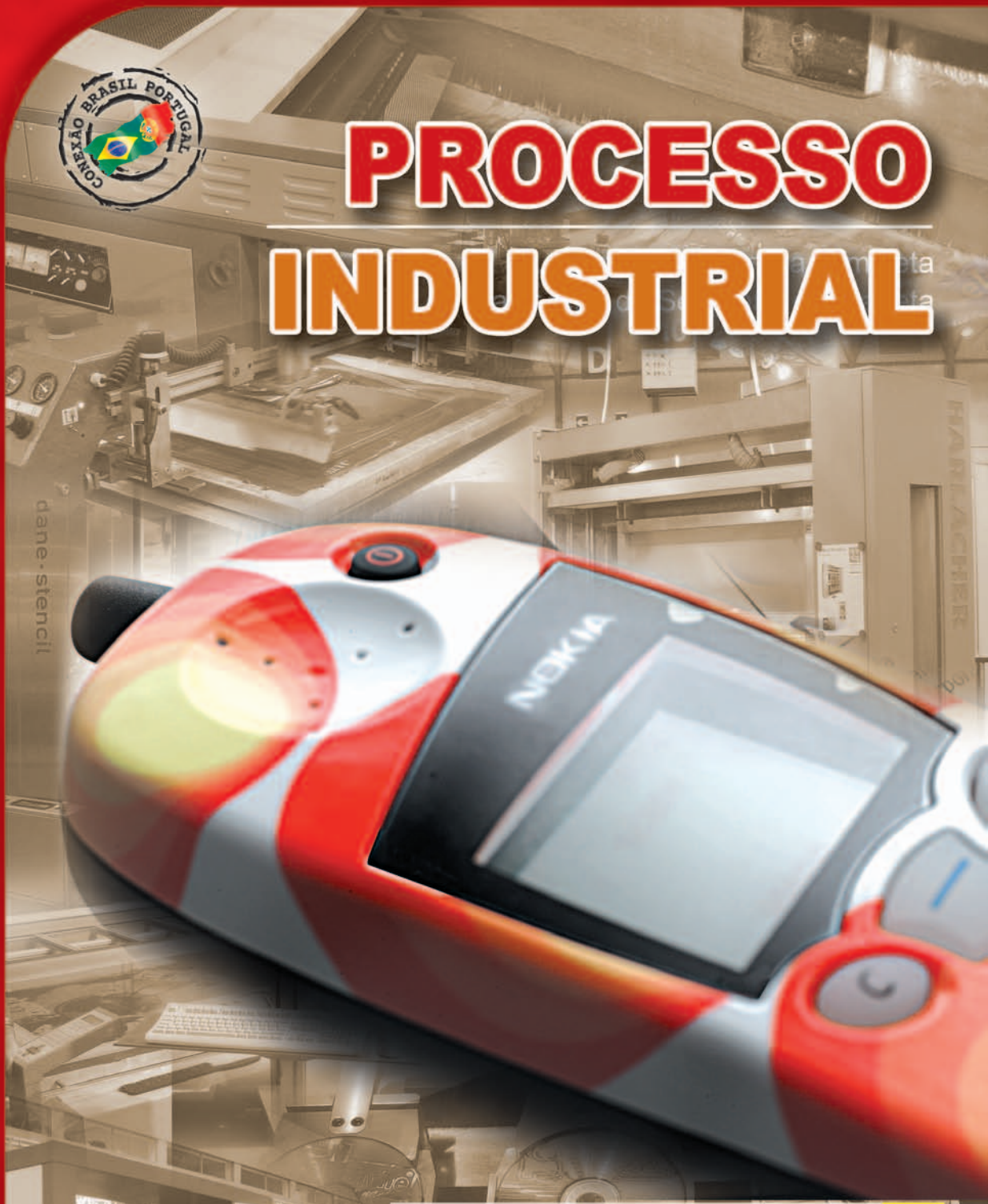
www.empresarioserigrafico.com.br

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

CONEXÃO BRASIL PORTUGAL

PROCESSO INDUSTRIAL



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

Depois de esboçar um início de ano com pouco trabalho, o setor de serigrafia começou a ganhar força no início de março logo após os desfiles das Campeãs. A questão é que com margens de lucro cada vez menores, torna-se difícil recuperar dois meses com quase nada de serviço. Isto é ruim para todos.

Para que possamos ter alguns dados comparativos, o preço da tinta ultravioleta no Brasil passou de uma das mais caras do setor internacional para a mais barata em um período de 3 anos. Como isto é possível? E as empresas de serigrafia, como explicam os apertos? Não quero dizer quem estar certo ou errado, apenas tenho essas dúvidas e busco algumas respostas para entender tamanha situação. Pelo que me lembro, antes as empresas pagavam 120 reais no kilo da tinta para produzir banner e ganhavam dinheiro, hoje pagam um preço muito menor, que não tenho coragem de citar e vivem tendo problemas financeiros. A inadimplência tem crescido muito nos últimos anos e ninguém tem sido beneficiado com esta situação. Embora cada um saiba sua real necessidade de ter que faturar a qualquer custo para pagar as contar, eu quero aproveitar para lhe fazer um convite. Envie-me um e-mail com os dados de sua empresa, ramo de atividade e número de funcionários, com o título "Planejamento".

Nossa pretensão é de indicar os melhores treinamentos dentro da necessidade avaliada por cada empresa e não se preocupe: não estamos falando de treinamentos de alto custo, alguns são inclusive gratuitos. A Revista Empresário Serigráfico quer participar ativamente deste mercado para que possamos juntos colher bons frutos. Pode contar conosco!

Marco Marcelino - Diretor
mmarcelino@serinews.com.br



Cartas.....06
Notas.....08
Mercado.....12
Artigo.....14
Têxtil.....16
Capa.....18
Sala Vip 20
Artigos.....22
Criação.....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

Contatos Comerciais
Adriano Lima
adriano@serinews.com.br

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

Internet:
www.empresarioserigrafico.com.br

Assinatura Anual: R$ 42,00
Assinatura Internacional: US$ 50,00
(International Subscription)
Exemplar Avulso: R$ 7,00

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

1ª COPA DUBUIT DE FUTEBOL SOCIETY



A fabricante de tintas Dubuit Color está organizando a 1° Copa de Futebol Society que será realizado de15 a 22 de março na Playball Pompéia, localizada na Av.. Nicolas Boer, 66. O objetivo da organizadora é promover um momento de confraternização entre as empresas do setor. Para manter a integridade dos atletas e funcionários, a Dubuit contratou uma empresa especializada em arbitagem e também apresentou no dia 12 de março o regulamento que seguem regras da Federação Paulista de Futebol Society.
Ao todo são 18 equipes distribuídas em 6 chaves com três equipe. O evento irá reunir cerca de 300 pessoas que se mostraram empolagas com a iniciativa. Os vencedores da Copa , além de troféus e medalhas receberão: 1° Lugar - um DVD; 2° Lugar - um Micro System e 3°Lugar - um Walkman. Os 6 primeiros da Copa serão cabeça de chave no evento do próximo ano. Vejam como ficaram as chaves. Quem estiver interessado em saber os resultados dos jogos, basta acessar o site www.serigrafia.org.

CHAVE A	CHAVE B	CHAVE C
WRJ	Collor Tek	Delta Screen
RTC	Pipas Ícaro	Opção Marwin
ALPHA DISPLAY	Sonopress	Ponto Focal

CHAVE D	CHAVE E	CHAVE F
Impressão Serigráfica	Cia Serigráfica	IMART
Schweiztec	Sinimplast	Grecco e Guerreiro
Novo disc	Mirage Adesivos	Visual Printer

CMY Innovation traz a linha de produtos especiais da Sky Print

A CMY que há dois anos vem ganhando destaque nos vários mercados que envolvem a Comunicação Visual, traz os produtos da Sky Print, novos vinis adesivos, indicados para o mercado de comunicação visual, signs, displays, montagens de estandes de feiras, vitrines e usuários de plotter de recorte.
A linha traz materiais decorativos especiais, como vinis metalizados, fluorescentes e holográficos, além de muitos produtos que serão comercializados em várias cores. Entre os metalizados, a CMY oferecerá dez tipos, nas cores prata, escovado, ouro escovado e areia, entre outras.
Informações: 11 3331-0577

CARTAS

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

Eu gostaria de saber desta conceituada revista uma dúvida referente a terminologia tela, haja vista que trabalho com comunicação visual e serigrafia. Abraços a toda e equipe e mais uma vez os meus parabéns pela excelente revista.

John Beck – Diretor da Impressão Digital

RESPOSTA: Obrigado Beck pelo envio de sua importante dúvida. Informamos que o termo pode ser utilizado para os dois segmentos: Serigrafia e Comunicação Visual. No caso de serigrafia, tela é a tradução do termo americano screen, utilizada para fazer a reprodução das imagens. Atualmente, outro termo usado para esta finalidade é o de Matriz ou ainda Forma Serigráfica.
Em termos de comunicação visual, a interpretação tela, se dá pelos princípios do processo manual de pintura artística sobre lonas e outros tecidos. Ainda hoje este termo é muito comum na região do Rio de Janeiro e até mesmo na Espanha. Ou seja, quaisquer produções em impressão digitais nestes locais são chamadas de tela. Algumas empresas utilizam este termo inclusive no nome fantasia da empresa como é o caso da Eletrotela.
Mais uma vez obrigado.

Ary Luiz Bom – Consultor e Colunista
Revista Empresário Serigráfico

Parabéns pela qualidade de informções que a revista Empresário Serigráfico vem nos proporcionando, gostaria de parabenizá-los pela máteria (Diretrizes para uso da malha na quadricromia) fornecida pela Saati.

Dorival Antonio M Pinto- Videolar

Reciba nuestras Felicitaciones y que sigan adelante; ya que su revista es de mucha utilidad; para los que trabajamos en el arte de Serigrafia. Además, solicto a usted, si es posible, darnos alguna dirección de fabricante de Etiquetas « IN MOLD « ., que sirve estas Etiquetas; para inyectar con las piezas plásticas. Sin más por el momento, quedo en espera de sus noticias.

L. A. OSWALDO COTACACHI LOPEZ

Tomei conhecimento da Revista Empresário Serigráfico na feira de Madri" FESPA 2002". Tenho 46 anos e trabalho na arte da serigrafia desde os 15 anos, percurso esse, por várias partes do mundo entre elas o Brasil, S. Paulo na Empresa IBAGOL na R. AUGUSTA (1976 a 1978). Hoje sou formador de SERIGRAFIA e ESTAMPARIA na ILHA DA MADEIRA minha Terra Natal. Já recebi dois números da REVISTA e sei que era o que me faltava, PARABÉNS.

Rui Veloza - Portugal

Notas

Nasce a Associação Brasileira de Serigrafia e Sinalização (ABSS)

A ABSS, fundada em 07 de Fevereiro de 2003, é uma associação civil, sem fins lucrativos e sediada na cidade de São Paulo, na Rua Apiacás, n. 534 cjt. 22. Segundo o estatuto social, alguns dos objetivos da associação são:

• Promover, estimular e favorecer a indústria de serigrafia e sinalização, visando o desenvolvimento técnico e comercial desse mercado, incentivando e incrementando estudos para melhorar o nível técnico desse mercado.

• Coletar e repassar informações sobre padrões tecnológicos avançados, visando o aprimoramento do associado.

• Aprimorar e difundir os conceitos éticos, sociais e comerciais entre os associados, para uma melhora na conduta do mercado.

• Promover e manter intercâmbio informativo com outras associações e entidades afins, inclusive entidades internacionais.

• Assessorar os associados junto aos Orgãos Federais, Estaduais e Municipais.

• Desempenhar quaisquer outras atividades correlatas aos objetivos sociais estabelecidos neste Estatuto e regimentos internos.

Integrantes da Diretoria com mandato inicial de 5 anos		
Presidente	Sylvio B. Mraz	SBM Consultoria
Vice-presidente	Claudilei Simões de Sousa	O Serigráfico
Diretor 1o. Secretário	Wagner Jocionis	Prodespel
Diretor 2o. Secretario	Gisele de Oliveira	Gisigns
Diretor Tesoureiro	Vanderlei Assis de Oliveira	Metalprinter
Diretor Social	Rosada De Contti	Emporium
Diretor de Eventos	Gustavo Pereira de Sousa	Image
Diretor de Admissão	José Carlos Ribeiro de Lima	Riscofer

Apreendidos mais de 20 mil cds piratas em Uberlândia

Uma mega-operação na Zona Central de Uberlândia, MG, contra ambulantes, na qual foram apreendidos cerca de 20.100 CDs piratas gravados. A ação foi realizada pela Polícia Civil, por meio da Delegacia de Defraudações de Uberlândia, com apoio da APDIF - Associação Protetora dos Direitos Intelectuais Fonográficos. Na mesma semana dois mineiros foram presos em flagrante por praticarem a pirataria de CDs. José Geraldo do Nascimento, de 34 anos, mantinha um Laboratório na Zona Norte de São Paulo, com 22 drives de gravação, que correspondem a uma produção anual de 1,3 milhões de CDs. No local também foram encontrados 6 mil CDs piratas gravados e outros milhares de CDRs virgens, nove torres, seis monitores, quatro teclados, telas de serigrafia e 120 mil encartes. A APDIF - Associação Protetora dos Direitos Intelectuais Fonográficos, foi criada em 1995, pela ABPD - Associação Brasileira de Produtores de Discos.



Associação iberoamericana de Serigrafia

A ASIB- associação iberoamericana de serigrafia, impressão digital e suas aplicações tem promovido muitas novidades através do portal www.asibnet.org. Para as empresas que tem interesse em exportar seus produtos este pode ser um excente canal de comunicação e divulgação.

Todas as cores da Pantone no Brasil

A Stock Photos, representante master da Pantone no Brasil, já distribui no país toda a linha de produtos da empresa norte-americana. Os carros-chefes são as infalíveis escalas de cores criadas e produzidas por ela.

A Fórmula Guide, por exemplo, traz 1.114 cores sólidas do sistema Pantone de combinação de cor, com fórmulas de mistura, impressas em papel brilhante, sem brilho e couchê fosco. Já a Solid Process to Guide compara 1.089 cores sólidas Pantone com as equivalentes obtidas por quadricomia em cada utilização. As porcentagens CMYK de tintas da trama aparecem impressas abaixo de cada cor. A linha Pantone inclui cerca de 20 escalas de cores dirigidas a todos os segmentos de impressão. Informações, 11 3242-6684.

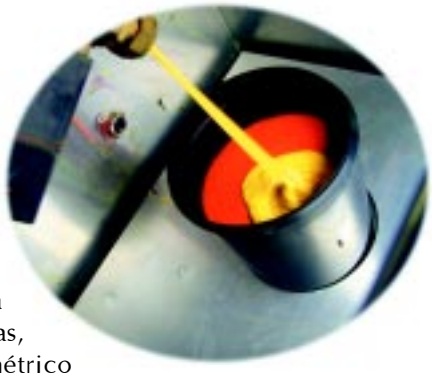


Autotype lança linha de películas para telefonia móvel

As películas Autoflex foram projetadas para decoração em moldes, conhecido também por IN MOLDE (IMD) com alta resistência a abrasão e químicos. Informações através do site: www.autotype.com

Notas

Valores Colorimétricos em Serigrafia



ABTG, SENAI e serígrafos fazem o levantamento dessas tintas brasileiras. Por meio da Comissão de Estudos de Serigrafia do ONS 27, diversos técnicos da área de serigrafia, juntamente com a ABTG – Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica - e o Senai, realizaram uma bateria de ensaios com tintas serigráficas, a fim de levantar o perfil colorimétrico brasileiro e comparar os resultados com os propostos pela norma internacional ISO 2846-4, que especifica cor e transparência para tintas serigráficas.

Fornecedores de tintas serigráficas disponibilizaram amostras de suas tintas de processo (cyan, magenta, amarelo e preto) para a realização das análises. Com concentrações de 50%, 60%, 70%, 80%, 90% e 100% dessas tintas, foram feitas puxadas em amostras de papel Leneta, um tipo de papel padronizado para a realização de ensaios de tintas. A puxada com concentração de 100% é destinada para a medição da cor, enquanto que as concentrações mais baixas, servem para a análise da transparência.

Os ensaios foram feitos em condições de temperatura controlada e com equipamentos aferidos e padronizados. As amostras impressas, após o tempo recomendado para a secagem, foram medidas colorimetricamente e a partir desse resultado foi feito o relatório com o perfil.

As empresas Cat Consultoria, Cor & Aparência, Coates Screen, Midgraf Fotolitos e Tec Screen, que participam da comissão junto com a ABTG, o SENAI e a colaboração da Revista Empresário Serigráfico, constataram que o perfil do cyan e do amarelo estão bem próximos dos valores internacionais. Já o magenta, como acontece em outros processos de impressão, tem um desvio muito grande em relação ao padrão colorimétrico internacional. "Isso se deve ao tipo de pigmento usado no Brasil", afirma Luiz Ricardo Emanuelli, técnico de normalização que acompanha os trabalhos desse grupo, "mas os especialistas decidiram por adotar os valores ISO, uma vez que o mercado precisa se adequar aos padrões internacionais" completa Luiz Ricardo.

O preto é medido somente para a análise de transparência. Agora, o projeto brasileiro está sendo encaminhado para Consulta Pública - fase em que o projeto fica à disposição de qualquer interessado para análise - e, posteriormente será encaminhado para publicação como Norma Brasileira.

Informações: www.abtg.org.br

Klabin alcança o seu melhor resultado operacional em 2002

- Volume total de vendas aumentou 4%, atingindo 1,863 milhão de toneladas
- Receita líquida atingiu R$ 2,814 bilhões, 16% superior a 2001
- Receita bruta alcançou R$ 3,163 bilhões, 14,6% superior a 2001
- Exportações aumentaram 11% em volume e receita com vendas externas cresceu 31%, totalizando R$ 1,107 bilhão (US$ 372 milhões)

A Klabin obteve em 2002 seu melhor resultado operacional – R$ 651 milhões, 37% superior ao apurado em 2001. "O ano de 2002 foi extraordinário para a Klabin", afirma o diretor geral, Miguel Sampol. "Tivemos recordes de produção em praticamente todas as fábricas de papel, recordes de produção e comercialização de madeira, recorde de produção e venda de celulose especial, e um esforço recompensado no aumento das exportações, que nos permitiu obter melhores resultados além de solidificar nossa presença em novos mercados."

4 novos produtos para a Linha Aplike Sign Jet

A Aplike lança mais 4 (quatro) novos produtos , que serão adicionados na linha Aplike Sign Jet - mídias para impressão Digital com tinta a base de água. Desta forma a linha passa a ficar com 12 diferentes tipos.

A linha Sign Jet são mídias de impressão compatíveis com as principais impressoras jato de tinta (ink-jet) a base de água do mercado.

Para clientes já cadastrados no site www.aplike.com.br estes produtos já estão disponíveis para compra no link " compre agora " . Se preferir , ligue para 0800 19 4666 ou 11 4056 3977.

Solução de Fotolitos apresentados na Alemanha

No último dia 26 de fevereiro cerca de 40 profissionais estiveram reunidos em Düsseldorf, Alemanha a convite da Agfa, ColorGATE e Epson, que tinham o objetivo de discutir os aspetos teóricos e práticos da impressão digital (inkjet) para fotolito serigráfico em materiais de grandes formatos. Além de não precisar de reveladores químicos, foi demostrado que a utlização do fotolito digital é uma tendência que cumpre com as exigências de alta qualidade. O processo é indicado para quem tem um gasto excessivo de fotolito, somado ainda aos aspectos de tempo de produção demasiado com a terceirização. Na Europa o sistema completo para verticalizar este processo IN HOUSE, dentro da empresa, custa 10 mil Euros, cerca de 35 mil reais aqui no Brasil.



Habib's lança novo roduto

Com criação da Z+ Comunicação, em parceria com a PPM, a rede de fast-food Habib´s lança o novo produto, pasteizinhos de Belém na mídia.

A campanha entrou no ar, em rede nacional, o filme de 30", intitulado "Piada de Português", brinca com a rixa entre brasileiros e portugueses, mostrando uma "revanche" dos lusitanos através de piadas.

Para a produão da campanha foram investidos R$ 2 milhões, envolvendo criação do filme, mídia e materiais de ponto-de-venda.



Vitória teve semana da publicidade

Com criação da Nave Comunicação, da capital do Espírito Santo, a divulgação da 7a edição da Semana de Publicidade e Propaganda do estado teve como mote a frase "Está na hora de você ouvir coisas novas", baseando sua criação em jargões bem humorados do universo publicitário, como "No Jornal Nacional não tem erro" e "Aumenta a logomarca".

Para esta campanha foram produzidas peças em outdoor, cartaz, spot, folder e banners. A criação é de Fernando Laranja e Bruno Alves.

Lew Lara e LMG

A Lew Lara desenvolveu duas campanhas para seus clientes, aproveitando a versatilidade do outdoor. A primeira foi para a marca Dzarm e contou com 520 peças por todo o Brasil, embalados um a um pela LMG.

O segundo cliente que está em campanha é a Cultura Inglesa. A tradicional escola de idiomas colocou nas ruas outdoors com apliques especiais na forma do leão, seu logotipo, dando ênfase à campanha com a frase "um inglês forte sempre ajuda". A campanha da Cultura Inglesa compreende 228 outdoors em três modelos diferentes.

Prefeita Sanciona Lei de Mídia Exterior

A Prefeita Marta Suplicy sancionou o projeto de Lei nº 406 da Vereadora Myryam Athiê (PPS), que regulamenta a atividade de Mídia Exterior na cidade de São Paulo. O projeto foi aprovado com dois vetos importantes. Um deles é sobre o envelopamento de prédios. O outro é sobre a permissão de mídia em ruas coletoras. Fora esses, os demais vetos se basearam apenas em aspectos técnicos e não influenciam muito no geral.

O aspecto do envelopamento deixará ainda a questão sem regulamentação, embora a cidade já tenha tido experiências com esse tipo de mídia (como no caso do edifício adesivado com propaganda da globo.com, próximo à Av. Cidade Jardim em São Paulo). Com relação às ruas coletoras, a legislação de São Paulo prevê a cidade com ruas e avenidas classificadas como estruturais, coletoras e locais. O artigo vetado previa a permissão de publicidade nas chamadas ruas coletoras, em imóveis localizados a, no máximo, 120 metros de uma via estrutural. Aspectos importantes foram preservados pela prefeita no projeto, como o de altura máxima permitida que é de 15 metros para todas as áreas da cidade.

Campanha Ponto Frio

O mote da campanha direcionada ao estado do Sul será a pergunta "O que é ser gaúcho?".

As melhores respostas dadas, além de ganhar prêmios entre R$ 500 e R$ 2.000,00, farão parte de uma campanha publicitária que durará uma semana. Semanalmente a rede fará a escolha das quatro melhores frases e, posteriormente, a melhor de todas, escolhida pela população, fará parte de uma campanha publicitária a ser produzida em outdoors e jornais, além de adesivos para carros e filme para a TV.

Papel da propaganda no novo cenário brasileiro foi tema de fórum

Os publicitários Sérgio Amado, da Abap e Ogilvy, Luiz Lara, da Lew / Lara e Julio Anguita, da Sight.Momentum foram alguns dos palestrantes que participaram do *I Fórum Emergencial de Marketing e Comunicação* que aconteceu no dia 13 de fevereiro no Espaço Apas, em São Paulo. Os publicitários aproveitaram o evento para fazer uma análise do papel das áreas publicitária e promocional no novo quadro econômico do País. Além deles, estiveram presentes os líderes empresariais Mauro Multeno (McDonald's), Carlos Tilkian (Estrela), Silvana Cassol (O Boticário) e Martinho Paiva Moreira (APAS - Associação Paulista de Supermercados), etc.

Central de Outdoor muda diretoria

A nova Diretoria Seccional da Central de Outdoor, para Minas Gerais, será dirigida por Regina Ziller, que substitui Henrique C. Lamassa.

Regina Ziller pertence à empresa Gran-BH Placas e será responsável pelas 18 afiliadas no Estado, compreendendo 30 municípios. Maiores informações sobre a entidade acesse: www.outdoor.com.br



Tecido, Branco ou Amarelo?

Os tecidos podem ter as mesmas características (lineatura, espessura do fio e ligamento), entretanto o resultado da reprodução da tela pode ser muito diferente em função da cor do tecido.

Apesar das grandes vantagens dos tecidos amarelo ou laranja sobre o tecido branco, ainda é grande o uso dos tecidos de cor branca na serigrafia, mesmo com as dificuldades que o serígrafo tem para reproduzir detalhes finos, que dependendo da arte, não será possível transferir fielmente a imagem contida no fotolito para tela, por melhor que seja a emulsão e o equipamento utilizado.

A falta de informação faz com que alguns serígrafos faça uso de tecido apenas de cor branca. As vantagens que o tecido branco leva sobre o amarelo, é a resistência a grandes tiragens, tempo de exposição e por ser claro torna-se mais visível para fazer o acerto do registro. Na verdade se o serígrafo dispor de bom equipamento ultravioleta para gravação de tela, e uma boa emulsão, não terá dificuldades com tecido de cor amarelo, muito pelo contrário não terá os problemas ocasionados nas telas com tecidos de cor branca. Portanto quando tiver que gravar imagens com detalhes finos e reticulados deve evitar tecido de cor branca sendo recomendado utilizar os tecidos de cor amarelo ou laranja.

Eu também quero aproveitar esta edição para informar que estarei buscando novos desafios e experiências na PAG-IN Estamparia e Confecções, situada no Rio de Janeiro. Desta forma, espero continuar trazendo dicas e comentários que vão ao encontro das necessidades dos leitores desta revista que muito fico feliz de fazer parte do quadro de colunistas. É gratificante poder trocar informações e levar para a prática muitas das coisas que lemos e escutamos.

Aos novos amigos do setor têxtil, coloco-me a disposição para desenvolver temas que possam melhorar a qualidade das produções das matrizes serigráficas. Portanto, anote meu e-mail: neilsoneloy@ig.com.br

Nova temporada de Suicídios

Todo início de ano as empresas encaram momentos de dificuldades e este ano ainda temos o fator indecisão.

No setor de material promocional de grande formato, tive informações, e também reclamações de preços praticados. Tomei a iniciativa de solicitar um orçamento para diversas empresas. O produto a ser cotado era o seguinte:

- 4.000 banners, 0,90X1,80 em polietileno 0,20 - 4 cores, sem fotolito, com acabamento padrão e pgto à vista.

Insisti com todas as empresas contatadas, para que explicassem, mesmo que superficialmente como calculavam seus custos. Obtivemos todos os tipos de critérios e justificativas para os números que nos passaram. Os preços sugeridos variaram de R$ 6,50 à R$ 14,30.

Vamos refletir com muita calma:

Por mais diferenças que haja nas estruturas de produção, no número de empregados, no poder de compra de insumos, etc, não pode haver diferenças de preços tão grandes. Será que o ingrediente "desespero" está influenciando. Até que ponto a "venda pela venda" é interessante ?." A fábrica está parada, e eu tenho que cobrir os custos fixos de qualquer jeito!

Esta é uma afirmação que ouvi mais de uma vez, e não tenho como contestar, mesmo porque não tenho acesso aos números internos de cada empresa.

Se é uma atitude temporária, tudo bem, porém quando se torna rotina, é um caminho perigoso e normalmente sem volta .Muitas destas atitudes estão baseadas e escoradas em posições paternalistas por conta de fornecedores, que sabemos que muito em breve irão mudar radicalmente, causando grandes dificuldades para estas empresas que não conseguem adequar seus custos.

A minha função como colunista desta conceituada revista não é, e nunca será, a de dizer, ou tentar ensinar como cada empresa deva proceder. Cabe a nós, participantes deste mercado, colhermos informações, trocar opiniões, e levar para os nossos leitores, fatos que estão acontecendo, para que cada um tire suas próprias conclusões.

A minha conclusão, baseada nos 23 anos de experiência neste mercado é a seguinte: A grande maioria das empresas de serigrafia desse país, precisa com urgência de uma consultoria profissional no que se refere a custos, senão corre o risco de piorarem em muito a já terrível situação em que se encontram. E não vão poder contar com as "benesses" de fornecedores, pois esses também estão sofrendo dos mesmos males, e já estão mudando seus comportamentos.



Tendências e Tecnologias do Plastisol

A tinta plastisol não é nenhuma novidade para o setor têxtil de serigrafia, porém, existem algumas mudanças no comportamento desta tecnologia a ponto de oferecer produtos com melhor acabamento e custos reduzidos. Este último, se dá por motivos de que a nova tecnologia desenvolvida, dispensa o uso de secadores intermediários, podendo imprimir úmido sobre úmido (Tecnologia Co-Plus). Como sabemos este tipo de procedimento antes somente era possível com as tintas à base de água, em específico através das pastas para fundos claros.
Em meados de 2000, a Sericol implantou no Brasil a linha Texopaque OP que atendem essas características de acabamento e redução de custos no processo. Entretanto, a empresa tem desenvolvido novas linhas da Texopaque que atendem algumas normas que protegem o meio ambiente, saúde ocupacional e exigência de clientes que buscam qualidade de vida para os que usam artigos têxteis no dia-a-dia.

Tecnicamente as tintas plastisol da Sericol têm os seguintes aspectos:

• Não tem metais pesados em sua composição (isenta de agentes químicos tóxicos), como determina a norma de segurança de brinquedos EN71-3: 1995;
• Atendem as normas Öko-Tex 100 (normas regulamentadoras para exportação de materiais têxteis.);
• Não contém produtos que degradam a camada de ozônio descritos na Convenção de Montreal;
• Possui formulação livre de hidrocarbonetos aromáticos que sabidamente tenham efeito adverso ao meio-ambiente e saúde ocupacional;

Vamos ver então algumas inovações em termos de tintas plastisois projetadas em especial pela Sericol no último ano. A linha Texopaque agora tem dois novos e diferentes sub grupos, além do Texopaque OP (classic).
1. Uma versão de plastisol que não utiliza em sua fórmula o DOP (Di-octíl ftalato).
2. Formulação que além de não usar o DOP, também não utiliza a resina à base de PVC (Poli Cloreto de Vinila).
Essas tendências tiveram iniciativa em países escandinavos como por exemplo, a Suécia, que seguiu tais exigências de clientes finais, principalmente na linha esportiva e infantil.

No Brasil estas mudanças ainda não surtiram efeitos comerciais devido a grande maioria dos consumidores não estarem familiarizados com estas novas tendências e também pelo custo diferenciados por se tratar de linhas específicas, principalmente para os que estão interessados em exportar seus produtos.

Celso Vicente Pavani – Sericol
celso.pavani@sericol.com

"A Sericol Internacional vê o mercado brasileiro têxtil como promissor e por este motivo estaremos fabricando a partir de abril no Brasil a Texopaque OP (Classic)." Comenta Marcus Carillo, gerente comercial da Sericol do Brasil.
marcus.carillo@sericol.com





Dublado em alto relevo

O Efeito Alto Relevo com dublagem de dois tecidos indicado pela Gênesis é feito a partir da aplicação de Sericryl Puff e Sericryl Termocolante dando visual de imitação de processo feito em máquinas de "Alta Freqüência".
O processo é indicado para malha de algodão, malhas de P.A, PV e sintéticos. Segue abaixo dicas da empresa.
Dublado Localizado: Aplicação de Sericryl Puff Ref.T-5900 com tela de 32 fios com repique para relevo alto e sem repique para relevo baixo ou com definições finas. Após a secagem superficial do Puff, aplicar Sericryl Termocolante Ref. T-5088 com tela 32 fios na área total da dublagem dos tecidos. Pode também ser utilizada tela com reserva na área da impressão do Puff. Aguardar secagem superficial (máximo 01 hora), levar para prensa térmica com outro tecido sobre posto e prensar à 180° C por 12 segundos com pressão aprox. 80 Libras.
Visite o novo site:
www.genesistintas.com.br

Embalagem para Artigos Têxteis

Com o objetivo de qualificar a logística da indústria têxtil, a Metalnox vem desenvolvendo equipamentos na área de dobras e embalagens.
A dobradeira e Embaladeira MDM 240 é resultado desse desenvolvimento, indicada para dobrar e embalar camisetas, saias, bermudas, roupas infantis, toalhas e etc.
O equipamento diispõe de um CLP (Controlador Lógico Programável) que permite fazer qualquer seguência de dobras necesárias.
Outras Informações: 47 370-4959

CAPA

Por Marco Marcelino

PROCESSO INDUSTRIAL



Seguindo as normas internacionais aplicadas por empresas fabricantes e fornecedores de insumos de serigrafia, dividimos a Serigrafia em três setores primários: Artes Gráficas, Têxtil e Industrial. Este último que é o tema de nosso artigo envolve as seguintes aplicações: Frascaria, Compact Disc, Cerâmica, Circuito Impresso, Membrana, Etiquetas, Cartões de Crédito, Vidros, etc.

Popularmente a serigrafia é conhecida como processo rudimentar que imprime camisetas, seja no fundo de uma casa ou dentre as milhares de confecções espalhada por todo o Brasil. Entretanto, o setor industrial demonstra uma outra realidade, uma vez que é de sua responsabilidade decorar, por exemplo, o produto mais consumido do planeta como é o caso do Compact Disc. Ou ainda componentes eletrônicos através de placas de circuito impresso e membrana e também vidros de eletrodomésticos e até placas para controle do Air Bag. Talvez por este motivo que a técnica seja considerada a mais versátil.
Mas de uma forma geral, como anda o setor industrial de serigrafia que tem inúmeras aplicações?

Não muito diferente de outros setores, na indústria serigráfica, o problema maior também é a falta de mão de obra especializada. O número de experts em cada nicho é muito pequeno e mais agravante do que os outros setores, haja vista, que estamos falando de empresas que precisam investir em equipamentos que não são tão baratos. Muitas empresas até oferecem um treinamento aos funcionários quando os novos equipamentos chegam, mas com o passar do tempo, alguns funcionários vão embora e os que chegam quase nunca aproveitam 100% o desempenho do equipamento. Por outro lado, muitas empresas, principalmente no ramo de frascaria reclamam que os custos de treinamento oferecidos pelos fabricantes são muito caro e mais do que isto: Pouco proveitoso!
"Quem vem dar treinamentos são pessoas estrangeiras. Nós não sabemos falar diretamente com eles sobre algumas de nossas dúvidas. E a pessoa que traduz nem sempre consegue intermediar as conversas técnicas, mas sempre se acha superior e tudo para eles são simples". depoimento de alguns funcionários do setor, ao qual não vamos citar os nomes. Aliás, para quem está preocupado em vender mais equipamentos, preste atenção no Feedback que acabou de ler. Este tipo de depoimento pode chocar inicialmente, mas se pensarmos com calma, quanto será que estes funcionários não poderiam estar ajudando sua empresa ao revelar os fatos que ele acredita ser interessante?
Além disso, não me parece lógico, investir milhões em equipamentos e processos e não gastar em treinamento, um valor que todos sabemos que é baixo, perto da responsabilidade e importância dos clientes. Quer um exemplo de empresa que com treinamento hoje é referência de mercado na área promocional? WRJ!

Em muitos casos, a serigrafia industrial é o último processo e historicamente a mais complicada que apresenta o maior número de problemas, logo é de responsabilidade dos fabricantes e importadores treinarem seus vendedores para não atrapalhar as condições de trabalho dentro de uma empresa. Vamos citar um caso que acompanhamos:

Case Interessante

- Uma indústria tem um encarregado muito bom tecnicamente que faz boas impressões. Um belo dia um vendedor pergunta ao comprador da empresa, que não conhece nada de serigrafia, mas sim de números, porque ao invés de cortar o tecido da matriz ele não reaproveitava o mesmo a partir de produtos capaz de des-revelar a imagem e gravar outra por cima. O vendedor mostrou números de quanto custa um tecido e quanto custa o produto de des-revelar e o comprador sem perguntar ao encarregado especialista, comprou um lote e determinou a partir da diretoria que aquele processo fosse usado para reduzir custos.
Pois bem, os produtos químicos são excelentes e indicados para outros casos, porque este já trabalhava com o limite máximo de impressão oferecido pelas características físicas do nylon esticado na tela. Ou seja, esta empresa fazia 100.000 impressões com a tela, e ao recuperar aquela tela teria de fazer o impossível, imprimir mais 100.000 peças. Resumo: O comprador foi para rua e o vendedor tem dificuldades para vender.

Treinamento e Busca de Informação

Atrelado ao fato do treinamento à falta de informação tem promovido muitos problemas. Achar que o meu concorrente é a empresa que faz o mesmo que eu, é um pensamento retrógrado, pois se a classe não for representativa e eficiente, outros processos como offset, flexografia e digital vão tomar iniciativas e apresentar soluções que venham a tirar o seu chão como já aconteceu para alguns na área de embalagens. Logo a empresa para não perder o cliente se vê obrigada a acompanhar os novos concorrentes e investir em outros tipos de máquinas, ampliando ainda mais a sua malha de problemas.

Aprimorando cada vez mais

No mundo todo, a serigrafia industrial, é orgulho pela responsabilidade de aplicação em produtos que fazem parte do dia-a-dia de nós seres humanos. E para este setor continuar apresentando uma boa taxa de crescimento basta que as empresa busquem suas metas através de um bom planejamento e não "fazejamento". Quer um exemplo de fazejamento, que inclusive já foi citado nesta revista pelo Consultor Ubirajara Silva Souza? Trata-se do controle de qualidade que tem pessoas para separar peças boas das ruins, mas poucos têm em sua empresa um profissional que está ali para corrigir estas perdas e transformar os prejuízos em lucros.

Tudo que falamos parece muito óbvio, mas falta ser colocado em prática a partir de um plano eficiente. Claro que estes fatores não devem ser considerados para muitas empresas que já se organizam e tem em sua estrutura profissional altamente capacitada e consultores que tem o objetivo de estarem sempre melhorando aquilo que já é considerado bom. Prova disso, é a DERPAC SILK na área de membranas.

Uma maneira simples de iniciar tudo o que falamos é convocar os fornecedores e ver a possibilidade para treinar os funcionários como foco no produto que eles já utilizam. Além disso, existem empresas como a Sefar, Saati, Sericol, Dubuit que, de tempo em tempo promovem treinamentos fora do país para que as empresas possam conhecer as tendências internacionais. Designar um representante de sua empresa pode ser a chave para motivar sua equipe a produzir cada vem mais em menos tempo de forma totalmente eficiente.













Nova Fábrica de Tintas

Cerca de 1.000 toneladas ano. Esta é a capacidade produtiva da nova Fábrica de tintas da Dubuit Color sediada na cidade de Pindamonhangaba, 130 kilômetros da capital paulista. A mega estrutura deu início às produções em 10 de fevereiro deste ano. Em meio a um ambiente muito agradável a direção da empresa ainda revela que a nova estrutura está modulada por prioridades e até o final do ano é esperado o término do Centro de Treinamento Serigráfico, que terá máquinas planas e cilíndricas, para que clientes façam estudos de processo, com acompanhamento de uma equipe técnica qualificada.

Hoje a empresa que produz cerca de 350 toneladas de tintas serigráficas por ano para atender o Brasil e Países da América Latina informa que com a nova estrutura irá produzir tintas para outros países como o Canadá, China e algumas especialidades para a Europa.

Ampliando seus horizontes

A Dubuit Color que deu início às suas atividades no Brasil há pouco mais de 6 anos, tem novas perspectivas de crescimento apontadas com a introdução em novos mercados para a empresa, como por exemplo o setor têxtil. Estudos estão sendo feitos por um conselho técnico sobre tecnologias plastisol, contando inclusive com um intercâmbio europeu para o desenvolvimento do produto.
Além desta novidade, a empresa se prepara para lançar uma linha de tintas convencionais a base de solvente para distribuição em lojas e também tintas flexográficas a base de água e ultravioleta para atender o mercado de etiquetas.

Mudança também na capital paulista

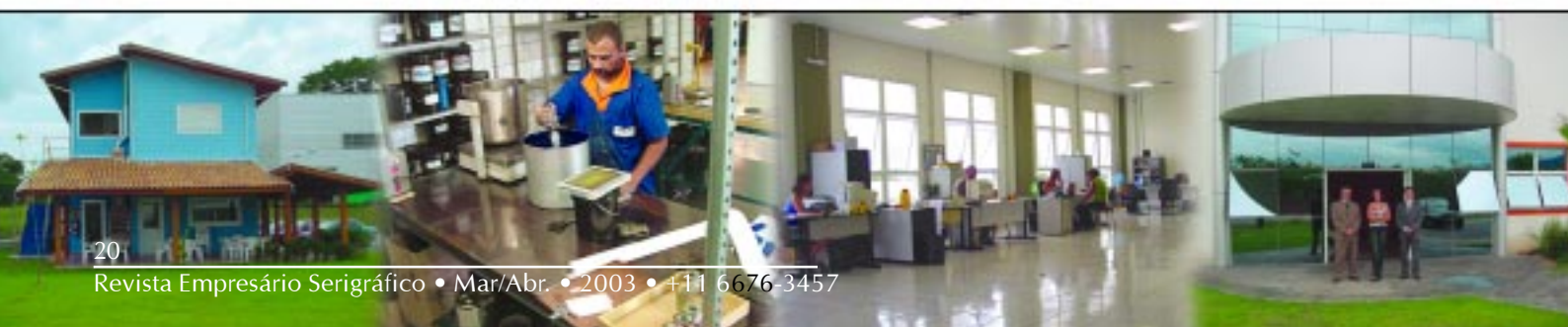
Na Capital, a Dubuit Color mudará em breve de endereço, posicionando a então filial na região de Guarulhos.
A estratégia desenhada pela diretoria da empresa, contará com um transporte próprio que fará viagens diárias da fábrica até a filial de São Paulo. "Nosso compromisso de qualidade e entrega será feito com a mesma eficiência e, também criamos uma estratégia para abastecer nossa filial no Rio de Janeiro." comenta Alain Bulfon, diretor da Dubuit Color. Ainda na unidade de Guarulhos a empresa contará com um departamento de confecção de matrizes serigráficas, a fim de complementar a linha de produtos comercializada pela Dubuit que além de tintas e telas, também, conta com rodos, emulsões, produtos químicos, kits para verificação de pré-impressão e outros.

Expectativas e Resultados

O próximo passo que será dado pela Dubuit é a busca pela certificação ISO 9000 da empresa no Brasil. "É importante o crescimento das vendas e acredito que a eficiência é o melhor caminho. Manter a melhor qualidade dentro de prazos para que os clientes possam atender principalmente as necessidades de mercados como o promocional". explica Alain.

Com o planejamento e metas traçadas, a empresa sente-se segura ao comentar sobre os seus projetos e já anunciou para a nossa redação, a festa do 1º aniversário da nova fábrica em 2004 com a presença de clientes, amigos e funcionários. E por falar em festa, vale lembrar que a Dubuit Color está organizando a 1ª COPA DUBUIT DE FUTEBOL SOCIETY com a finalidade de reunir, através da paixão nacional, os clientes e empresas amigas.

A nossa redação que foi convidada para conhecer a nova fábrica quer parabenizar a Dubuit Color pela obra realizada demonstrando tudo aquilo que nós estamos empregando nos últimos meses através de nosso editorial: Atitude!



Artigo

Controles objetivos e subjetivos

NA_SERIGRAFIA



Ary Luiz Bon - Consultor
ary@empresarioserigrafico.com.br

Durante um serviço de consultoria em um cliente, surgiu um caso prático da necessidade de fazer o que se chama um controle subjetivo da impressão. Como não havia controle da impressão a partir de densitômetros, foi implementada uma tira de teste para verificação a partir da observação visual.

As tiras de controle são imagens de teste com pequenas dimensões colocadas geralmente nas bordas a refilar dos impressos. Se este for o caso, recomendo a presença da tira de teste na matriz, mas fora da área da peça a imprimir, para possibilitar a impressão em paralelo em amostragens durante a tiragem.

Chamamos de controles objetivos aquelas tiras de imagem teste dedicadas a medição com instrumentos como densitômetros e espectrofotômetros. Os controles chamados subjetivos, não menos importantes, são aqueles que se destinam a uma conferência visual e resultados.

Imagem - tira de controle objetivo

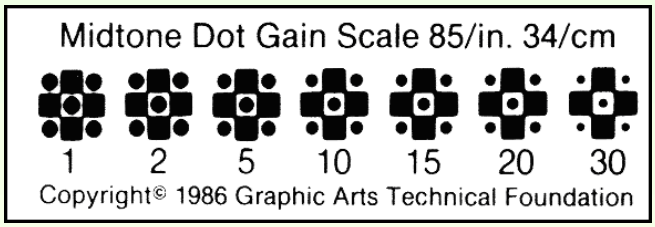
Teste padrão com 4 pontos de controle por cor.(largura 5 mm)



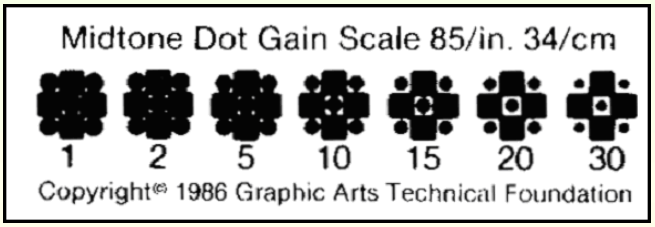
Para cada porcentagem nominal de retícula, o densitômetro fornecerá a leitura do valor resultante na impressão. As amostras de verde, azul e vermelho, junto com as amostras de 100% de cada tinta fornecem os valores colorimétricos resultantes da impressão.

Imagem: tira de controle subjetivo

Filme original (imagem ampliada)



Reprodução impressa.



Observe que este controle subjetivo permite determinar o ganho de ponto na área de 50% apenas (ponto médio da faixa tonal) e somente permite leituras discretas - no caso, de 5 em 5%. No exemplo, o impresso co 34 linhas por cm mostrar um ganho de ponto entre 15 e 20%.

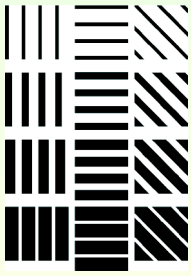
Quando se faz a impressão reticulada, saber exatamente quanto é ou como está o ganho de ponto ao longo da faixa tonal reproduzida requer um densitômetro e um controle objetivo. Para saber se uma cor está correta, da mesma forma é necessária uma tira com as composições de cor conhecidas para leitura, embora a cor não possa ser controlada na impressão, apenas as intensidades das cores das tintas utilizadas. O balanço tonal entretanto pode ser conferido desta forma, porque variações nas intensidades reticuladas de uma cor (ganho de ponto) interferem no conjunto de cores reproduzidas.

Os controles objetivos servem portanto para quantificar as variações do processo de reprodução. As causas destas variações, entretanto, podem ser mais difíceis de determinar. É aí que entra o uso de controles subjetivos. Efeitos direcionais na reprodução, erros de registro, limites de resolução (tamanho de detalhe) são exemplos de parâmetros do processo de reprodução da imagem detectáveis através de controles subjetivos. Estes parâmetros têm que ser avaliados pela observação visual da tira de teste.

O controle subjetivo também permite uma quantificação do parâmetro medido, desde que a figura inclua diversas medidas do parâmetro para detecção da medida onde houve a falha. Por esse motivo, o controle subjetivo recebe às vezes o nome de "controle paramétrico".

Imagens tipicamente utilizadas para teste de resolução podem, na tiragem, indicar se há perda de pontos, ganho devido a efeitos direcionais ou a variação de viscosidade da tinta, pressão de rodo, e controlar a manutenção do processo, determinando se a matriz está suficientemente limoa após uma parada na tiragem por qualquer motivo.

Imagem - teste direcional



(para detectar borrado na direção de passagem do rodo. (figura ao lado).

Considere para serigrafia a distância entre a primeira e a segunda linha como 0,5mm - observe que esta distância permanece igual em todas as amostras, são as linhas que variam de espessura. Na impressão (de 0,1 em 0,1 mm), Todas as amostras da figura deveriam aparecer "limpas" onde uma amostra se apresenta mais escura indica um aumento da espessura pelo borrado na direção do rodo. Este teste permite um controle visual da tiragem sem ampliação.

Existem muitas maneiras de se realizar controles da produção, não é o objetivo aqui listar tudo o que existe. Eu gostaria de finalizar dizendo que qualquer controle da produção ou da qualidade só pode ser feito se, e quando, se puder medir de alguma forma os resultados. Caso contrário, os resultados serão matéria de opinião pessoal, que como sabemos, cada um tem o direito à sua - e já não poderemos falar em qualidade.

Artigo



O que é "IMD"

Abreviação de "In Mold Decoration", o IMD, é um processo de injeção que recebe no interior do molde, um filme serigrafado, possibilitando a co-injeção e a obtenção de peça plana ou em 3D "três dimensões" já decorada.

As vantagens deste processo, não limitam-se apenas na economia de adesivo para fixação de etiquetas e painéis decorativos, estendem-se a redução de custos, aumento da vida útil do produto, solução para alguns problemas de pintura em peças plástica, mas sobretudo, é uma ferramenta que está aliada a possibilidade de avanço no design de diversos produtos.

O IMD, há muito é utilizado na Ásia, Japão, Inglaterra, Estados Unidos e Europa, na decoração de painéis automobilísticos, pára-choques de automóveis, relógios, eletrodomésticos, eletro-eletrônicos e principalmente na telefonia celular, mas é aplicado também na decoração de produtos promocionais, atuando na decoração de mesas de bares, jardim...

No Brasil este mercado vem ganhando projeção, algumas empresas, já estão fabricando mesas de bares, pratos e copos para festa infantil, sinalizando uma forte preocupação em atender este crescente e deficitário mercado brasileiro, principalmente no que diz respeito a peças técnicas.

De olho nesta nova fatia do mercado brasileiro, estão também os fornecedores, Americanos e Ingleses de máquinas, filmes e produtos de serigrafia para IMD.

Em outros países, é comum fazer parcerias para alcançar o resultado final, principalmente num processo como este que envolve diversas etapas destintas:

1) Serifgrafia: Nesta etapa esta a escolha da matéria prima do substrato e sobretudo uma tinta que suporte as solicitações da injeção é importantíssimo, já que é comum ocorrer: a) Lavagem da tinta ocasionando deslocamento da tinta por ação do fluxo da resina plástica; b) Falha de aderência da tinta na resina injetada; c) Trinca na tinta na etapa de conformação por falta de elasticidade da tinta.

2) Conformação: Etapa que busca deixar o filme serigrafado com a forma da cavidade do molde de injeção é pode ser obtida utilizando os seguintes processo: a) Vaccum form; b) Hydroform; c) High Pressure Form; d) Thermoform; e) Coldform; f) Accunform e outros.

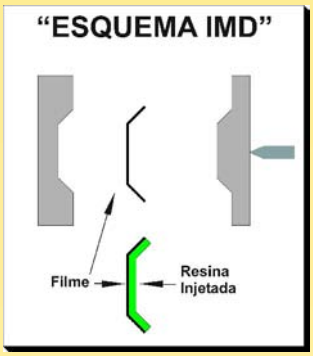
Vale salientar que a complexidade desta etapa está em evitar a distorção da imagem, provocada pela profundidade da peça ao tipo de matéria-prima do substrato.

3) Corte da Peça Conformada: Esta etapa pode ser simples ou muito complexa, vai depender da geometria da peça e da criatividade. Muitas vezes é preciso utilizar ferramentas progressivas, mas no caso de peças planas, o uso de faca de corte e vinco pode resolver. A verdade é que cada caso, é um caso.

4) Injeção: É necessário que resina plástica seja compatível com o substrato no caso de impressão frontal, ou compatível, com a tinta no caso de impressão traseira, contudo, existem coaltings (promotores de aderência), tanto para tintas vinílicas quanto para tintas U.V.

A fixação da peça conformada no interior da cavidade do molde, pode ser feita por estática, pilotagem (quando a peça apresenta furação) ou pode ser feita por meio de vaccum, neste caso é recomendado material com microfuros para não marcar o filme.

No molde, o bico de injeção, via de regra, fica posicionado do mesmo lado da placa extratora e o tipo e a escolha do local do bico em relação a peça, é primordial para evitar enrugamento do filme.



A persistência aliada a estudos práticos e teóricos, permitirá alcançar o conhecimento necessário para a obter Teclas Repuxadas, Logotipo em Baixo e Alto Relevo, Janelas para Display e Janelas para Led's.

Sem dúvida alguma, o "In Mold" é um mercado muito promissor, mas é também um mercado, que exige investimento significativo, razão pela qual nos Estados Unidos e em outros países, existem empresas que prestam serviços para cada etapa do processo.

Para se ter uma noção de grandeza de valores, a etapa de conformação pode exigir investimento próximo de U$80 mil (dólares).

Tenho dito, que algumas empresas estrangeiras estão prontas para fornecer máquinas, equipamentos e produtos voltados ao IMD, como é o caso da AUTOTYPE, empresa com sede na Inglaterra, onde tive a oportunidade de receber treinamento sobre IMD.

Na oportunidade aproveito para agradecer a atenção que recebi por parte da equipe da AUTOTYPE, basta dizer, que todo o tempo que estive em treinamento, a bandeira do Brasil esteve hasteada ao lado da Bandeira da Inglaterra e da Auto-Type.

Ubirajara Souza Silva- Consultor Serigráfico
bira.ss@terra.com.br

Atenção para as Mudanças



A ESMA é uma Associação dos Fabricantes e Fornecedores Europeu de Equipamentos para Serigrafia, fundada em 1990 e que a partir desta edição terá espaço cativo na nossa revista para informar os leitores sobre as tendências e comportamentos internacional do setor. Conceitualmente, a entidade reune os melhores profissionais. Nesta edição acompanhe o artigo escrito pelo Dr. Sem Seaborne, Presidente do Comitê de Segurança, Saúde e Proteção do Meio Ambiente da ESMA. Aproveitem!

O cumprimento das Diretrizes Européias sobre Compostos Perigosos (1999/45/EC) e a atualização da Diretriz sobre Substâncias Perigosas (67/548/EC) foram obtidas a partir da observação de serígrafos em rótulos de produtos e nas fichas de segurança de produtos (FISP). Ao mudar estas diretrizes, os fabricantes levaram em consideração os efeitos produzidos pelas mudanças de classificação e percurso do produto através da cadeia de suprimentos. Estas mesmas diretrizes já são adotadas no Brasil através das secretarias governamentais pertinentes. Algumas das mudanças mais importantes estão listadas abaixo:

Classificação quanto ao meio ambiente

Símbolo	Código de Risco	Perigo ao Meio Ambiente
N	R 50-53	Muito tóxico e permanece por muito tempo
N	R 51-53	Tóxico e permanece por muito tempo
N	R 50	Muito tóxico
-	R 52-53	Nocivo e permanece por muito tempo
-	R 52	Nocivo
-	R 53	Permanece por muito tempo

Muitos produtos químicos simples mantiveram a mesma classificação de impacto ambiental durante muito tempo, aparecendo em alguns produtos com o símbolo N (peixes mortos / árvores cortadas). A classificação se refere principalmente à toxidade nas águas.
As novas exigências consideram os efeitos das misturas químicas tais como tintas, solventes compostos, adesivos e outros como componentes químicos que poderiam ser objeto de uma designação de perigo ambiental. Vejam alguns destes componentes e oriente-se ao usar um produto químico.

Ftalatos

Estes produtos químicos podem atuar como plastificantes das tintas (Plastisol), emulsões e outros materiais como plásticos moldados ou injetados. A classificação varia de um ftalato para outro, mas o Di-butil Ftalato (DBP) é classificado como: N R50-53 (veja especificação no quadro acima ao aparecer estes códigos). Se algum produto conter mais de 2,5% de DBP, o rótulo deverá conter "Muito tóxico para organismos aquáticos, pode causar efeitos adversos duradouros nas águas". O DBP também é classificado como tóxico para o ser humano, e provavelmente será excluído da formulação das tintas.

Solventes

Estão presentes nas tintas, diluentes e produtos para limpeza. Alguns hidrocarbonetos alifáticos estão classificados como N R50-53 e tem que seguir a regra de rotulação dos ftalatos. Alguns hidrocarbonetos aromáticos (solventes derivados de petróleo) são classificados como: N R51-53.

Acrilatos

Os acrilatos são usados geralmente em tintas de cura UV, lacas e vernizes. Os acrilatos de baixo peso molecular são classificados como: N R51-53. Alguns acrilatos de peso molecular maior como o TPGDA (di-acrilato tripropilenoglicol) tem recebido classificação similar. Muitos dos produtos acrílicos usados em nossa indústria não estão classificados como perigosos para o meio ambiente, mas há muita confusão sobre a aplicação das diretrizes na rotulagem dos produtos. Mais de 2,5% de um produto desta natureza numa composição requer uma marcação R52-53 sem incluir o símbolo N, e mais de 25% requer a marcação N R51-53. Uma vez classificados desta forma, uma especial atenção deve ser dada às condições de armazenamento, manuseio e venda discriminadas nas fichas de segurança de produto. Todos os membros da ESMA estão de acordo quanto à correta classificação ambiental para os acrilatos.

Fotoiniciadores

Alguns fotoiniciadores utilizados nas tintas de cura UV, vernizes e lacas são classificados como N R50-53 ou como N R51-53, mas a concentração reduzida nos produtos onde são utilizados faz reduzir os efeitos na classificação final. Deve ser lembrado que o símbolo de perigo e a frase normatizada de advertência estão presentes no rótulo para INFORMAR sobre a contaminação que pode ser evitada.

Os produtos são os mesmos utilizados há muitos anos, e SE UTILIZADOS E ELIMINADOS OS RESÍDUOS CORRETAMENTE, NÃO CAUSARÃO DANOS AO MEIO AMBIENTE. Uma vez que os produtos com estas classificações tenham sido utilizados da forma correta, na maioria dos casos o risco de danos ambientais é eliminado.

Artigo

Serigrafia 3D

Antigamente, as emulsões não tinham uma perfeita definição, o que não permitia um recorte de imagem independente do fio do tecido. Conseqüentemente, também se reduzia a quantidade de tinta que atravessava a matriz e seu depósito sobre o substrato.
As emulsões de última geração, de altíssima definição e resolução, permitem um recorte de camada fotográfica totalmente independente da trama do tecido.
Portanto, ao utilizar uma destas emulsões de última geração, o mundo tridimensional da serigrafia se abre para nós.
É possível conseguir efeitos de relevo simples (uma única cor em alto relevo), múltiplas impressões em relevo (impressão sobre impressão, conseguindo efeitos de texturizações) e até efeitos visuais como lenticulares (imagens escondidas).
É importante realçar que somente a emulsão não faz milagres. Todo um conjunto deve ser analisado de uma forma sistêmica: desenho, tecido, emulsão, processo de confecção da matriz, tinta, rodo e impressão.

UNIFILM 3D e 3D-SOLV

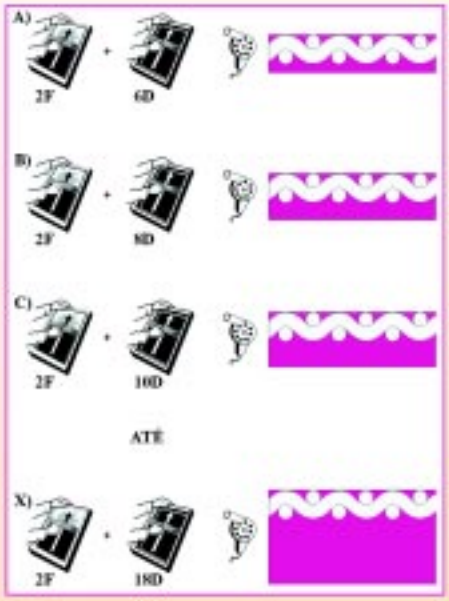
Lançada em 1999, a Unifilm 3D, emulsão de fotopolímero puro, desenvolvida especificamente para a elaboração de matrizes para impressão de alta deposição de tintas tipo plastisóis de alta densidade, base de água, silicones, tintas para impressão de bonés, jeans, vários substratos da indústria têxtil e granilhas ou tintas especiais da indústria cerâmica.
Em 2001, a AGABÊ apresentou ao mercado a nova *UNIFILM 3D-SOLV*. Uma verdadeira evolução: mais definição e resolução, ou seja, permite a reprodução de detalhes finos em alto relevo, nunca antes conseguidos. Pode ser usada em aplicações nos mercados têxteis, industriais e na reprodução de livros e impressos para cegos pelo Sistema Braile.

Procedimento para a confecção de alto relevo

Escolha do tecido e esticagem: É fundamental a seleção correta do tecido, já que ele funciona como uma estrutura para suportar a camada fotográfica.

Seleção correta da emulsão: Utilizar a *UNIFILM 3D* para a impressão de alto relevo com tintas a base de água, plastisóis tradicionais, plastisóis de alta den-sidade (HD - High Density), silicones, glitters, tintas para impressão de bonés, jeans e granilhas ou tintas especiais para a indústria cerâmica. Já a *UNIFILM 3D-SOLV* é indicada para a impressão com tintas plastisóis tradicionais e de alta densidade. Devido à sua formulação avançada, garante a reprodução de mais detalhes finos.
Para a perfeita impressão de alto relevo com plastisol de alta densidade, esticar o tecido com tensões superiores a 25 N/cm.
Assim como para todos os demais processos de confecção de matrizes, a Agabê indica que o tecido seja preparado devidamente, no caso da empresa, através do Desengraxante HB10 (pasta ou light gel)

Na Sequência deve-se aplicar a emulsão utilizando um aplicador que cubra a largura total da tela. Não utilizar um aplicador pequeno em várias passadas paralelas, o que formará uma camada de espessura não uniforme. Sugerimos a utilização da borda fina.
Aplicar 2 demãos no lado externo e sem secar, de 6 a 18 demãos pelo lado interno - lado do rodo de impressão. Quanto maior é o número de demãos pelo lado interno, maior será a camada pelo lado externo (Figura). Este número de passadas depende da porcentagem de área aberta do tecido. A empresa sugere fazer testes prévios, para determinar a máxima camada de emulsão exeqüível.



Secagem: O próximo passo consiste em deixar a emulsão secar completamente, com a matriz na posição horizontal, com o lado externo voltado para baixo - na posição de impressão.

Exposição à luz (Gravação da imagem): Observar os seguintes fatores: Para se obter uma perfeita definição e resolução da imagem, os raios de luz devem ser perpendiculares ao fotolito, a lâmpada deve ser puntiforme e a distância mínima deve ser igual à diagonal da matriz. Jamais utilizar lâmpadas tubulares, pois geram uma luz muito difusa, que ocasionará a perda dos detalhes.

Revelação: Deixar a matriz imersa em água por aproximadamente 10 minutos. A água ligeiramente aquecida auxiliará na dissolução da emulsão não fotografada (não endurecida pela luz ultravioleta). Em seguida, revelar a matriz dirigindo em ambos os lados, um jato suave de água fria, de preferência com um espalhador. Maior pressão somente pelo lado externo.

No site www.agabe.com, existe uma versão completa sobre todas as etapas descritas resumidamente aqui. Além disso, a Agabê está à sua disposição para consultas e esclarecimentos de dúvidas pelo telefone 11 6606-0404, fax 11 6606-0377 ou pelo e-mail: agabe@agabe.com.

Máquinas

Melhorando o seu sistema de acabamento

Muito é falado e escrito sobre processos de impressão e pré-impressão, mas pouco refere-se ao sistema de acabamento, principalmente no setor gráfico da serigrafia que envolve produções de diversos materiais como banners, cartazetes, placas, etc.

Hoje o acabamento é um dos principais quisitos de avaliação das agências de publicidade que de modo geral pouco conhecem os aspectos técnicos da impressão. Para muitos que compram banners por exemplo, as necessidades são: Prazo, impressão de acordo com o original e bom acabamento.

Para isto é impressindível que empresas investidoras de máquinas de impressão tenham uma guilhotina ágil que acompanhe as demandas de produção e qualidade de corte. Nós da Revista Empresário Serigráfico iniciamos esta seção mostrando um lançamento de guilhotina da empresa Melmaq. Esperamos que nas próximas edições outras empresas participem desta seção mandando seus lançamentos para que vocês leitores possam estar atentos aos acontecimentos de mercado; e que acima de tudo sirva de ajuda na hora de tomar uma decisão por investir em um equipamento como este.

Melmaq lança guilhotina com 1,25m de largura

O design atulizado somado a rubustes e precisão de corte, são algumas das características do novo equipamento anunciado pela empresa, que tem ainda operação computadorizada ou automática com dispositivo para troca de faca. Os equipamentos da Melmaq seguem os padrões de segurança estabelecidos pelos orgãos competentes e tem acionamento de corte bi-manual.



Outras caraterísticas do equipamento são:

- Sistema digital cristal líquido para medida de cortes por "encoder" de alta precisão;
- Sistema de armazenamento de programas com proteção
- Esquadro elétrico com guia linear;
- Proteção contra sobrecargas;
- Software dedicado;

Outras informações podem ser conferidas através do site www.melmaq.com.br ou através do telefone: 41 282-4305

VOCÊ JÁ PAROU PARA PENSAR, LEITOR, O QUÃO IMPORTANTE VOCÊ É?

A REVISTA EMPRESÁRIO SERIGRÁFICO AGRADECE A TODOS OS LEITORES QUE CONTRIBUEM PARA O NOSSO TRABALHO

Quick Type imac

O sistema operacional OS X trouxe o design como um forte apelo. Neste tutorial, vamos criar um tex to de aparência acrílica, muito usado nos logotipos e propagandas dos Macs. Para este procedimento iremos usar o Photoshop 7.0.

Passo1: Defina a cor e a fonte

Abra um novo documento RGB. Escolha uma cor escura de fundo (neste caso, azul) e depois escolha a fonte utilizando a ferramenta Type (optei por Garamont Light Condesed, já com o tracking em -25). Uma vez escrita a palavra, tecle Ctrl e click no layer de texto para selecioná-lo.

Passo 2: Crie um novo layer e preencha-o com um tom mais claro

Clique no ícone New Layer (localizado na base da palette de Layers) para inserir uma nova camada, acima da camada de texto. No menu Select, vá em Modify e escolha Contract. Digite o valor 2 e clique em OK para reduzir sua seleção em 2 pixels. Troque a cor de Foregroud para um tom mais claro da cor usada inicialmente, então tecle Alt-Delete ou Alt-Back Space caso esteja no Mac, para preencher as letras com este tom mais claro.



Passo 3: Deselecione, e aplique um Gaussian Blur

Desfaça a seleção teclando Ctrl-D. Faça uma cópia deste Layer mais claro, então vá no menu Filter, e na opção Blur escolha Gaussian Blur. Para imagens em baixa resolução (72 dpi) tente usar um Blur de 3 pixels. Para imagens de alta resolução, use de 4 a 7 pixels.



Passo 4: Adicione Emboss, sombra "branca" e Color Dodge

No Layer Styles, dentro do menu Layer, click em Bevel and Emboss. Escolha o Style como Emboss. Aumente Depth para 300, altere o Size para 12 ou 13, troque o Highlight Mode para Normal, e aumente opacidade para 100%. Troque o Shadow Mode para Color Dodge, e abaixe a opacidade para 40%, trocando a cor da sombra para branco. Clique em OK para aplicar o efeito.

sso 5: Esconda o Layer de Fundo e faça o Merge dos visíveis.

Vá para a palete de Layers, esconda o Layer de Fundo clicando no "olho". Então, vá no menu pop-down da palete de Layers e escolha "Merge Visible" para juntar todos as camadas visíveis numa única, que ficará acima da camada de fundo.



Passo 6: Adicione Drop Shadow e depois Color Balance to Tweak

Vá no menu pop-down da palete de Layers e escolha "Drop Shadow". Abaixe a opacidade em cerca de 40% e clique em OK. Se for usar este efeito para impressão gráfica, altere do modo RGB para CMYK e faça as correções de cores através do Color Balance.

Flávio Eduardo Cassiano – flavio@r3f.com
Consultor da R3F Digital Design

Acesse nosso CHAT
através do site:
www.serigrafia.org

Fiepag alavanca mercado de Plásticos

Segundo a Associação Brasileira da Indústria do Plástico – Abiplast, o setor de embalagens apresentou um crescimento de 4% em 2001, com faturamento total de US$ 9,12 bilhões, contabilizando uma produção de 368 milhões de toneladas. O consumo per capita do plástico no Brasil foi de 21,7 quilos no ano passado e o setor gera cerca de 200 mil empregos.
Para Guilherme Duque Estrada, vice-presidente da Associação Brasileira da Indústria Química (Abiquim), a produção do setor cresceu 4,43% neste ano, chegando a 3,87 milhões de toneladas.



São Paulo, 10/3/2003 (Agência Brasil - ABr) - Ao lado do ministro Luiz Fernando Furlan (E), o presidente Luiz Inácio Lula da Silva (C), o governador Geraldo Alckmin e a prefeita Marta Suplicy cortam a fita inaugurando a Brasilplast 2003 (foto: Marcello Casal - ABr)

A Brasilplast – Feira Internacional da Industria do Plástico, organizada pela Alcântara Machado, realizada de 10 a 14 de março, no Pavilhão de Exposição do Anhembi, em São Paulo, teve a presença de expositores do setor ligados a serigrafia, tais como Sansuy, lonas para impressão, Dubuit Machines, com máquinas industriais para embalagens, cd´s e outros; Jotadê, representante das tintas ultravioletas alemã Marabu, Kammann, fabricante de máquinas industriais para embalagens, etiquetas, cd´s e Dvd´s e também a Wutzl com máquinas de tampografia para decoração de embalagens.
Os destaques da feira ficaram no entanto, pelas empresas fabricantes de matéria-prima como por exemplo polietilenos, pigmentos e injetoras. Para obter maiores informações sobre este evento acesse o site www.brasilplast.com.br.

Apple, Senai e Adobe reúnem consultores para falar sobre Gerenciamento de Cor

A Apple, o Senai Artes Gráficas e a Adobe realizaram a 1ª edição do evento "A Dupla do Mês", no dia 18 de fevereiro, no Rio de Janeiro, com o tema "O Gerenciamento de Cor". O objetivo do projeto foi reunir, em duplas, conceituados especialistas em diversas áreas com o objetivo de estimular a troca de experiências profissionais, expor "cases" de empresas, divulgar tendências tecnológicas e orientar os empresários do setor de artes gráficas.
O primeiro encontro irá reuniu os consultores gráficos Paulo Franqueira e Denilson Saltoris, que abordaram formas de aplicar corretamente os conhecimentos gráficos nos diversos softwares e seus Gerenciadores de Cor para descobrir uma fonte de economia para a sua empresa.
O programa envolveu: calibração de Provas; calibração de monitores; quais os pontos mais vulneráveis no gerenciamento de cor; como aplicar os conhecimentos gráficos nos diversos softwares e seus gerenciadores de cor (Photoshop, Corel, Quark etc); e automatização de tarefas com o uso do Apple Script, para otimizar o gerenciamento de cores e minimizar custos.
Mais informações em www.apple.com/br/eventos.

Calendário de Eventos

Mídia 2003
De 11 a 14 de Março
www.diretriz.com.br

Fiepag 2003
Feira da Indústria Gráfica
De 25 a 29 de Março
www.alcantara.com.br

Deco 2003 – Feira e Seminários para Decoradores de Vidro e Cerâmica
De 30 de Março a 01 de Abril
www.sgcd.org

ISA – International Sign Association
De 02 a 05 de Maio
www.signs.org

Fispac 2003
Feira Internacional de Embalagens
De 10 a 13 de Junho
www.grupobrasilrio.com.br

47º Congresso Brasileiro de Cerâmica
De 15 a 18 de Junho
www.abceram.org.br

Digital Content Delivery
De 17 a 19 de Junho
www.replitech.com

Embaplast 2003
De 24 a 27 de junho
www.fcem.com.br

Fenit 2003 – Primavera/Verão
De 24 a 27 de Junho
www.fenit.com.br

Serigrafia 2003
De 9 a 12 de Julho
www.ibratese.com.br

Expo Bríndice
De 22 a 25 de Julho
www.expobrindice.com.br

Brazil Promotion 2003
De 05 a 07 de Agosto
www.freeshop.com.br

MaxiMídia 2003
De 22 a 25 de Setembro
www.mmonline.com.br