entrelaçada através de um software vendido especificamente para cada faixa de LPI (lentes por polegada em Inglês). Além do entrelaçamento das imagens faz-se necessário antes de tudo achar a resolução apropriada (LPI) da lente, e assim preparar a impressão, ou em outras palavras descobrir a exata freqüência da lente(LPI), para então poder gerar um arquivo com as imagens entrelaçadas e de igual freqüência da lente que deverá ser utilizada.

A impressão do arquivo pode ser impressa em um filme branco à base de poliéster (mídias), amplamente encontradas e disponíveis no mercado brasileiro. Após a impressão teremos uma das etapas mais complexas do processo onde é o acerto do registro entre a lente e a imagem impressa, que devem ser precisamente ajustados para que então você tenha os efeitos desejados como 3D, Flip, Morph e outros. Realizadas todas essas etapas, o processo de laminação a frio deve ser realizado com uma fita dupla-face 100% óptica, também hoje disponível no mercado brasileiro.

As chapas lenticulares disponíveis no mercado brasileiros são as de 15, 20, 40 e 75 LPI nos tamanhos de 0,812m x 1,067m; 1,22m x 2,44m; 0,914m x 1,22m; 0,559m x 0,711m; 0,500m x 0,700m e ainda outras medidas sob encomenda.



Usam-se as chapas lenticulares para representar precisamente a ilusão de uma animação e ainda oferecer a profundidade que você precisa para criar uma imagem de alto impacto através dos efeitos Morph, Flip, 3D e Zoom.

A Day Brasil já tem disponível no Brasil todos os insumos para a produção de peças como esta, podendo ser contata através do telefone: 11 3613-7744

Microservice apresenta os estiletes da japonesa Olfa

Sinônimo de segurança e qualidade, os estiletes da tradicional marca japonesa, Olfa, atendem a diferentes categorias profissionais e aplicações. "A Microservice está completando 30 anos de atividades; e seja como fabricante de CDs de áudio, cd-rom e DVDs, ou seja, na área de distribuição de produtos de informática e escritório, a preocupação da empresa é sempre a de oferecer o que há de melhor para o consumidor, como é o caso dos estiletes originais da Olfa", diz Carlos Aquino, gerente da unidade de negócios de Produtos de Informática e Escritório da Microservice.

Os preços dos estiletes vão de R$5,00 a R$80,00 dependendo do modelo.www.microservicedigital.com.br ou pelo telefone:11 3959.1300.

Como reproduzir fotos em plotters de recorte

Esta é a proposta da Biotec Agena, que acaba de lançar o Photostripe 2000. O software transforma fotos coloridas em retículas no formato de trapézio contíguos, para recorte em vinil adesivo. Além de possibilitar a reprodução da imagem colorida com até 20 dpi, o programa tem ainda a vantagem de ser operado em qualquer plotter de recorte, uma vez que a linguagem utilizada é HPGL.

Biotec Agena, 19 3276-5366

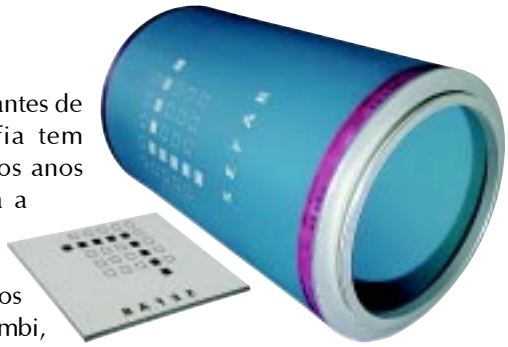
PC-cilling 2002

Hoje só tem problemas com vírus quem está desatento a novas opções de alta tecnologia como é o caso do PC-cilling 2002. Além de proteger seu computador contra vírus, que podem comprometer sua imagem frente a um cliente e transtornos maiores, o PC-cilling 2002 proporciona uma série de outros benefícios como, proteção contra ataques de Hackers. F9C Security: 11 3068-0060



Notas

Serigrafia rotativa em pisos e azulejos



A Sefar, um dos principais fabricantes de tecidos técnicos para serigrafia tem apresentado ao longo dos últimos anos uma série de lançamentos para a indústria de serigrafia e suas diferentes áreas de aplicação. Para o setor de cerâmica rotativa de pisos e azulejos a Sefar lançou o Rotacombi, um tecido que apresenta uma alta resistência à abrasão. Segundo a empresa, este tecido de monofilamentos de poliéster e poliamida foi desenvolvido para a impressão serigráfica rotativa cerâmica. Ele caracteriza-se por uma alta resistência à abrasão, uma melhor adesão da emulsão e uma alta flexibilidade das matrizes. O cliente ganha tiragens 50 a 100% maiores, custos mais baixos da matriz por trabalho de impressão, um total reduzido de paradas da máquina e uma mais alta segurança do processo graças à maior flexibilidade das matrizes na impressão sobre superfícies irregulares.
Informações: www.sefarlatinoamerica.com ou 11 5506-4255

Papéis para Transfer

A Havir é uma empresa que desde 1949 trabalha no desenvolvimento tecnológico e industrial na produção de papéis e filmes siliconados e auto adesivos, transfers e heat transfers, mídias para impressão digital e em gomados para tatuagem e decalques. Informações: 11-69765233

Opções em lâmpadas UV e IR

A Faulhaber é uma empresa brasileira com objetivos na produção de lâmpadas ultravioletas e Infravermelho. Dentre os tipos de lâmpadas disponíveis estão relacionadas a Metal Halide Lamps, para exposição de matrizes serigráficas e a Curing Lamps para cura de tintas e vernizes ultravioleta. Informações: 41 245-3130

Insumos para Efeitos Especiais

A Mapam Screen é uma empresa brasileira com objetivo de oferecer insumos diferenciados para serigrafias de todo Brasil. Dentre a linha de produtos comercializado pela empresa estão os relacionados os pigmentos thermo e photo sensível, pigmentos aromatizados e microencapsulados. Informações através do site: www.mapamscreen.com.br

Novo CorelDRAW 11

A Suite de Aplicativos Gráficos CorelDRAW 11 chega ao Brasil na versão em Português e compatível tanto para Mac quanto para PC.
informações: 0800 141212

Aplike lança Vinil para sistema digital

As mudanças no cenário nacional e internacional tem levado muitas empresas a desenvolverem novos produtos que proporcionem aos clientes produzir peças diferentes e supriender o mercado com novos produtos. Exemplo prático disso são os dois lançamentos da Aplike, que desenvolveu mais duas opções em Mídias de Impressão Digital nos formatos de 1500 mm e 914 mm de largura.
1. Vinil Jet Branco (1500 mm larg) auto-adesivo p/ jato de tinta a base de água - uso interno - ink- jet qualidade fotográfica.
2. Vinil Jet Transparente Matte (914 mm larg) auto-adesivo p/ jato de tinta a base de água também para uso interno. Solicitação de amostras através do 0800 19 4666

Cursos no Exterior

A U.S. Screen Printing Institute anuncia as datas de apresentações técnicas para o primeiro semestre de 2003. Serão dois temas as serem explorados: Seminário de Impressões Têxtil e Técnicas avançadas de separação e impressão. Veja o calendário:

Seminário de Impressão Têxtil
De 6 a 8 de janeiro; de 10 a 12 de fevereiro; de 17 a 19 de março; de 14 a 16 de abril e de 12 a 14 de maio.

Técnicas Avaçadas
Dias 9 e 10 de janeiro; 13 e 14 de fevereiro, 20 e 21 de março, 17 e 18 de abril e 15 e 16 de maio de 2003.
Para maiores informações acesse o site www.usscreen.com/school/. Você ainda pode enviar um e-mail para Bob Alabaster, bob@usscreen.com.

Lançamento Scitex Vision na SGIA 2002

A Scitex Vision apresentou durante a Feira SGIA 2002, a Scitex VEEjet, uma impressora para grandes formatos que imprime sobre diversos substratos com qualidade digital. A VEEjet imprime com resolução aparente de até 720 dpi em substratos rígidos como PVC, polycarbonatos, papelão ondulado, fórmica, alumínio, aço inoxidável, madeira, vidro e muito mais. O sistema de impressão é feito a partir de 4 cores com cura UV(durabilidade de até 2 anos) e produtividade de até 40 m2/hora. Área de impressão de até 2 x 3 m e espessura de mídias até 40 mm. No Brasil o equipamento está sendo comercializado pela Alphaprint, www.alphaprint.com.br

Treinamento de Serigrafia

A Agabê que tem realizado uma série de treinamentos de serigrafia e anuncia as datas para os próximos eventos: Dias 22/11 e 13/12 - das 9h00 às 17h00. O tema do treinamento é a Teoria e Prática na Preparação de Matrizes Serigráficas. Módulo I, custa R$ 20,00 (com almoço incluso) e acontece no Centro de Treinamento da Agabê , Rua Madre de Deus, 719 - Vagas Limitadas. Inscrições: 11 6606 0404

Ação Cartão Renner



Para campanha de divulgação do cartão da rede, a atriz Maria Fernanda Cândido estará presente em materiais de pontos-de-venda. A promoção do Cartão Renner, informando que usuários podem ter até 60 dias para pagar a primeira parcela de suas compras e cinco vezes sem juros, terá a participação da atriz Maria Fernanda Cândido.Além do filme, a campanha publicitária traz material de ponto de venda, banners e sinalizadores de lojas, além de filme e anúncios em revistas.

Gradiente Mediz

LMG Digital faz impressão de 315 outdoors para campanha.
A ação desenvolvida para o lançamento do serviço Gradiente Mediz, pela Lew Lara, estará presente em 315 outdoors, com três temas diferentes (Horóscopo, Humor e TV), distribuídos pelas cidades de São José dos Campos, Santos, Ribeirão Preto e Campinas.Além dos outdoors, a empresa foi a responsável pela impressão de cinco painéis frontlights (cada um com 8mx4m) que podem ser vistos seqüencialmente na Avenida Lineu de Paula Machado, no Jóquei Clube de São Paulo.

Prestobarba antecipa a chegada do Verão

Presente em mais de 600 pontos de venda, a promoção "Verão Prestobarba" vai presentear os consumidores da marca com toalhas exclusivas e garrafas plásticas do tipo squeeze. "Escolhemos estes brindes porque são práticos e úteis para o consumidor, principalmente no calor", explica Christian Abramson, gerente de produto da Gillette do Brasil.Na compra de duas embalagens de Prestobarba o consumidor ganha a toalha e se adquirir quatro embalagens leva a toalha e a garrafa squeeze. Esta mecânica é válida para todos os pontos-de-vendas, com exceção das cidades de Natal e Porto Alegre. Fazem parte desta promoção os produtos Prestobarba regular, Prestobarba pele sensível, Prestobarba UltraGrip e o Prestobarba for Women, a versão feminina.A mecânica da promoção é fácil e prática e o consumidor leva o brinde na hora, sem burocracias. A demonstradora, que fica ao lado da gôndola, coloca os produtos e o(s) brinde(s) em uma embalagem plástica lacrada e entrega ao consumidor que vai direto ao caixa.A promoção foi dividida em duas ondas – de 28.10 a 9.11 e de 26.11 a 10.12 – quando haverá demonstradoras em todos os pontos de vendas participantes.

Tátil Design foi responsável Por peças promocionais da TIM

A Tátil Design será a agência responsável pela criação de pontos-de-venda, folheteria e kits de boas-vindas do produto final da Tim (Telefônica Italia Mobile) que será entregue ao público. A Tim começou a operar em outubro como a única empresa de telefonia celular com alcance em todos os estados do país. O contrato é de um ano e a Tátil vem trabalhando no projeto há cerca de quatro meses, usando a marca e as cores utilizadas pela companhia no mundo todo. Uma equipe de 15 pessoas foi mobilizada para dar atenção especial à conta e mais de 150 itens diferentes já foram criados. Parte deles será produzido pela Integral, braço fabril da Tátil. Com sede no Rio de Janeiro e escritório em São Paulo a Tátil Design tem 13 anos de existência, mais de 60 funcionários e atende a mais de 80 clientes (entre eles Nokia, Natura, Avon, Varilux, Sisheido, L´Oreal e Riotur), criando e viabilizando peças promocionais através de soluções diferenciadas.



Peças em 3D para Sony

Com criação da Leo Burnett, a linha de celulares da Sony Ericsson será divulgada em painéis em 3D produzidos pela Mediavision e instalados em cinemas de São Paulo e Rio de Janeiro.
Os painéis apresentam as peças promocionais com movimento e efeitos especiais, dando a impressão de objetos em três dimensões.

Aprovação Popular

A nova identidade visual do Guaraná Antarctica obteve altos índices de lembrança espontânea na última pesquisa realizada pelo Instituto Ipsos-ASI Brasil. Desde setembro, o autêntico e original Guaraná Antarctica está com uma roupagem ainda mais moderna e irreverente, com movimento e maior visibilidade do produto nas gôndolas dos pontos-de-venda. Para a mudança de sua identidade visual, foram realizadas várias pesquisas, durante um ano, com vários consumidores. O desenvolvimento da nova identidade visual ficou a cargo da Narita Design.O Guaraná Antarctica é o refrigerante líder de mercado brasileiro no segmento guaraná com 28,9% de participação (AC Nielsen setembro 2002) e distribuído em 1 milhão de pontos de venda de todo o País. O Brasil é o 3° maior mercado mundial de refrigerantes. Hoje o sabor guaraná é o 4° mais consumido no mundo. Atualmente, a marca Guaraná Antarctica está entre os 15 refrigerantes mais vendidos do planeta, com um volume anual de 800 milhões de litros. A partir do contrato fechado com a PepsiCo. se projeta posicionar o Guaraná Antarctica entre as 10 maiores marcas do mundo, em cinco anos. Isto significa mais investimentos no setor promocional.

OutNet lança site

A OutNet, grupo formado por 24 empresas de Mídia Exterior, inaugurou o site www.outnet.com.br permitindo aos clientes pesquisarem e reservar pontos entre diversas opções da Mídia Exterior, como: Mídia Aeroportuária e Rodoviária, Mobiliário Urbano, Outdoors, Projetos Especiais em Pontos de Venda, entre outros.

McDonald's investe R$ 8,5 Milhões

A nova campanha intitulada "Dançando com o Ronald McDonald", criada pela Taterka Comunicações, teve o objetivo de se transformar em uma mania nacional, consolidando-se como uma das maiores ações promocionais do McDonald's no Brasil, no ano de 2002. A campanha chegou dia 10 de novembro para as cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, dia 12 nos municípios paulistas e fluminenses, e dia 19 para todos os outros Estados do País. Com investimento de R$ 8,5 milhões em produção, comunicação e marketing, a campanha foi composta por outdoor duplo, três filmes, hot site e materiais de ponto-de-venda, compostos por estandarte, translite, móbile, faixa de rua e de estufa, para decorar as 571 lojas do McDonald's no Brasil.

De novembro a janeiro ou até o final do estoque, o McLanche Feliz tem sua caixinha em formato da bota do Ronald McDonald. Como brinde, são oferecidos quatro copos colecionáveis diferentes, produzidos em plástico especial, com tampa antivazamento, com imagens da campanha. No total, são 6,5 milhões de copos. Para a diversão ser ainda maior, a garotada pode adquirir o CD multimídia, com som e imagem, com a música da promoção "Dançando com Ronald McDonald". Para tanto, basta comprar um McLanche Feliz e um Chambinho como sobremesa, a mais nova surpresa da rede de restaurantes, que acabou de fechar parceria com a Nestlé.

O McDonald's também vai oferecer, em seus restaurantes, aulas da dança do Ronald nos horários de menor movimento, usando tapetes, nos quais a criança pode aprender os passos, dançando sobre eles.



www.rockdoronald.com.br

Encontro discute soluções para Varejo



Mega evento promovido pelo IPEDV, ABA e POPAI reuniu especialistas em marketing e varejo para discutir novidades, tendências e estratégias para o ponto-de-venda Há 10 anos, a ABA – Associação Brasileira de Anunciantes e o POPAI Brasil realizam o PDV no Marketing Mix, evento que analisa as principais ações mercadológicas que estão sendo desenvolvidas no ponto-de-venda, seja na indústria, no comércio ou nas organizações de serviços. É o mais importante e completo evento na área de merchandising, promoção e varejo do Brasil.Para comemorar os 10 anos de sucesso do PDV no Marketing Mix, ABA e POPAI uniram-se ao IPEDV – Instituto de Pesquisa e Estudos de Distribuição no Varejo para realizarem "O Grande Encontro Do Marketing No Varejo" nos dias 7, 8 e 9 de outubro, no Amcham Business Center, em São Paulo. O seminário foi resultado da união dos eventos PDV no Marketing Mix, 5° Fórum de Varejo da América Latina e Prêmio POPAI Brasil 2002, promovidos anualmente pelas entidades. O principal objetivo dos organizadores foi concentrar em um único evento as tendências e novidades sobre marketing e varejo, abordando aspectos como promoção, distribuição, reposição, lay-out de loja, treinamento e merchandising, entre outros assuntos. Para isso, o encontro teve programações específicas, de acordo com o enfoque de cada entidade.No primeiro dia (07/10), ABA e POPAI promoveram o PDV no Marketing Mix para discutir motivação no pequeno varejo; promoção no PDV; sistemas de reposição e apresentaram novidades e estratégias dos grandes varejistas, entre outros temas.No dia 08/10, o IPEDV, com coordenação técnica da consultoria Gouvêa de Souza & MD, realizou a quinta edição do Fórum de Varejo da América Latina que abordou novos modelos de segmentação de mercado; fundamentos do marketing multicanal; gestão de talentos no varejo, a criação de diferenciais competitivos e cases de grandes redes.Para encerrar, no dia 09/10, houve uma programação especial focada em Promoção. Foram apresentados modelos de promoções voltadas para o público infantil, centradas no ponto-de-venda, na mídia e direcionadas para o setor de serviços. Durante as palestras foram analisados cases de empresas como Embratel, McDonald's e Azaléia, entre outros.Paralelamente ao evento houve a exposição das peças finalistas do Prêmio POPAI Brasil 2002 e estandes de empresas do segmento.



Alcan E Coca-Cola Firmam Parceria

O Projeto Ecolata tem o objetivo de incentivar a reciclagem de latas de alumínio nos pontos-de- venda e consumo e em eventos especiais, bem como despertar a atenção da comunidade em geral sobre a importância da reciclagem na preservação do meio ambiente.Lançado pela Alcan Alumínio Brasil no Dia Mundial do Meio Ambiente (5 de junho), o Projeto Ecolata dá continuidade às suas ações por meio da parceria com a Coca-Cola - estabelecida com a marca KUAT - durante a Adventure Sports Fair 2002 - Feira de Esportes e Turismo de Aventura.Para divulgar a campanha serão realizadas blitze de promotores nas principais universidades e academias da zona sul de São Paulo e ainda nos pontos de venda - as latinhas de KUAT convidarão os consumidores a participarem da feira.

12º Encontro Internacional de Comunicação

No espaço de 20 mil metros quadrados do Trasnamérica Expo, a Cidade da Mídia volta a ser destino obrigatório de cerca de 25 mil profissionais e empresários de comunicação. O MaxiMídia 2002, maior evento do gênero na América Latina teve a temática "Ação e Reação", num momento em que o mercado se prepara para as ações necessárias que resultem em reações positivas para a comunicação, seja ela qual for.

Junto aos salão de estandes e verdadeiro show de apresentação, foram apresentados diversos seminários que abordavam temas sobre estratégias corporativas, definição de verbas e quantificação de retornos, o futuro das revistas, perfil dos consumidores, impasses e soluções na relação entre clientes, agências e veículos. Com relação a este último painel, Nizan Guanaes, na época empenhado na campanha presidencial de José Serra, acabou sendo a figura central do painel. Entretanto, o destaque do painel ficou mesmo por conta da participação polêmica do diretor de marketing da Kaiser, Júlio Pedro, que criticou os altos salários dos criativos como uma forma de questionar a remuneração reivindicada pelas agências. "Como pode um jovem criativo de 26 anos querer ganhar mais que o presidente da empresa anunciante? Como pode uma produtora querer R$ 500 mil por um comercial de 30 segundos enquanto outras cobram R$ 1 milhão por trabalhos de seis meses? O marketing virou uma coisa irreal?", questionou. O evento ainda teve a participação de grandes personalidades internacionais como o norte americano Adam Bird, vice-presidente da Booz-Allen Hamilton, empresa considerada a maior autoridade global em estratégia.

Taximania apresenta novidades durante o MaxiMídia

O Flat Prisma Taximania, é um novo produto que foi apresentado com durante o MaxiMídia 2002 que tem por objetivo proporcionar melhor visualização da mensagem. O produto conta com backlight composto por duas lâmpadas. Além disso a empresa apresentou seus adesivos luminosos de porta e seus prismas especiais com formatos personalizados. Telefone 11 3897-8876



SIG comemora 150 anos com projeto especial e tem como parceiros Tec-Screen e Sansuy

Com muita ousadia o artista José Roberto Aguilar (foto) irá pintar uma tela de 90 x 90 metros que será usada para embalar a Oca, um prédio da autoria de Oscar Niemeyer. Localizado no Parque do Ibirapuera, em São Paulo, com17 metros de altura e 75 de diâmetro, a obra "Embalando o passado e o presente. Um presente para o Futuro"faz parte de um projeto que irá comemorar os 150 anos da SIG, empresa especializada no desenvolvimento e produção de sistemas de embalagens. Daí a idéia de embalar através da arte, um dos símbolos históricos do Brasil.

A Oca será embalada com lonas produzidas pela Sansuy que na realidade se traduzirá como uma tela para o artista que pretende usar inclusive tratores para fazer a arte. Com relação a tinta, a Tec-Screen está fornecendo 3.700 litros de tinta vinílica a base de água.

A obra estará exposta do dia 24 de novembro 2002 até 17 de janeiro de 2003, quando a SIG completa efetivamente 150 anos.

Parabéns ao Artista, aos patrocinadores e principalmente a SIG!



CIMP BRASIL brilha na entrega da premiação do POPAI

O POPAI-Brasil - Point Of Purchase Advertising International realizou a entrega do 3º Prêmio POPAI Brasil 2002. Cerca de 400 convidados acompanharam a entrega dos troféus de Ouro, Prata e Bronze para as 116 peças selecionadas com base nos mesmos critérios utilizados internacionalmente pela entidade norte-americana, com filiais em 26 países.

O Centro Internacional de Merchandising e Promoção – CIMP – teve quatro trabalhos premiados e brilhou, principalmente, na categoria Interativo, onde a empresa ganhou em todas as colocações - Ouro, com o trabalho feito para Danoninho Monstros; Prata, com a peça Antárctica Acerte o Gol, e Bronze, com o Jogo da Memória feito para Arcor. Na categoria Campanha Promocional, a CIMP ganhou Prata pela peça Skol Carnaval.

Sobre a CIMP Brasil: no Brasil desde janeiro de 2000, traz em sua bagagem todo o know-how tecnológico e dinamismo da matriz européia.

Segundo o Portal de Internet, www.eagora.com.br, a CIMP é pioneira em oferecer aos seus clientes a administração completa de todas as etapas da logística de implementação das campanhas, incluindo planejamento estratégico, contratação de equipes promocionais, criação artística das peças, montagem das estruturas e gerência dos resultados.

www.cimp.com.br

Têxtil

O Processo Tradicional de Criação e Desenvolvimento

A referência a produtos de outros fabricantes não é novidade sob o ponto de vista da História. Durante nossa existência estamos presos em uma contingência invariável: por um lado estamos ligados ao passado, 'a tradição, 'a cultura. Por outro nos aproximamos de um tempo e estado desconhecido e inseguro que será o nosso futuro.

Quase sem variação os grandes desenvolvimentos se constituem da inspiração gerada por exemplos de idéias, teorias, filosofias, feitos desenvolvidos por líderes, empreendedores, administradores, artistas, técnicos ou gente comum do passado. Quando carregadas de valor essas criações se tornam suficientemente fortes ao ponto de se conservarem válidas por muito tempo, no sentido prático ou da idéia. Assim são suficientes para suscitar novas aplicações, novos produtos e tecnologias. Uma nova aplicação estará quase que invariavelmente vinculada a uma outra no passado porém estará revestida de tecnologia, ou seja, encerra em si o conhecimento tomado do passado e a renovação da proposta e modo de construção. A habilidade e o talento especial anteriormante necessários para produzir (techne) são hoje resolvidos pela aplicação de tecnologia: (Techne+logia), que afinal é a informação aliada ao conhecimento.

Para criar o contemporâneo é necessário manter-se em constante diálogo com o passado, o que nos faz elos de uma longa corrente formada por retomadas de raciocínios anteriores.

O "Novo"

O "novo" é resultado da visão histórica, das tendências criadas por desejos e ansiedades das populações, fatos que constituem oportunidades.

É imprescindível ao "criador" e "desenvolvedor" possuir capacidade para reconhecer o novo na coisa, na forma e na técnica antiga ou recente e a partir de sua releitura arriscar-se na proposição ligada `a oportunidade. Esse em geral é um artista.

Em seguimento, para se constituir novo produto ou aplicação é necessário valorizar a intuição, a idéia ao ponto de demonstrá-la em um projeto e fazê-la como coisa. Essa valorização não deve ser somente a do reconhecimento público tão importante para o artista. Deve ser um reconhecimento vindo de um administrador competente, porque raramente um artista conduz com velocidade e competência os atos da produção, comercialização, distribuição e controle.

O administrador competente, além de valorizar, compreende a idéia e nela vê a diferença entre o desenho e a Arte.

O Desenho

O desenho tradicional era ao mesmo tempo artístico e técnico e hoje é predominantemente técnico. O componente técnico do desenho tradicional estava na condição de só poder ser realizado através da habilidade e em geral quem dominava essa habilidade era um artista. O desenho atual é praticado na empresa moderna é predominantemente tecnológico porque é fortemente apoiado por instrumentos e conhecimentos digitais que substituiram a habilidade e o artista. Em razão desta mudança o desenho se tornou um elemento auxiliar do produto quando confrontado com a História e a Arte. Como elemento técnico o desenho continua sendo o responsável pela formalização e construção do produto, está ligado a produção e usabilidade da coisa.

O Estilo

O desenho é parte importante para a visualização do que chamamos de Arte, porque é nele que está o corpo da coisa, mas a parte que realmente é percebida do desenho é o estilo. Historicamente o estilo levava ao conceito, era a forma externa vinculada a um período, o que levou a denominações tais "estilo japonês do período Han", estilo "renascentista", "veneziano", "barroco", "rococó", "moderno", etc.

Na indústria de moda de hoje o estilo é uma referência a uma época importante de uma sociedade ou cultura e é óbvio que não veremos uma pessoa vestida com as roupas venezianas da Renascença em um ambiente atual que não seja uma festa a fantasia. Mas é muito certo ver grandes grupos vestidos com roupas montadas como os elementos de decoração, tecidos, tecelagem e estampas que remetem aquela época. No sentido extra comercial o estilo é resultado de tendências sociais, crises ou sucessos.

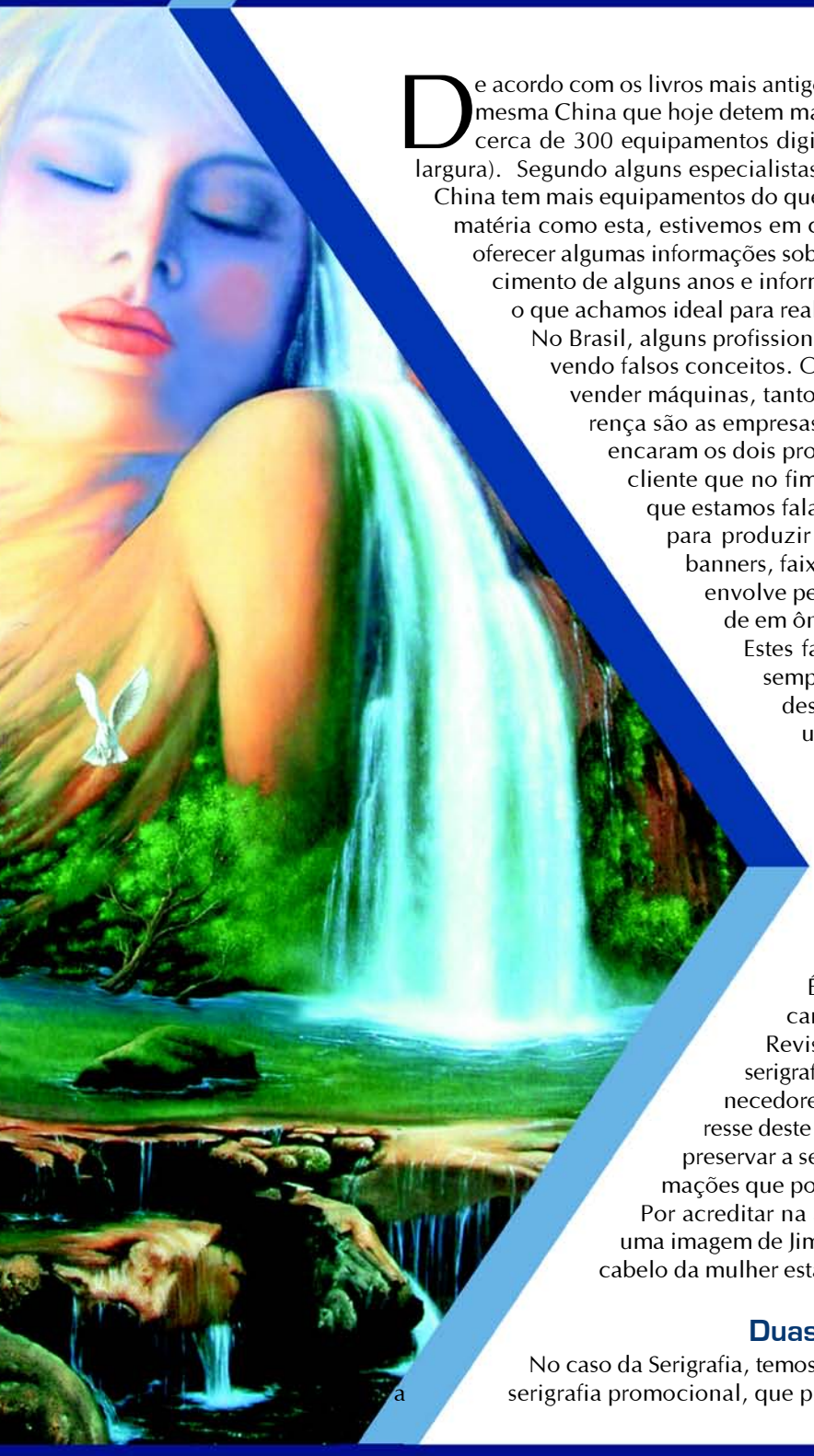
O Estilo Romântico

No Ocidente o estilo das confecções é fortemente marcado pelo movimento denominado "Romantismo". Há o romantismo clássico e o popular - Richard Wagner é um importante representante clássico. As músicas populares que remetem 'a pureza do amor´, a uma mulher única e insubstituível que conhecemos no passado e se foi, o desejo de viajar para paraísos distantes e conhecer culturas exóticas onde não há crises são exemplos do romantismo popular. Estes sentimentos compõe a maior parte da identidade psicológica ocidental e principalmente do terceiro mundo.

Em geral o romântico autêntico sente um desejo de perfeição e de ser belo, é inseguro. Tem um sentimento de perda e por isso é ligado a um passado onde havia felicidade e ternura. Não raro temas românticos estão nas tendências de moda, justamente porque são iscas eficientes.

Herculano Ferreira - Consultor em Serigrafia Têxtil
artzone@terra.com.br

Impressão Digital & Serigrafia



De acordo com os livros mais antigos, foi na China a 3.000 a.c. que a serigrafia surgiu. A mesma China que hoje detem mais de 1.000 Bilboards (painéis de grande formatos) e cerca de 300 equipamentos digitais de grande formato (com mais de 2,5 metros de largura). Segundo alguns especialistas internacionais como *Stewart da Web Consulting,* a China tem mais equipamentos do que a Europa e os Estados Unidos. Logo, para fazer uma matéria como esta, estivemos em contato com algumas empresa chinesa capaz de nos oferecer algumas informações sobre comportamento de mercado. Isto aliado ao conhecimento de alguns anos e informações de alguns especialistas no Brasil, formatamos o que achamos ideal para real entendimento e avaliação destes dois mercados.

No Brasil, alguns profissionais por pura falta de conhecimento estiveram promovendo falsos conceitos. O objetivo destes profissionais? Acreditamos que a de vender máquinas, tanto serigráficas, quanto digitais. Quem tem feito a diferença são as empresas, a exemplo da Cor Natural de Belo Horizonte, que encaram os dois processos como formas complementares para atender o cliente que no fim acaba sendo sempre o mesmo. Neste caso, é claro que estamos falando do setor publicitário que contrata uma empresa para produzir materiais promocionais de ponto de venda, como banners, faixas, displays e outros, ou o setor de mídia exterior que envolve peças como outdoor, frontlights, backlights, publicidade em ônibus, mobiliários urbanos, etc.

Estes falsos conceitos tem bloqueado os clientes que nem sempre, sabem qual investimento é o mais adequado. Um destes falsos conceitos é a de que a serigrafia vai acabar uma vez que existem impressoras digitais com altas capacidades produtivas. Outro é a de que a Serigrafia é mais versátil e pode imprimir sobre materiais que a digital não poderia imprimir. Errado! As duas informações não procedem, cada um tem um custo benefício, dependendo do tipo de trabalho, formato, espessura, quantidades e o principal: Preço Competitivo.

É sempre bom lembrar, principalmente para aos fabricantes e representantes de impressoras digitais de que a Revista Empresário Serigráfico é destinada às empresas de serigrafia, comunicação visual, agências de publicidade e fornecedores, por isto, nossos assuntos são abrangentes e de interesse deste público. Falamos isto, porque o nosso interesse não é preservar a serigrafia e sim fornecer as empresas de serigrafia informações que possam ajudar no seu crescimento profissional.

Por acreditar na aplicação destes dois processos que nossa capa traz uma imagem de Jim Warren que funde uma coisa com a outra, ou seja, o cabelo da mulher está ligado a uma cachoeira.

Duas Serigrafias, Duas Digitais

No caso da Serigrafia, temos hoje divisão de dois segmentos dentro da área plana: serigrafia promocional, que produz banners, faixas, displays, adesivos e outros e a

serigrafia plana industrial que produz estas mesmas peças para indústrias que justificam grandes produções como por exemplo 300.000 banners de cervejaria. Neste caso, não será possível competir usando 4 máquinas manuais.
Amostra, ou seja, algumas peças todo mundo faz, mas é a capacidade de produção que irá determinar a eficiência da empresa em produzir todos com um mesmo padrão tonal dentro de poucos dias. O mesmo poderíamos dizer se uma grande serigrafia teimar em produzir poucas peças, tendo em vista um custo de infra-estrutura muito maior.
A impressão digital também existe uma espécie de divisão, principalmente em relação a tecnologia e aplicação de processo. Temos as impressoras digitais de até 1,60 de largura e as impressoras digitais com larguras ainda maiores. Neste caso, o produto também tem um custo benefício diferenciado. Você não pode esperar a produção de epenas (sinalizações em laterais de prédio) ao usar uma digital de 1 metro de largura. Da mesma forma que você não vai colocar uma máquina de 5 metros de largura para produzir uma única sinalização para uma loja de um Shopping. Ambas fazem este trabalho, mas tem custos diferenciados.
Segundo Andrei que tem o site www.ink.com.br quando falamos em impressão digital logo vem em mente equipamentos de custo exorbitante. Sem dúvida nenhuma são caros, porém tem que analisar custo benefício sobre o investimento. Os clientes que tem deixado de atender pôr falta de equipamento, acabam tendo o risco de perder o cliente para um concorrente que tem os dois processo e administra melhor as duas funções.
Para alguns nichos de mercado, existem empresas como a LMG que adoram o sistema de impressão digital da Scitex para produzir outdoor e atender de melhor forma os seus clientes, aumentando a qualidade do produto, frente a um nicho de mercado no qual a serigrafia tem nota 0.

Diferenças e Conceitos

Uma das inovações em termos de impressão digital é o fato de que alguns equipamentos passam a utilizar o sistema ultravioleta, no qual o mecanismo já é de conhecimento das empresas de serigrafia a pelo menos 8 anos. Outra novidade são os equipamentos híbridos que permitem impressão de materiais rígidos e flexíveis em um mesmo equipamento. Neste caso, um especialista que preferiu não dar nomes, afirma que o desempenho destas máquinas "Flatbed" não são viáveis para a produção destes dois sistemas. "São equipamentos que terão melhor custo benefício se forem utilizados para produzir placas rígidas. Pelo melhor que seja o processo operacional de troca entre um processo e outro, são máquinas que darão um melhor retorno se utilizados para imprimir sobre materiais rígidos e produzir especialidades". Estas máquinas que imprime sobre materiais rígidos são fantásticas e permitem a impressão sobre diversas mídias como chapas de alumínio, madeira, vidro, papel, placas de poliestireno, acrílico, etc.

Neste caso o destaque fica por conta de duas máquinas comercializadas pela Vutek e a Sericol.
Para o profissional Andrei, as empresas de serigrafia precisam analisar o quanto de valor pode ser agregado, uma vez que os dois processos estão a disposição do mesmo cliente. E daí se perguntar:
Como vou operar este equipamento? Quanto e qual custo total do investimento? Quais reformas terei que fazer na minha empresa para instalar o equipamento?
"Outra coisa que tem que se ter em mente são os diferentes conceitos de produção. Na impressão digital usa o CMYK para compor as cores , e ai começam as diferenças que para certas pessoas torna-se dificuldade, pois não pode-se mais usar tintas serigráficas prontas (vermelho, azul royal, dourado etc.)". Comenta Andrei
Antes de comprar um equipamento digital é fundamental que uma empresa estabeleça o seu nicho de mercado e trace sobre isto suas reais necessidades. Que qualidade eu preciso? Qual equipamento tem a produtividade que permite uma melhor competitividade em relação a custo frente ao cliente?
Ao entrevistar, Sérgio Vieira, Gerente para Impressoras de Grande Formato da HP Brasil um comentário ao qual julgamos muito importante.
Velocidade real - as especificações técnicas de algumas impressoras no mercado podem parecer muito altas, fazendo muitos metros quadrados por hora, entretanto, no mundo de impressão digital, velocidade vai na contra-mão da qualidade e em muitos equipamentos, aquela velocidade prometida não pode ser alcançada se o usuário quiser usar ou vender a impressão, pois a qualidade de imagem não chega a um mínimo exigido. Deve-se tomar muito cuidado com isto. Uma dica seria a de procurar amostras de impressão junto com informações de tempo de impressão que aquela amostra levou para ficar pronta. Além disso, quando falamos de velocidade, não é apenas a velocidade mecânica de impressão que deve ser analisada, mas também a velocidade de processamento e transferência. Deve-se verificar se dispõe de processamento interno, memória, HD, placa de rede, com que velocidade, recursos de autocalibração, corte automático, enfileiramento de trabalhos, reimpressão, etc.
Vários recursos são adicionados a uma impressora para que seja otimizada ao máximo a produtividade no dia-a-dia.
Algumas impressoras digitais ainda podem ser usadas em parceria dentro das estamparias têxteis, produzindo peças de para amostra das coleções e empresas de serigrafia, para produzir fotolitos, porém, neste caso, não devemos esquecer as considerações apresentadas em nossa última edição sobre Pré-Impressão.

Por: Marco Marcelino

Artigo

Controle da Contaminação para otimizar a produção

E...AUMENTAR_O_LUCRO

II e Última Parte

A filosofia 'just in time' é de domínio do contato do rolo limpador, ou da partícula removida do rolo, tratamento superficial do elastômero usado no rolo, ou máquina limpa, chame como quiser.
As vantagens são que as partículas transferidas do rolo limpador são pequenas em volta, podendo ter estado imediatamente antes do processo, não possuem pó no receptáculo, não criam movimento de ar, é um curso silencioso e não causam arranhões. O acima mencionado é muito bom para amarrar todas as formas e tipos de contaminação de tamanho micrométrico. Geralmente estas unidades incorporam um eficiente sistema de neutralização estática.

Outro benefício no sistema de transferência de partícula é o método de armanezamento de contaminantes. As partículas são transferidas através de rolos adesivos e presas lá. Isto permite que a contaminação seja controlada. As folhas de adesivos podem ser mantidas como um arquivo no processo de produção como parte do processo do controle estatístico. A análise dos contaminantes encontrados nestas "folhas arquivo", podem ajudar a localizar com precisão a causa da quebra de máquinas (falha de rolamentos, por exemplo) e outros defeitos no processo.
Estes tipos de limpadores têm provado reduzir rejeitos da sujeira e poeira de 10% para valores próximos a zero.
Há inúmeros benefícios no ambiente (menos fragmentos, menos trabalho, menos desperdício), benefícios ao operador (não tem roupa pesada e trabalha numa sala limpa) e benefícios financeiros.
Não é todo mundo que está usando o princípio 'just in time' na limpeza, pois não conseguiram visualizar os benefícios.
Eu recentemente comprei uma revista de circuito impresso e fiquei surpreso em não encontrar nenhum cabeçalho referente a este tipo de equipamento de limpeza.Há centenas de cabeças para máquinas de processo crítico, mas nenhuma máquina capaz de processar a limpeza com eficiência e efetividade.
Há somente 15 anos desde que os rolos limpadores de contato foram introduzidos pela primeira vez, notamos que a indústria poderia obter uma grande vantagem.
É importante reconhecer o aspecto do valor adicionado da limpeza de contato. Com um investimento típico de US$15.000,00 em um sistema, o custo do capital pode logo ser recuperado com economia e seguir mostrando uma significante melhoria nos pontos críticos.
Bem como todas as novas máquinas e processos é importante ter responsabilidade certa desde o diretor sênior até o nível operacional para assegurar que novas tecnologias sejam entendidas e implementadas adequadamente. Freqüentemente todo contato com o limpador se torna justamente um condutor como o operador percebe que se a placa vai até o fim e volta, a outra então deverá estar trabalhando. Errado! É o que acontece dentro que faz a diferença.

A eficiência e a boa manutenção do rolo removedor de partículas e uma troca regular dos rolos asseguram um melhor trabalho removendo a contaminação de partículas pequenas e micro-métricas.Ignorar a limpeza da sala e a sua própria é muito dispendioso.

As chaves para melhorar a performance são:

• A eficiência do rolo removedor de partículas: nem todos os rolos são iguais na performance de limpeza – comprar componentes baratos é falsa economia.
• Manutenção: Todos os rolos têm uma vida finita relacionada ao tempo de trabalho útil.

Uma engenharia apropriada ao rolo adesivo e o suporte da montagem: O rolo adesivo deve ter a correta adesividade para evitar que a transferência seja estreita ou de forma empenada, de modo a manter pleno contato com o rolo removedor de partículas – este deve rodar livremente.
Tendo feito investimento em equipamento a empresa precisa cultivar uma atitude positiva na área de produção como o princípio 'boa limpeza na sala' em adição a limpeza 'just in time' e então colher os benefícios dos aumentos dos lucros gerados pelo melhor controle de contaminantes.
Limpadores de partículas modulares são usados tanto em linhas de manufatura da placas de circuito impresso como em linhas de produção das folhas de cobre. Os módulos de limpeza podem ser configurados para adaptar-se em qualquer linha ou processo e operar em qualquer orientação.

Helton Matos
Diretor Comercial da Dupiza
dupiza@dupiza.com.br



Testes

IMAGINE abrir... 1,3GB em 135 segundos

Se você pensa que o seu computador é rápido espere para ver atentamente os testes que foram realizados com um Power Mac G4 com dois processadores de 1,25GHz, 512 MB de memória RAM, 120GB de HD, Gravador de DVD e CD, Leitor de DVD e CD e Sistema Operacional Mac OS X 10.2.1 Acompanhe!

A Convite da Apple, a Revista Empresário Serigráfico promoveu um verdadeiro test drive no novo Power Mac G4 top de linha da empresa. Durante 10 dias, a editora organizou testes com respectivos usuários do setor de produção gráfica, formando uma comissão editorial capaz de avaliar os resultados do equipamento. Estiveram presentes: 2 empresas de bureau de fotolito especializadas em serigrafia, 7 empresas prestadoras de serviços, 2 profissionais de agência de publicidade e 1 anunciante da área de cervejarias. Além disso, convidamos a ITG, empresa especializada em sistemas de transferência de imagem e controle de cor (serigrafia, fotografia, offset fotoprocessos, sistemas digitais e outros processos gráficos).
Os resultados impressionaram a todos os profissionais que simularam na prática, trabalhos que geralmente demoram horas para serem processados por conta da capacidade dos computadores. Poderíamos escrever um livro sobre este teste para demonstrar a maneira com que este equipamento sensibilizou a todos que participaram.

Power Mac G4 em ação!

Todos os novos modelos do Power Mac G4 possuem dois processadores PowerPC, que permite o desempenho de 18,3 gigaflops, ou seja, 18 Bilhões de operações de ponto flutuante por segundo. Em outras palavras um avião!

Em termos comparativos a um excelente PC Pentium 4 – 2,53GHz, o G4 foi 83% mais rápido. O início dos testes foram realizados com imagens de 320 MB que para abrir levaram apenas 48 segundos. Não contentes em explorar a potência do equipamento nosso conselho editorial preparou uma super imagem que resultou em 1,3GB e sem qualquer tipo de problema ou erro o arquivo ainda recebeu no Photoshop, efeitos especiais e posteriormente foi preparado para fechamento de arquivo levando apenas 20 minutos para processar separadamente as cores (CMYK) no formato de um banner de 70 centímetros por 1,00 metros.

Monitor de 23 Polegadas

Junto ao potente G4, a Apple também nos mandou um monitor Apple Cinema HD de 23 polegadas de cristal líquido com matriz ativa TFT (Thin Film Transistor). Durante os testes o que mais impressionou a comissão editorial foi o Tempo de Montagem da Imagem no Monitor. Instantâneo! Mesmo trabalhando com altíssimas resoluções de imagens com 600 dpi e 1,3GB o desempenho do equipamento foi fantástico. Afinal de contas todos estavam à frente de 2,3 milhões de pixels digitais. "O difícil vai ser voltar a trabalhar com o meu monitor de 17 polegadas analógico" Comenta um dos participantes do teste.

Mal acostumados com a tecnologia e fazendo justiça a característica de um bom brasileiro, a comissão editorial descreveu como ponto negativo os seguintes fatores.

1. Baixo desempenho de abertura das imagens direto do CD. A mesma imagem de 320MB que abrimos em 48 segundos demorou exatos 10 minutos para abrir a partir do CD. Se bem que hoje ninguém faz este tipo de tarefa habitualmente.
2. Para gravar um DVD com 4,2GB o equipamento levou 49 minutos e 20 segundos.





3. Os profissionais dos bureaus e calibração de sistemas embora adoraram o monitor de cristal líquido com matriz ativa, apontaram uma leve distorção das cores visto por diferentes ângulos. "Se você estiver a 90° do monitor as cores se apresentam de uma forma. Para os que estão um pouco ao lado, os tons mudam levemente".Comenta Ary Luiz Bom, Consultor da ITG.

4. O sistema operacional "Mac OS 10.2" não permite que você estabeleça uma configuração de memória para cada aplicativo como era possível nas versões anteriores. Segundo o gerente de produto da Apple, Rodrigo Pellicciari, o sistema é inteligente e faz estes ajustes automaticamente de acordo com a utilização do equipamento.

Custo Benefício

Inicialmente o equipamento pode ser absurdo de caro. O PowerMac G4 Dual 1.25 GHz tem como preço sugerido R$ 20.900 e o Monitor de 23 polegadas - R$ 22.110. Entretanto, fizemos alguns exercícios matemáticos por conta de tanto desempenho e agilidade proporcionado pelos equipamentos. Chegamos a conclusão que para agência de publicidade cujos clientes investem milhões de reais em campanhas, este valor pode ser depreciado em menos de 1 ano. O equipamento também apresenta ótimo custo benefício para empresas que investiram mais de 150 mil reais em máquinas serigráficas e ainda empresa de comunicação visual que produzem a partir de impressoras digitais de grande formato como Vutek, Inca, Nur, Scitex e outras. Vale lembrar que em todo mundo a Apple tem se destacado com seus produtos, porque está efetivamente apresentando produtos que cumpram com as necessidades do setor gráfico. Eu pelo menos não conheço outra empresa de aviões, ou seja, computadores que fechou o ano fiscal de 2002 em 28 de setembro com lucro líquido de US$ 65 milhões e faturamento de US$ 5,74 bilhões, além de US$ 4,3 bilhões em caixa. Além das impressoras e ou sistemas de impressão você precisa mensurar o seu investimento em computadores que possam efetivamente aumentar a sua produtividade e qualidade de imagem. Pense nisso!



Artigo

O desempenho da MÁSCARA_DE_SOLDA

"Como compreender as especificações e buscar resultados"

A primeira idéia de quem está se iniciando na produção de placas de circuito impresso é que a máscara de solda (aquele revestimento geralmente verde sobre o circuito) serve somente para impedir que o processo de soldagem forme curto-circuito durante a montagem dos componentes. Na realidade, a busca de evitar o curto-circuito vai, além disso, envolve também o próprio funcionamento elétrico e eletrônico da placa montada.

Para atender as necessidades do funcionamento do circuito, os cuidados de produção devem ser tomados antes, durante e depois da aplicação da máscara. Antes, vem a seleção de um material (ou tinta) que atenda às especificações, a preparação da superfície após a formação das trilhas de circuito (cuidados químicos), e as medições adequadas a estes cuidados.

Durante é necessário controlar as condições de aplicação, secagem e cura da máscara. Se esta máscara for do tipo fotografável (LPISM) também as condições de fotografia, revelação e penetração nos furos da placa devem ser controladas.

Após, vem à auditoria da performance obtida, a medida do atendimento às especificações do cliente. Geralmente, os clientes mais exigentes são os da área de telecomunicações. O circuito pronto deve garantir uma determinada isolação elétrica, expressa em Mega-ohms, e uma determinada rigidez dielétrica (resistência à ruptura) expressa em Volts por mícron de espessura ou simplesmente Kilovolts no circuito.

É claro que também o índice de absorção de solventes e a resistência à temperatura são importantes, mas geralmente os fabricantes dedicados à produção dos materiais para máscara de solda fazem com que estas características sejam atingidas com boa margem de erro no processamento. As outras características são muito mais dependentes do processo.

O teste de rigidez dielétrica é feito com um eletrodo com a ponta chata e diâmetro de 6mm, cujas bordas sejam ligeiramente arredondadas. Este eletrodo é completamente apoiado sobre uma área revestida pela máscara. O circuito ou qualquer trilha sob a área de teste é energizado, com um equipamento que permita até 10 mil volts.

Então aplicamos gradualmente a tensão, cerca de 500 volts por segundo, até ocorrer um curto (detectado pelo aparelho). A tensão aplicada no momento do curto é a tensão de ruptura. Vários clientes aceitam até 2000 volts, outros exigem 5000 - depende da finalidade do circuito.

A obtenção desta característica depende da aplicação, secagem e cura do material da máscara. Estufas que não possuam uma boa quantidade de renovação de ar podem fazer com que resíduo de solvente fique encapsulado na máscara, o que vai reduzir a capacidade da máscara. Nos piores casos pode-se observar ao microscópio a formação de micro-bolhas nas laterais das trilhas, correspondente ao fenômeno. A aplicação de material com espessuras muito elevadas torna ainda mais crítica a necessidade de renovação do ar na estufa. A eliminação do solvente antes da cura completa da máscara exige que o ar interno da estufa se mantenha com a máxima capacidade de absorção, através de temperatura controlada e renovação do mesmo.

No caso de máscara LPISM, o solvente residual afeta a própria fotografia da máscara, observável principalmente pela presença de resíduo nos furos após a revelação. Tanto a exposição quanto o revelador tem ação reduzida sobre a máscara com resíduo de solvente. Em produção, é comum ver o operador aumentar a ação mecânica dos jatos de revelador (quando deveria aumentar as trocas de ar na estufa), reduzindo o resíduo nos furos, mas piorando a aderência nos detalhes de imagem (undercut na máscara). A indicação final do processo com falhas virá com o teste de rigidez dielétrica.

A outra característica, resistência de isolação, também pode ter diferentes especificações conforme o cliente. Algumas normas especificam entre 7000 e 30.000 MegaOhms.

A obtenção destes valores não depende somente das características da máscara e seu processamento. Um fator que interfere aqui é a contaminação do laminado (base do circuito) por íons condutivos causada pelo processo de geração das trilhas do circuito. Também deve ser considerada a possível contaminação iônica devida ao fluxo de soldagem na fase de montagem dos componentes ao circuito.

continua na próxima página...

Artigo

O desempenho da MÁSCARA_DE_SOLDA

... continuação

Após a produção das trilhas de circuito por corrosão, o banho de neutralização gera sais que podem contaminar o circuito. Solventes podem ser utilizados para eliminar estes resíduos iônicos, mas isto exige ou um banho adicional, e/ou um equipamento compatível (geralmente as partes de plástico ou borracha dos equipamentos de corrosão podem ser afetados por solventes).

Os sais tendem a se acumular como cristais, e a contaminação tende a ocorrer na presença destes acúmulos (nos roletes emborrachados de transporte das placas, por exemplo). A prevenção da contaminação iônica vem com a limpeza constante preventiva dos equipamentos, com um possível banho de descontaminação, e com a medição nos painéis antes de aplicar a máscara de solda.

A medição é feita em um equipamento com circuito fechado de solvente (álcool isopropílico + água deionizada) onde se banha o painel de circuito (cubeta) re-circulando o líquido e medindo a variação de condutividade do solvente. A medida da contaminação é feita em termos de microgramas de sal por cm2 de painel de circuito - o instrumento fornece a quantidade equivalente de sal após todo o líquido ter re-circulado.

Algumas normas especificam 1 micrograma por cm^2 como limite.

O teste de isolação propriamente dito é feito gerando-se cupons de teste com trilhas (imagem padronizada) formando pentes e medindo a isolação propriamente dita. Estes pentes têm os dentes de 1/2 polegada (1,27 cm) com largura de 0,025 polegadas (0,6 mm). Estes cupons são medidos com e sem máscara, com a máscara chapada e também formando um pente no sentido cruzado às trilhas.

Nos casos mais críticos, a isolação será medida variando a tensão aplicada (45 a 100 volts) e submetendo a amostra a uma câmara com temperatura e umidade do ar controlado, sendo amostras sob diversas condições medidas e a média de resultados realizada.

Nosso objetivo com este artigo não é ensinar a fazer os testes, para tal é necessário seguir as instruções das normas (IPC, ASTM, etc.) e obter os dispositivos e instrumentos de teste. Aqueles que já fornecem aos clientes que especificam estes valores provavelmente estão familiarizados, mas aos leitores que tem a intenção de se profissionalizar mais profundamente na produção de placas de circuito, esperamos ter fornecido algumas informações que nem sempre estão facilmente disponíveis.

Ary Luiz Bon - Consultor da Cat Consultoria e da ITG; em sistemas de transferência de imagem e controle de cor (serigrafia, fotografia, fotoprocessos e sistemas digitais). ary@empresarioserigrafico.com.br

PACK GLASS RUSSIA



Feira de Vidros na Russia

A GlassPack 2002 aconteceu de 01 a 04 de novembro deste ano em Moscow, Russia. O evento atraiu a atenção dos fabricantes de embalagens dos setores de alimentos, perfumes, cosméticos, farmacêuticos e produtos químicos. Segundo alguns seminários apresentados durante o evento, foi abordado a forte tendências das embalagens voltarem a serem produzidas em vidros. Segundo a organizadora, na Russia, os investidores acreditam no Vidro como forma de embalagens e estão satisfeitos com os resultados do primeiro salão internacional especializado para embalagens de vidro.
www.glasspacksalon.ru

Linha de tintas UV para Corrugados e Vidros

A Coates Screen do Brasil, filial da Coates Screen dos EUA apresenta a sua linha de tinta serigráfica UV para poliondas (plástico corrugado), CorFlute COR amplamente testada e aprovada em adesão, resistência à intempérie e à luz.
Recentemente foi lançada também uma linha de tinta serigráfica UV para impressão de vidros, Crystal GLS, especialmente desenvolvida para a decoração de mesas de jogos e espelhos.
Além disso, a empresa lançou com receptividade inesperada, a máquina digital ScreenMatch , desenvolvida pela Coates Screen da Inglaterra, para impressão de PROVAS digitais com a maior semelhança com o impresso em máquina serigráfica jamais visto, além da impressão de FOTOLITOS de altíssimo padrão, definição e densidade.
Informações:11-5566-3560

Artigo

Redução de odores de Solventes

E_VENTILAÇÃO_AMBIENTE

Algumas vezes os serígrafos têm perguntado sobre vapores de solventes orgânicos (VOCs) em suas fábricas e ambientes de impressão. Estas questões vêm por diferentes motivos:

- Preocupação da gerência sobre requerimentos de saúde dos trabalhadores;
- Reclamações de vizinhos sobre o odor emitido pela fábrica;
- Reconhecimento de que vapores concentrados podem constituir risco de incêndio;
- Temor de problemas de saúde causados pela exposição continuada;

Afortunadamente, existem diversas maneiras de reduzir odores de solventes orgânicos, e vamos examinar os benefícios. A redução do uso é geralmente preferível a remover somente o odor, mas muitas vezes o tratamento do ar antes de tirar para a atmosfera é inevitável.

Existem diversas fontes geradoras de vapores de solvente nas empresas de impressão. A maior de todas é o uso de tintas à base de solventes, que são geralmente fornecidas com 50% de conteúdo de solventes. Geralmente o impressor adiciona solvente para ajustar a viscosidade. Se a empresa usa 500 litros de tinta, pelo menos 250 litros de solvente serão evaporados durante o processo de secagem, foras a quantidade adicionada para ajustar a viscosidade. Após a impressão, as matrizes devem ser limpas, o que é feito utilizando mais solventes - a limpeza é a segunda maior fonte de emissão de solventes.

Muitos solventes utilizados nas tintas serigráficas liberam vapores que são mais pesados do que o ar, e por isso os vapores tendem a se acumular no nível do solo. A maneira rápida de eliminar o odor é melhorar a ventilação da área de impressão. A melhor localização para esta ventilação é ao nível do solo. Entretanto, muitos fazem esta ventilação alto na parede ou no teto. Para a ventilação alta funcionar, os vapores devem ser sugados até este nível, requerendo mais força, fazendo passar o solvente pela área de respiração dos funcionários e influenciando a secagem na tela.

Diversas modificações podem melhorar esta situação crítica.

Sistemas simples de extração envolvem dutos no nível o solo e exaustores para extrair o solvente para fora. Isto é eficaz no ambiente de impressão, mas não resolve o problema do lado de fora. Em alguns casos, pode ser necessário reunir as tomadas de vapores e estender a tubulação até o teto com exaustores em série. Conforme regulamentações do governo quanto a volumes permissíveis de emissão, um equipamento afterburner (queimador de vapores de solvente) poderá ter de ser instalado. Tudo isto leva a custos, e, portanto a solução alternativa de menor custo é tentar reduzir o uso de solventes.

Talvez a instalação de equipamento para extração ao nível do solo e na área de limpeza de telas possam ser suficientes, mas a redução geral de uso de solventes representa economia e não pode ser desconsiderada. É possível reduzir a quantidade de solventes. Uma forma é instalar um sistema de recirculação de solventes na área de limpeza de telas, com filtros e bombeamento, e talvez decantação para não descartar imediatamente o solvente utilizado. O solvente de limpeza pode ser substituído por uma mistura mais segura, de menor volatilidade. Existem diversos fabricantes de solventes seguros, e embora de maior preço trazem economia enquanto sistema pela redução do volume utilizado e pela eficiência comparando com os solventes de limpeza "baratos" de alta taxa de evaporação. Alguns fabricantes destes solventes fornecem sistemas (equipamentos) completos para limpeza de telas.

Uma redução significativa na utilização de solventes é obtida substituindo as tintas convencionais por tintas de cura UV. Diversos estudos comprovaram que esta solução é econômica e traz benefícios para a produção e para o ambiente. Existem estudos de caso à disposição caso sejam solicitados.

Cabe lembrar que existem solventes de limpeza com perfume agregado para esconder o odor desagradável. Acontece que um vapor de solvente que cheira como laranja ainda é um vapor de solvente, e deve ser tratado de acordo a bem da saúde das pessoas. Existem países onde se requer que os vapores sejam eliminados antes da saída da ventilação para a atmosfera. Este tratamento exige a combustão com afterburners, a lavagem do ar com cortinas de água, adsorção por resinas ou catalizadores. Às vezes o carvão ativado pode resolver o problema, mas todos estes métodos tendem a representar custos significativos, dependendo também dos requerimentos de qualidade do ar extraído.

Como no caso de qualquer prduto industrial, usuáros são avisados para vestir equipamento protetor, como luvas resistentes a solvente, óculos e aventais quando manuseiam solventes, tintas e suas misturas. Precauções gerais incluem evitar contato prolongado, proteger olhos, pele e usar ventilação, e em alguns casos ter disponíveis absorvedores químicos e máscaras especiais. Dependendo do tipo de solvente e/ou produtos químicos, podem haver cuidados especiais quanto a contato com olhos, pele, ingestão, inalação, respingos e fogo. Verifique sempre a ficha de segurança de produtos que envolvem solventes.

Eu encorajo os usuários a me contactar diretamente na Sericol, ou a qualquer membro de nosso time de serviços técnicos, para quaisquer informações adicionais aos boletins de serviço técnico como este que você está lendo.

Denise Breard - Gerente de Serviços Técnicos
Sericol Hong Kong Limited
denise.breard@sericol.com
Tradução: Ary Luiz Bon

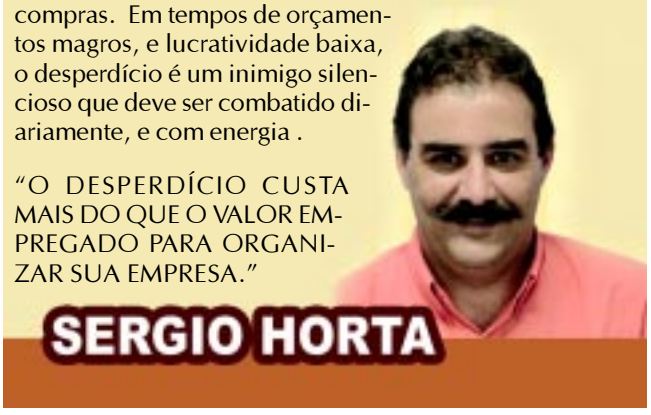
Artigo

Cuidado com o Desperdício

Recentemente lendo uma matéria do renomado e muito conceituado consultor na área gráfica Thomaz Caspary, tcaspary@uol.com.br, surgiu a idéia de falarmos em algo que nos rodeia e que muitas vezes não percebemos.
Estamos falando do desperdício, que pode ser detectado de muitas maneiras, e em muitos setores de uma empresa serigráfica .Pois então vejamos:
Departamento de Vendas: Se o seu vendedor apresenta com freqüencia solicitações de orçamento para 500, 1000, 5000, 10.000 peças, em dois ou três tipos de materiais, será que o cliente está certo do que esta querendo, será que o vendedor está sabendo conduzir corretamente a negociação. O seu orçamentista é lento? Será que o depto solicitante fornece todas as informações necessárias. O departamento de compras fornece custos atualizados dos insumos ? Existe na sua empresa um impresso ou planilha para cálculos destes custos?
Departamento de compras: Estamos comprando bem? Compramos preço ou Qualidade? Quem está determinando essa relação custo/benefício? Temos certeza que não existe opções de fornecedores com mesma qualidade e preços melhores?
Departamento de Produção: Com certeza o campeão no desperdício. Temos 2 casos recentes de empresas conhecidas, e amigas, que por motivos diferentes resolveram fazer uma "faxina" geral na produção. No primeiro caso, vamos citar um item para se ter uma idéia do absurdo. Foi encontrado no estoque de tintas UV, 8 galões de azul cromia, todos abertos, e com corte com base em proporções diferentes. Resumindo, e conforme o seu proprietário, acrescentando-se um grande aproveitamento de sobras de poliestireno, polietileno, sucatas em geral, ouve uma economia de aproximadamente R$ 20 mil.
No segundo caso, aproveitando o advento das eleicões, resolveu-se aproveitar "algumas tintas" que estavam meio de lado, sem que se soubesse exatamente porque .
O total dessas "algumas tintas" era aproximadamente 200 kilos, entre tintas abertas, fechadas, fora de linha, cores especiais, etc. Sabendo que hoje as tintas UV tem seu preço aproximado entre R$ 40 e R$ 50 o kilo, verifica-se que ouve uma grande economia.

A solução para estes tipo de problema não é tão complicado, temos diversos exemplos de empresas que mantém fichas de consumo de insumos, por trabalho executado, e confrontando estes dados com os do estoque e ou compras. Em tempos de orçamentos magros, e lucratividade baixa, o desperdício é um inimigo silencioso que deve ser combatido diariamente, e com energia .

"O DESPERDÍCIO CUSTA MAIS DO QUE O VALOR EMPREGADO PARA ORGANIZAR SUA EMPRESA."



Bastidores Internacionais

O airbag, usado para ajudar a diminuir os ferimentos em acidentes de automóvel, têm funções específicas para que ele funcione de acordo com a posição dos passageiros nos assentos e a serigrafia é responsável por isto. Vejamos
Em alguns automóveis do mundo, existem sistema de airbags que possuem sensores que reconhecem a posição em que a pessoa senta, ou ainda se o assento está sendo ocupado por uma criança e neste caso o airbag deverá abrir e desdobrar de uma forma diferenciada.
O que poucos sabem, é que o nível de segurança deste processo é determinado pela impressão serigráfica e laminação do material. Entretanto, o parâmetro mais importante para a função adequada do sensor está na impressão, que utiliza pastas condutoras em espessuras rigorosamente controladas. Para se ter uma idéia, tolerância de expansão deve sempre ser menor do que 0.1mm.
Para chegar a resultados plenamente satisfatórios, que envolvem precisão e altas produtividade a Interlink Eletronics (empresa situada em Luxemburgo, que desenvolveu os sensores em 1992), optou por uma parceria com a Thieme (fabricante alemão de equipamentos serigráficos).
A Thieme conseguiu desenvolver um completo sistema para produção de sensores garantido por equipamentos que controlam a qualidade de impressão e laminação.
Os mecanismos de alimentação foram modificados para acomodar substratos finos entre 90 e 200 mícrons, que geram uma grande quantidade de estática durante o processo produtivo. Este mecanismo de alimentação possui um sistema anti-estática que permite atingir o máximo de qualidade para produção de sensores.
Após a alimentação das folhas nos equipamentos, impressão e cura (secagem por completa) das tintas impressas, os sensores são testados em uma linha de produção modular.
No módulo dos testes, existem vários pontos que testam a condutividade da tinta impressa.
Caso haja algum problema apontado pela programação do computador, a peça danificada é retirada automaticamente da linha de produção. Vale dizer que a programação, confere os parâmetros da peças, de acordo com os padrões de qualidade do ISO 9000.
www.thieme-products.com

Vick comercializa Polionda

O polionda é um material de Polipropileno, leve, resistente, atóxico, impermeável, lavável e reutilizável, podendo ser fabricado em várias espessuras. Em termos de aplicação este material tem sido muito utlizado para produção de peças promocionais. A Vick comercializa este material com tratamento corona, para viabilizar a melhor aderência da impressão serigráfica sobre o material. Além disso, é possível aplicar vinil auto adesivo para produção de placas de sinalização. Informações: 11 3959-3388

Artigo



Emulsão, Qual a Ideal?

É grande a variedade de emulsões nacional e importadas disponíveis no mercado. Por este motivo talvez torne-se comum o fato de algumas empresas de serigrafia ficarem em dúvida quanto a emulsão que irá adquirir para a gravação de suas telas.

Muitas vezes os preços tem uma variação muito significante e ao contrário do que possa parecer, nem sempre a mais cara é a melhor para determinados tipos de trabalhos.

Quando você tiver dúvida quanto a emulsão, é conveniente, além de consultar um técnico através das empresas representantes de emulsões, que deverá orientá-lo na escolha da emulsão adequada a sua necessidade., abrir um procedimento de avaliação dentro da sua própria empresa.

Mas, será que o meu pessoal tem condições para esta avaliação? Claro que sim. É o mesmo que criar um caderno de receita onde cada teste ou aplicação é descrita de modo a verificar na prática alguns aspectos como definição, resolução, resitência da matriz na produção, qualidade do trabalho impresso, rentabilidade, nota para manuseio e reaproveitamento. Junto ao fabricante você pode fazer comparativos e solicitar informações com relação a teor de sólidos e composição da emulsão (Fotopolímera, diazóica, duplacura e resistência a solventes /água ou universal).

É importante lembrar também que as emulsões não mudam só de cor, mudam também de preços. O serígrafo pode está usando uma emulsão de custo alto desnecessariamente, ou está usando uma emulsão de baixo custo e não está atingindo o resultado esperado em seus trabalhos. Aconselho que toda empresa tenha em seu laboratório dois tipos de emulsão, sendo: Uma para alta resolução e definição e outra para trabalhos mais simples como chapado, traços não tão finos e outros tipos de trabalhos que não contenham detalhes finos. Porém, quando o trabalho for um reticulado de lineatura fina ou traços finos em tecidos fechados, o serígrafo não pode abrir mão de uma emulsão que possa reproduzir toda imagem contida no fotolito. Algumas emulsões reproduzem bem a imagem, no entanto, não resiste a grandes tiragens, por isso é bom ficar atento e ter uma emulsão que atenda as sua necessidades e seja resistente.

Convém lembrar que a cor da emulsão pouco importa, quanto ao tecido aconselha-se usar sempre tecidos de cor laranja ou amarelo.

Aconteceu na SGIA 2002

Aproximadamente 12.000 profissionais de serigrafia e comunicação visual estiveram visitando a SGIA este ano, que foi realizada em St. Louis, Estados Unidos. Apesar da baixa expectativa do mercado brasileiro em relação as incertezas políticas e flutuação do dóllar, foi positivo e significante a visitação de brasileiros ao evento. Com exatamente 475 estandes, o público parecia encantado com as inovações digitais apresentadas durante o evento.

Na área de pré-impressão, fabricantes de tinta como a Coates Screen apresentaram soluções digitais para produção de fotolitos e provas contratuais a partir de sistemas jato de tinta. Ainda neste quesito, os softwares para separação de cores cada vez mais atualizados em suas versões permitem qualidades superiores e atrativos diferenciados para o mercado de serigrafia.

Em relação a confecção de matrizes, alguns fabricantes estiveram demonstrando um aumento de desempenho e resultados para as máquinas que dispensam fotolitos e gravam a imagem desejada diretamente na tela.

A digitalização não parou por aí. As chamadas Flatbed, impressoras digitais com sistema uv para impressão de materiais rígidos deram um show de demonstração e versatilidade ao permitir a impressão sobre diversos tipos de materiais. Os destaques ficaram por conta da Eagle 44 da Sericol e a PressVu da Vutek.

www.sgia.org



Acontece em Fevereiro de 2003

Salão Internacional das Indústrias e Comunicação Gráfica Acontece em Barcelona de 10 a 16 de fevereiro, a Graphispag 2003. O evento está sendo projetado com a participação de 450 estandes. Os interessados podem obter maiores informações visitando o site:
www.graphispag.com



Evento

André Peyskens

NO_BRASIL

Durante o mês de outubro, uma personalidade internacional do setor serigráfico esteve no Brasil ministrando palestras técnicas sobre confecção de matrizes. André Peyskens, técnico executivo da Saati Print, ministrou palestras para mais de 500 profissionais brasileiros a começar em São Paulo na Microservice e depois na unidade de Manaus, Saint Gobain, Pilkington, CD+, Sonopress, Videolar, Sony Music do Rio de Janeiro e de Manaus, Videolar e na Abigraf, onde estiveram reunidos 107 profissionais.

Após a tradicional apresentação da empresa, André tratou logo de falar sobre a evolução da tecnologia."Hoje temos tecidos mais resistentes, conhecidos com o nome de Alto Modulo; ao mesmo tempo, a disponibilidade de fios de diâmetro mais fino tem permitido aos fabricantes produzirem tecidos adequados para a impressão de pontos de maior densidade. O desenvolvimento tecnológico conjunto na fabricação do fio e do tecido permitem aos produtores oferecer malhas para aplicações industriais específicas, como a decoração de CD o circuitos impressos, onde é necessário um alto rendimento de reprodução".Comenta o palestrante.

Na seqüência, André explicou os pontos principais de um tecido e como é feito dentro da Saati o controle de qualidade para que seja disponibilizado ao mercado internacional um padrão uniforme dos produtos.

Após a demonstração de todos os procedimentos técnicos para a escolha ideal do tecido, a apresentação se estendeu falando sobre quadros, equipamentos para emulsionamento, produtos químicos e a necessidade da utilização de instrumentos para o controle do processo. Enfatizando a importância do controle, André Peyskens explicou sobre valores Rz. "No inicio dos anos 90 a indústria da serigrafia adotou o uso de um instrumento utilizado na engenheira para medir o perfil da superfície de qualquer tipo de metal. Hoje este instrumento é conhecido como medidor de rugosidade" oferecendo resultados em mícron. Este tipo de medida é identificado como Rz. As matrizes para impressão serigráfica em geral oferecem uma boa qualidade de impressão quando a rugosidade fica entre 5 e 10 mícron Rz."Explica André.



Amplo material de apoio

Para todas as apresentações a Saati preparou um material muito rico composto inclusive por um CD no qual apresenta o histórico do grupo Saati, todas as literaturas de produtos disponíveis para o mercado brasileiro e o conteúdo da palestra de André Peyskens.

A Saati do Brasil pretende trazer André novamente quando a tradução de seu livro "Os fundamentos técnicos da confecção de matrizes" estiver efetivamente pronto. E por falar em livro, André após o evento nos comentou o contentamento em saber que um de seus livros foi ponto de partida para algumas serigrafias como revelou Mauro Della Giustina, diretor da Classic Artes Serigráficas, durante evento realizado na Abigraf.

Para o ano de 2003, a empresa ainda pretende realizar mais eventos e trazer outros especialistas europeus com a finalidade de trocar experiências e fazer com que a qualidade técnica no Brasil aumente cada vez mais. À frente do projeto da Saati no Brasil, Ana Munöz diz estar apenas realizando o que a empresa já havia prometido para seus clientes e conclui: "Pesquisamos o mercado, planejamos e agora estamos executando. E isto é só começo".

