www.empresarioserigrafico.com.br

Revista Empresário Serigráfico
Ano IV - nº 19 - Jul/Ago. 2003 - R$ 8,00

CONEXÃO BRASIL PORTUGAL

# PLASTISOL

Tendências, novidades e comportamento de mercado



**Nota** 06
Sefar lança novo tensiômetro digital com três unidades de medida.

**SERIGRAFIA.ORG** 30
Grupo de Discussão gera polêmica e fala sobre o comportamento de mercado.

# Editorial

A bola da vez é o mercado de brindes que já está preparado para atender os pedidos de fim de ano, além das demais datas comemorativas. O setor teve recentemente duas feiras as quais você irá conferir na nesta edição e observar alguns números que apontam um leve crescimento do mercado. Além dos tradicionais materiais, algumas empresas têm apresentado algumas novidades como, por exemplo, o saco de lixo para carro em versão aromatizada. Outra tendência que tem se confirmado é a utilização de brindes produzidos a partir de materiais recicláveis, incluindo camisetas com base em garrafas PET de refrigerantes. E por falar em camisetas, nesta edição você acompanha uma matéria sobre Plastisol da qual tivemos o cuidado de focar algumas particularidades do setor, bem como os aspectos de meio ambiente. Certamente, este fator tende a fazer parte do nosso dia-a-dia de forma cada vez mais marcante e espera-se uma postura mais enérgica das autoridades em realção ao uso de produtos tóxicos. Outra novidade apresentada em nossa edição, é a lavadora de quadros para tintas plastisol que elimina a condição de jogar ao meio ambientes, produtos químicos como ftalato.
Espero que você, além de ler a revista, acesse o nosso site e participe do grupo de discusão que está sendo formado para que o mercado tenha respaudo e troca de informações cada vez mais dinâmica. Para finalizar, quero convidá-lo a estar lendo a nossa próxima edição que terá como tema especial Displays Criativos.

Sabemos que o seu tempo é precioso e em nome de todos os profissionais que trabalham para fazer desta revista, um veículo de sucesso, o nosso muito obrigado!

_____
Marco Marcelino - Diretor
**mmarcelino@serinews.com.br**


**Faça parte gratuitamente do grupo de relacionamento sobre serigrafia, coordenado por Fernando Matias da Inferteq**

www.grupos.com.br/grupo/divulgue/assinatura.phtml?id_grupo=107170



Cartas.....06
Notas.....08
Mercado.....12
Esma.....14
Artigo.....16
Sala Vip.....18
Capa .....20
Artigos.....22
Digital .....26
Criação.....30
Eventos.....34



Empresário Serigráfico

Publicação Bimestral da
Serinews Editora

***Diretor:***
Marco Marcelino
mmarcelino@serinews.com.br

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

***Estagiária:***
Andrea Faustino - Jornalismo
andrea@serinews.com.br

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

***Contato Comercial:***
Adriano Lima
adriano@serinews.com.br

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

***Assinatura Anual:*** R$ 48,00
***Assinatura Internacional:*** US$ 50,00
***(International Subscription)***
***Exemplar Avulso:*** R$ 8,00

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

## Novo Tensiômetro Tensocheck



A Sefar lança para atender todas as necessidades do mercado mundial, o tensiômetro digital Tensocheck 100. O equipamento tem três unidades de medida: em n/cm como usamos no Brasil, e duas unidades de medida em mm, como demanda o mercado asiático. O tensocheck pode ser ligado no computador para fazer um protocolo com os valores exatos medidos e também pode ser conectato ao controle dos modelos de esticadores Sefar 5, de modo que a tensão seja controlada a partir das orientações do Tensiômetro. Informações: 11 5506-4255

## Exportação de Vidros Blindados

A Gepco, fabricante de vidros blindados no Brasil, inicia a exportação para a Argentina, México, EUA e países da América Central. O diferencial do produto nacional é o preço, devido a desvalorização do Real frente ao dólar. Informações www.gepco.com.br .

## Ceracop 2300 para Cerâmica

A emulsão diazo fotopolímero Ceracop é um produto Kiwo, desenvolvida para impressão em cerâmica com tintas a base de água e com caracterísitcas de altíssima resistência. Pode ser modificada quimicamente para criar uma camada permanente. Informações www.kiwo.com

## Casa da Moeda faz investimentos

A IMAH assinou um contrato de fornecimento para a Casa da Moeda do Brasil. Serão três linhas automáticas com secagem UV e jato de ar. www.imah.com.br

## CMY traz películas para segurança

A CMY lança uma nova opção de películas auto-adesivas para elaboração de etiquetas e lacres de segurança com dispositivos modernos de segurança que protegem os produtos contra violações e/ou imitações, além de limitar garantias. É o Poliéster antiviolação (VOID). Encontrado nas cores: prata, transparente e branca; possui aplicado em sua superfície (feita de poliéster 36 microns) um mecanismo não visível de segurança. Se houver tentativa de remoção, dizeres "VOID" ("violado" em inglês) se soltarão da face do poliéster e permanecerão na superfície aplicada. Delatando, assim, que o produto ou documento foi violado. Fabricado em adesivo acrílico permanente à base de água, com altíssimo tack e adesão e liner em papelão Kraft 150g. Pode ser impresso em serigrafia UV ou solventes e seu adesivo possui cura finalizada somente 24 horas após a aplicação da superfície, seu funcionamento perfeito será após esse período. Suas dimensões são: 1000mmx250m; 1000mmx50m e 500mmx50m. (www.cmy.com.br)

# CARTAS

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

Desde la feria de FESPA, en españa les conoci y hasta la fecha he recibido dos ejemplares de su revista, los que amamos este trabajo y estilo de vida sabemos de la importancia de un a publicacion com la de ustdes, por esta razon deseo agradecerles que el envio de la revista no se interrumpa, ademas porque no solo la aprovechan mis clientes ya que soy Director Comercial de una empresa de insumos serigraficos , sino mis estudiantes la aprovechan para sus investigacion y conocimiento general, ya que soy instructor del SENA, que es el servixio nacional de aprendizaje una universidad del estado para la formacion tecnica de la serigrafia. Por lo anterior el agradecimiento va en nombre de muchos Colombianos amantes de la Serigrafia

***Mauricio Mendoza S.- Colombia***

EU TENHO CERTEZA QUE VAI DAR CERTO!!!!!!!!! Cada edição tenho certeza absoluta, que sua missão é levar ao nosso mercado informações, e, diga-se de passagem, com muita qualidade e profissionalismo. Tenho muito orgulho de ter participado do nascimento deste projeto e de alguma forma ter colaborado para que ele se tornasse a melhor fonte de informação do mercado serigráfico. Parabéns e continuem assim!

***Adolfo Júnior - Gerente Nacional de Vendas***
***Tec-Screen - Sorocaba / SP***

Aproveito este espaço para parabenizar a Revista Empresário Serigráfico pela excelente cobertura da I COPA DUBUIT DE FUTEBOL SOCIETY.
Obrigado Marco Marcelino e demais profissionais pelo exemplo de profissionalismo, dedicação e amor à serigrafia.

***Ademir Barroso - Coordenador de negócios***
***Dubuit Color - Div.serigrafia***

Venho em nome da INFERTEQ, agradecer aos profissionais e empresas parceiras que estiveram envolvidos em nosso Treinamento de Quadricromia realizado em 7 de junho de 2003.

***Fernando Matias – Inferteq***
***Salto/ SP***

# Notas

## A maior prensa de gravação do mundo



A Douthitt Corporation anuncia a produção e instalação da maior mesa a vácuo do mundo. Com uma área de gravação de quase 10 metros, o equipamento possui um sistema que puxa vácuo em menos de um minuto. Este equipamento destina-se a aplicações de grandes formatos, bem como faixas publicitárias, banners, adesivos, etc.
Maiores informações: www.douthittcorp.com

## 4 Novas Linhas de Vinis Poliméricos

Uma calandrada opaca a cores para recorte eletrônico, outra translúcida especial para gigantografia, letreiros luminosos, outra em vinis tanto transparente quanto branco para impressão digital, especial para envelopamento de veículos, e outra coleção com onze cores transparentes para decoração em vitrines, e todas as linhas adesivadas com adesivo acrílico a base de solvente. Mais informações no site www.imprimax.com.br

## Opção de Fotolito com Baixo Custo

Em parceria com a Gama Screen, a Digigraf mostrou o processo de produção desde a confecção dos fotolitos até a etapa de impressão serigráfica. Segundo a empresa, os custos de impressão são de R$ 15 o m2, incluindo filme e tinta. O equipamento digital utilzado para a produção foi um plotter HP 5000 com largura máxima de 1,50m e velocidade de impressão de 8m2/hora e custará em torno de R$50 mil e R$60 mil. (www.digigraf.com.br)

## Nova loja de Serigrafia em SC

Balneário Camboriú terá a partir de 15 de Agosto, uma loja de serigrafia e comunicação visual. A Multi Signs Camboriú estará localizada na Br. 101 Km 138 - Marginal Lagoa Vermelha, 30. Informações: 47 361-8006

## Saquinhos de lixo para carros aromatizados

A D1000, empresa paulista de embalagens promocionais, lançou a Embalagem Aromatizada. A princípio no modelo lixocar (aqueles saquinhos de lixo para automóvel), têm aroma agradável que dura de uma semana até um ano de uso, se lacrado. Por ser fabricado em material atóxico, não provoca reações alérgicas, no entanto, em pessoas supersensíveis a odores, como quem tem rinite alérgica, não foi testado. Segundo a empresa, a pesquisa começou em 2001, com empresas que confeccionam masters, produtos químicos que são aditivos de aroma para aplicá-lo em embalagens, e a partir disso, passou a confeccionar o próprio plástico de resina de polietileno já com o aroma, sem precisar de mais empresas. O aroma é somado no início do processo de fabricação do plástico, na parte de confecção. Ainda na bobina, onde há uma mistura homogênea, os grânulos de aditivos são adicionados aos de plástico. A única diferença, é que se armazenar um papel, por exemplo, no saquinho, ele irá absorver o aroma. O preço é de R$0.25 para mil unidades e R$0.22 para duas mil unidades. As embalagens podem ser confeccionadas em qualquer tamanho e modelo e levará a cor do aroma, por exemplo, tutti-fruti levará um tom avermelhado, menta, um tom esverdeado e assim sucessivamente. Ainda, pode ser aditivado qualquer aroma. Abre-se uma nova opção tanto para o mercado de embalagem como para de serigrafia, já que se mostra um mercado além de promissor, inexplorado. Informações: 11 4043-4477

## Saati e Sericol juntas no mercado brasileiro

A Saati do Brasil, fabricante de tecidos técnicos, e a Sericol, fabricante de tintas, unificaram suas estratégias, pensando na melhor maneira de fornecer aos clientes desde treinamento específico até produtos que supram suas exigências, considerando o uso de insumos compatíveis entre os fabricantes, solucionando problemas e reduzindo custos de impressão.
Mas, para que haja crescimento, é preciso unificar as bases de treinamentos e para tanto, está sendo lançado, no mês de agosto o Centro de Tecnologia Serigráfica, sediada na fabrica da Saati em Piracicaba, São Paulo. Essa parceria irá promover o desenvolvimento das empresas e, conseqüentemente, do mercado e transformar em modelo as ações que serão aplicadas de forma inédita no Brasil.

## PowerMac G5 será lançado em Agosto

A Apple já anunciou o lançamento do G5, um computador com processador de 64 bit, velocidade de até 2GHz e memória máxima de 8GB. Um verdadeiro foguete!!! O processador PowerPC G5 também acelera o desempenho de aplicativos reais. Quando comparado aos mesmos PCs, em diversas séries de testes em Photoshop, o Power Mac G5 de dois processadores 2GHz é 2,2 vezes mais rápido que o sistema baseado em Pentium 4 3GHz, e quase duas vezes mais rápido que o sistema baseado em Xeon dois processadores 3,06GHz. Informações: www.apple.com.br



# Notas

## Software específico para serigrafia em impressoras digitais




As impressoras jato de tinta de grande formato estão criando uma ebulição na produção de fotolitos para Serigrafia. Por isso, a Wasatch está anunciando um novo software, desenvolvido especialmente para atender às nossas necessidades: O Wasatch SoftRIP SP. Segundo a empresa, o software suporta todos os tipos de arquivos gráficos, controla ângulos e freqüência em retículas Postscript, tem vários tipos de pontos pré-definidos, elimina o problema de moiré e produz retículas de alta qualidade. Além disso, tem linearização embutida com suporte direto para o densitômetro X-Rite DTP 361T. Segundo a empresa, o Wasath SoftRIP SP possuí, também, retícula estocástica (FM) de pontos variáveis, reprodução de detalhes finos e precisa. Qualquer usuário na sua Rede Macintosh ou Windows pode imprimir diretamente, de qualquer aplicativo, para as impressoras controladas pelo Wasatch SoftRIP SP, que aumenta o poder de fogo em otimização de imagens combinando o Wasatch Precision Rosette Screens & Extra Tonal Resolution.
Ele comanda Plotters de grande formato: ColorSpan, Mutoh, Epson, Roland, Mimaki, entre outros. Além de controlar quatro plotters, simultaneamente, com um único programa. Para maiores informações, consulte a Novosul: 21 2521.3904 ou 21 2521.4556.

## Metalnox Participará da ITMA 2003

A ITMA, principal feira internacional sobre o maquinário têxtil, acontecerá esse ano na Inglaterra entre os 21 e 30 de outubro. Será dividida em 14 setores e terá 1350 expositores confirmados de 44 países, um deles a Metalnox.

## Lavadora de quadros ecologicamente correta

A Nilmar Ind. Metalúrgica, voltada para o ramo da serigrafia, lançou uma lavadora de quadros ecológica e economicamente correta.



Ela é dotada de 2 reservatórios; um recebe o solvente com o plastisol que é removido das telas e permanece em decantação, para após ser depositado em local apropriado. Possui um sistema de drenagem onde o líquido passa para o outro reservatório sendo reutilizado para prosseguir a operação com outras telas.
Informações: 47 275-1835

## Belo Horizonte ganha força em esticagem

Depois de anos como representante comercial de produtos serigráficos, a Bizz, empresa sediada em Belo Horizonte, investe para atender a demanda de esticagem de quadros. Ao todo, já são 44 pinças TOP14 da Saati que permitem a esticagem de 10 metros lineares; podendo, claro, atender diversos formatos e mercados como estamparia têxtil, comunicação visual, vidros, circuito impresso, calçados e outros.
"Através deste equipamento, é possível atender à demanda do mercado respeitando os prazos que, cada vez mais, são menores. A agilidade deste equipamento permite atender o mercado com maior precisão." comenta Cláudio Carillo, diretor comercial e marketing da Saati do Brasil. O equipamento escolhido pela Bizz tem sistema de auto compensação para alívio de tensão que evita a esticagem do tecido em contato com o equipamento. O telefone da Bizz Produtos Gráficos é 31 3423-9981

## Escala para matrizes de alto relevo

A Agabê lança escala para controle de exposição, definição e resolução de matrizes com camadas espessas em tecidos abertos. O objetivo é determinar o tempo correto de exposição e o nível de detalhes obtidos. Informações: 11 6606-0404

## Texpal lança novo Plastisol

A linha Plastitex são tintas plastisóis, isentas de ftalato. Destaque para a tinta Plastitex FF, especialmente desenvolvida para trabalhar em conjunto com o programa de separações de cores FAST FILMS desenvolvido pelo U.S Screen Printing Institute.
Informações: 08007705881

## Know How em Estamparia Têxtil

A Brasilk é uma empresa paulista que está há 20 anos no mercado de serigrafia sempre acompanhando as últimas novidades do mercado. Imprime desde meia malha até lycra, utilizando plastisol e tintas a base de água em sistemas manual e semi-automático. Dentre uma ampla carteira de clientes, a empresa atende a São Paulo Alpargatas e a Town & Country. Um dos diferenciais da empresa é a preocupação com o meio ambiente.
www.brasilk.com.br



## LUX lança campanha com Gisele Bündchen



Com a estrelinha tatuada no pulso esquerdo, Gisele mostra à todas as mulheres do Brasil como brilhar. A modelo é a estrela da campanha da nova linha de sabonetes LUX, da Unilever Higiene e Beleza, que está lançando 5 versões de produtos em barra: Rosa Aveludada, Nutrição Radiante, Toque de Suavidade, Massagem Marinha e Perfeição Cremosa. O plano de comunicação inclui a inserção de comerciais em todas as emissoras de TV, além de anúncios em revistas com formatos diferenciados e mídia externa (relógio, outdoor, abrigo de ônibus, back-lights, frontlight e empena).

## Thiago Lacerda em materiais de Ponto-de-Venda

Ação publicitária da Seculus Jóias terá material de ponto-de-venda a partir do final de agosto. O Motivo: o lançamento da marca DUO de jóias masculinas. Composta por 200 itens, entre anéis, braceletes, pulseiras, colliers, pingentes e uma releitura das abotoaduras. A estratégia para posicionamento da imagem da marca foi desenhada pela Raf Design e Comunicação em parceria com a Mediatriz, ambas de Belo Horizonte.

## Empresa investe em busdoor

Com o objetivo de aumentar o mix de produtos e as possibilidades de mídias oferecidas aos clientes a Color (PR) está investindo no busdoor, na praça de Londrina. A veiculação é mensal (termina 30 dias após a instalação do anúncio), sendo a propaganda veiculada no vidro traseiro dos ônibus que circulam pela cidade, em adesivos na medida de 2x1m. A empresa Color detém a concessão exclusiva para explorar este tipo de mídia em Londrina, uma das maiores d estado e hoje a terceira maior de toda a região sul do país.

## Nova coleção Portobello ganha campanha especial

Total sinergia entre os canais de venda marcam a nova investida que terá outdoors, painéis e material de ponto-de-venda. A empresa está lançando, a partir deste mês de agosto, a campanha "Nova Coleção", uma ação conjunta entre a Portobello, a rede de franquias Portobello Shop e seus clientes Multimarcas. O objetivo é consolidar a marca de uma forma global em seus principais canais de vendas.

Com uma abordagem mais agressiva, utilizando cores quentes e atraentes em todas as peças, a mídia será diretamente focada no varejo, com veiculação em outdoors, jornais, rádios e painéis, além de material promocional com distribuição nos pontos-de-venda. O slogan "Já nas melhores lojas. Já, já na sua casa", reforça o objetivo da ação. A campanha deverá criar novas parcerias entre os clientes, com a inserção de suas logomarcas nas peças gráficas. Mais uma vez os materiais de PDV ganham espaço frente a publicidade brasileira.

## DISPLAYS CRIATIVOS

Em nossa próxima edição o tema principal será Displays Criativos e você pode participar enviando fotos e ficha descritiva de trabalhos que sua empresa desenvolveu nos últimos meses. Os melhores trabalhos serão publicados em nossa revista, que também estará circulando junto as principais agências de publicidade e merchandisign do país.

Quem estiver interessado saber mais sobre esta edição especial, pode entrar em contato com o nosso departamento de redação através do telefone: 11 6676-3457 ou e-mail: info@serigrafia.org

## Tesouro Bohemia

Criada pela DM9DDB, a campanha comparou a cerveja produzida pela empresa com um verdadeiro tesouro, valorizando a receita da mesma, com 150 anos sem alterações.

Os materiais de ponto-de-venda que compõem a campanha terão títulos como "Esse ouro nenhum colonizador conseguiu levar do Brasil, "Eles tomavam tudo no caminho" e "Nem todo tesouro está no fundo do mar, as vezes está num navio vindo da Alemanha".

## TIM em Curitiba

TIM começa campanha institucional em Mobiliário Urbano na cidade de Curitiba através da Clear Channel Adshel. A TIM é a segunda empresa a veicular no mobiliário urbano da cidade. Ao todo são 2 milhões de pessoas, entre residentes e flutuantes. Informações: 41 277 4545

## PDV em supermercados

Para comemorar o 89° aniversário da rede de supermercados Mercadorama, a agência Exclam criou ações com material de ponto-de-venda.

## Campanha Mercure conta com mídia em táxis

Criada pela Copyright, a nova campanha da rede Mercure, marca superior da Accor Hotels, maior e mais completo grupo hoteleiro do País, começa a ser veiculada. Com verba de publicidade e marketing de R$ 2 milhões em 2002, a Accor Hotels está investindo R$ 600 mil na divulgação do Mercure Hotel São Paulo Downtown, primeira das dez unidades a serem lançadas até o fim de 2005. A ação contará com mídia em táxis conforme foto de veiculo da Cartaxi. 11 6161-6955



Artigo




## Refazer um novo filme ou insistir na gravação?

Esta talvez, seja uma das dúvidas mais cruéis da serigrafia nos dias de hoje. Muitas vezes, as empresas buscam padronizar o processo de gravação, determinando tempo, mesma emulsão, mesmo tecido e nada... basta imprimir uma nova quadricromia que o resultado parece assustador. Neste momento entram os especialistas da empresa: tentam rebaixar uma cor, dar mais pressão no rodo, etc. E quando o "jeitinho brasileiro" não funciona, vem a notícia de que terá de gravar noutra tela. Mesmo assim, perde-se horas e o trabalho sai, às vezes, um pouquinho melhor.

O tempo perdido, a parada das máquinas e o custo com a gravação de outra matriz, acabam encarecendo os custos de produção. Por este motivo, precisamos estar atentos quanto às especificações do filme e avaliá-lo antes da gravação sobre uma mesa de luz. Se você considerar isto um custo adicional ao invés de investimento, calcule o quanto você está perdendo hoje!

É óbvio que isto nem sempre está sendo praticado e muitos fotolitos têm seguido com especificações de outros processos como offset. Assim que o filme chega, é preciso verificar se a sua camada está legível (com a tinta do fotolito do lado em que terá contato direto com a emulsão); se as imagens não estão riscadas e falhas; se a lineatura (número de pontos) está correta; se a inclinação dos pontos seguiram suas especificações para evitar moiré, se o tipo de ponto é o que você solicitou (elíptico é o mais indicado) e se as áreas de mínimas e máximas estão compensadas para o processo de perda e ganho de pontos. Esse, são itens que, se não verificados, causam sérios problemas.

Então, não justifique que seus problemas de gravação são o fotolito. O ideal é recusar o filme fora das especificações, solicitando outro fotolito adequado ao processo, o que representará economia, velocidade e qualidade e estar certo de que, para fazer tudo isto, é preciso conhecer cada vez mais o seu processo e deixar de lado os improvisos.

## Por que o rodo dura menos quando usado com Tintas UV?

Para dizer como o rodo dura menos com tintas UV, é necessária uma explicação muito arrojada. As lâminas do rodo usadas hoje na indústria de serigrafia são feitas basicamente de Poliuretanos que são produzidos de uma reação entre o poliol e o isocianeto.

O desempenho da lâmina dependerá do contrapeso entre eles, da sua escolha e da técnica. O material para produzir o poliuretano varia na qualidade e pode ter origens diferentes. Isto quer dizer que alguns rodos terão melhores resultados que outros.

As características mais importantes do poliuretano são sua maior resistência mecânica comparada à borracha e a sua melhor resistência química. O que não quer dizer que em todas as circunstâncias terá resistência melhor ao solvente. Ela se tornou obsoleta mais pela resistência mecânica do que pela resistência química.

Quando as tintas UV não contiverem solventes ou se em uma quantidade muito pequena, alguns componentes químicos, que são parte da fórmula UV da tinta, podem afetar a lâmina do poliuretano apenas porque um solvente forte o faria. Sabendo isto, deduzirá facilmente que é a fórmula e a seleção do material para produzir o rodo que afetaram sua durabilidade, se é a tinta UV ou se o solvente usado. Desta forma, há rodos que oferecem resistência excelente à tinta UV, mas devem ser encontrados numa escala de preço mais elevada. Muitas serigrafias reagem aos rodos oferecidos em preços elevados, mas infelizmente não há outra opção. A longo prazo, se você olhar seu rodo e selecionar o tipo correto, o custo não será tão alto quanto se pensa. Em regra geral, com rodo de poliuretano, quanto mais dura a lâmina, melhor será a resistência química total.

Algumas recomendações:

- Selecione a dureza mais elevada possível para o seu processo;
- Longo período de armazenamento pode afetar a vida do rodo;
- Nunca afie uma lâmina em linha reta após impressão;
- Gire sua lâmina regularmente e aumentará sua vida (deixe-a descansar por 24 horas e não a use por mais do que 8 horas);
- Não use uma lâmina imediatamente depois de afiá-la;
- Não embeba a lâmina no solvente;

Se você seguir estas recomendações, você terá que admitir que o rodo durará com tintas UV tanto quanto com quaisquer outros tipos da tinta.

Por: André M Peyskens



## Versátil assim como a Serigrafia

A técnica serigráfica é conhecida pela sua versatilidade, capaz de imprimir sobre diversos tipos de materiais, sejam tecidos, lonas, papéis, etc. Nessa mesma linha de pensamento, a Contra Tempo, uma empresa paulista de serigrafia, atende seus clientes, tanto na área têxtil ou promocional de banners, catálogos quanto serviços de acabamento gráfico. "O importante é atender às necessidades do cliente com máxima agilidade. Por outro lado, esta diversificação nos dá condição para estabelecer parcerias. Hoje atendemos muitas gráficas do setor de acabamento e estamos abertos para continuar crescendo junto às demais empresas do mercado." comenta o Diretor da Contra Tempo, Guilherme Gomes de Carvalho.

Além de um ambiente muito alegre, limpo e organizado, a Contra Tempo, assim como outras empresas, também enfrenta problemas. Talvez este seja o verdadeiro diferencial observado por nossa redação ao visitar a empresa. A paixão com que as pessoas da empresa trabalham, parece ofuscar os problemas e tudo parece sair perfeito.



Ali, certamente, tem mais do que um simples produto da mais alta qualidade, ou conhecimento profissional sobre os aspectos técnicos do processo. Tem paixão, em fazer tudo da melhor forma possível. Esta pode ser uma das maiores seguranças que um cliente precisa: a certeza de que seu produto será valorizado da mesma forma como se fosse ele mesmo quem tivesse fazendo a estampa de uma camiseta, um banner ou laminação fosca de fôlderes. Neste momento, é possível perceber que além da infra-estrutura, as formas como se administram pessoas e empresa são importantes.

A história da empresa é feita de muito esforço e talento de um negócio próprio que Guilherme Carvalho, o diretor e proprietário, decidiu há 18 anos."Tenho orgulho de dizer que somos versáteis, e na prática, gostamos de desenvolver junto ao cliente os melhores resultados em termos de impressão ou laminação." finaliza Guilherme.

Contra Tempo: 11 6641-3541

## Atenção para as normas obrigatórias a partir de 01 de novembro

A partir desta data, a Previdência Social estará exigindo das empresas o Perfil Profissiográfico Previdenciário, o PPP. Esse documento será exigido de todos os funcionários nas homologações para a concessão de aposentadoria especial e deve estar à disposição da fiscalização. Embora estivesse prevista na legislação desde 1991, somente agora a instituição do perfil foi regulamentada com a Instrução Normativa do INSS n.º 78, publicada no Diário Oficial da União em 18 de julho deste ano.

O PPP já trará a conclusão do laudo técnico e a descrição minuciosa das atividades desenvolvidas pelo trabalhador, a existência de agentes prejudiciais a sua saúde ou integridade física e o caráter permanente ou não da exposição aos riscos. Além disso, deverá conter outras informações extraídas do Programa de Prevenção de Riscos Ambientais do Trabalho (PPRA), do Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR) e do Programa de Controle Médico e Saúde Ocupacional (PCMSO).

Durante a fase de preenchimento do PPP, é preciso colocar as funções existentes da empresa segundo o Código Brasileiro de Ocupação (CBO). Há um site onde você possa consultar sobre eles de acordo com as funções (www.mtecbo.gov.br).

Para identificar as ocupaçõesno Código, você deverá identificar as atividades que o trabalhador exerce. Caso ele não informe o código específico para determinadas ocupações, o mesmo deverá ser codificado na ocupação principal ao qual ele esteja auxiliando, fazendo ressalva que o funcionário é auxiliar ou ajudante na função. Por exemplo:

1)Ajudante de Impressor (cód. CBO do Impressor é 7662-05)
2)Auxiliar de Gravador de Matrizes = 7661-40
3)Encarregado de Serigráfia = Encarregado de Gráfica = 7606-05

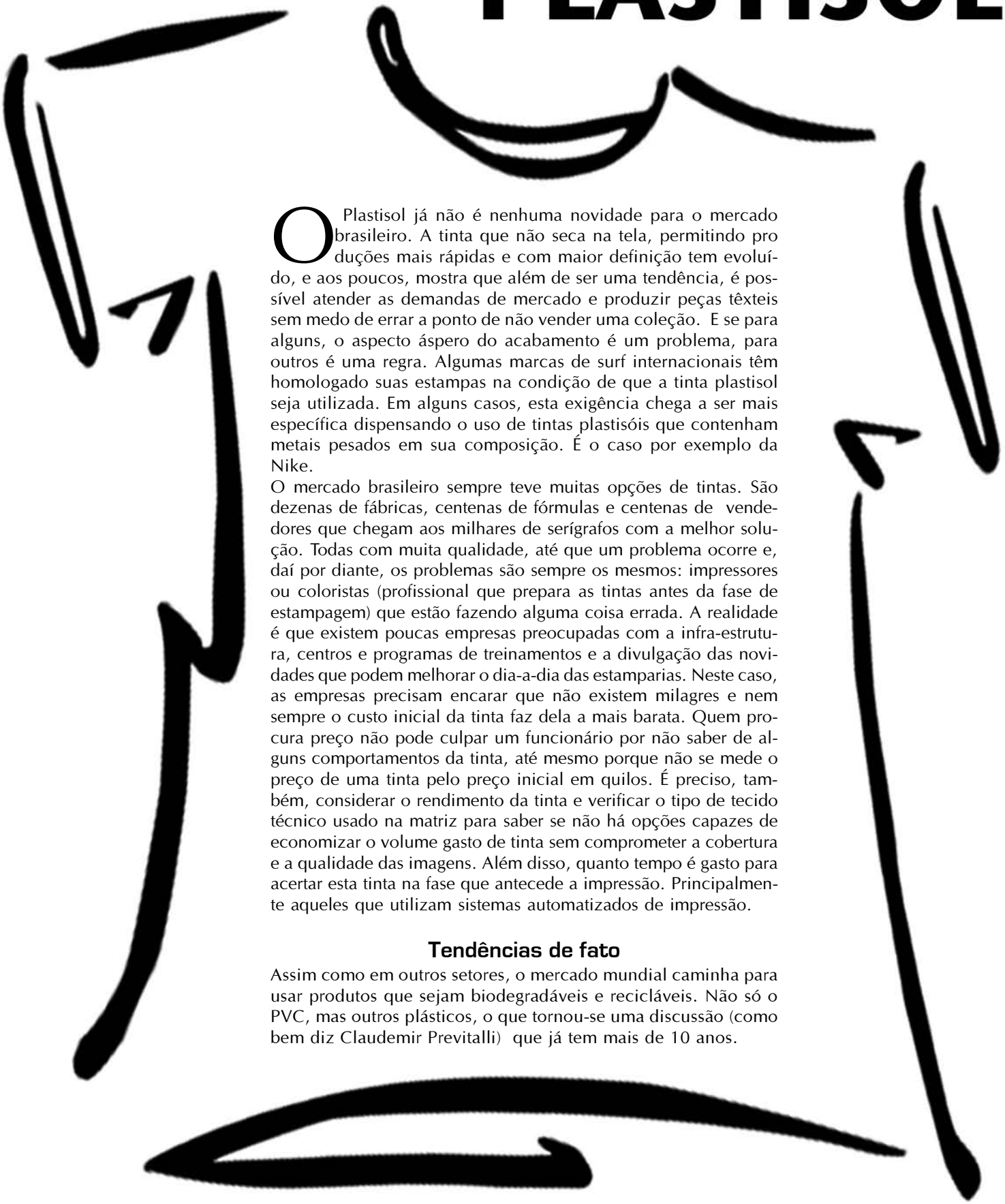
Informações: 11 6511-6868 (Roberval Brito)

## Como utilizar o crédito gerado pelo deferimento do ICMS

O crédito referente ao deferimento assinado pelo Governador Geraldo Alckmin para embalagens, rótulos, etiquetas e manuais de instrução pode ser usado pelas gráficas em pagamentos aos tributos do Estado e, em alguns casos, para a aquisição de matéria-prima, equipamentos e máquinas, transferência para outro estabelecimento da mesma empresa, podendo ser firma interdependente ou não.

A ABIGRAF SP elaborou uma cartilha, um curso e um software para facilitar o processo de apuração. Esse software processa os movimentos referentes ao mês de apuração, a partir de arquivo texto gerado pela empresa, calcula o crédito acumulado e gera relatórios e arquivos magnéticos, conforme as especificações da Secretaria da Fazenda do Estado. Informações: 11 5087-7746.

# PLASTISOL



O Plastisol já não é nenhuma novidade para o mercado brasileiro. A tinta que não seca na tela, permitindo produções mais rápidas e com maior definição tem evoluído, e aos poucos, mostra que além de ser uma tendência, é possível atender as demandas de mercado e produzir peças têxteis sem medo de errar a ponto de não vender uma coleção. E se para alguns, o aspecto áspero do acabamento é um problema, para outros é uma regra. Algumas marcas de surf internacionais têm homologado suas estampas na condição de que a tinta plastisol seja utilizada. Em alguns casos, esta exigência chega a ser mais específica dispensando o uso de tintas plastisóis que contenham metais pesados em sua composição. É o caso por exemplo da Nike.

O mercado brasileiro sempre teve muitas opções de tintas. São dezenas de fábricas, centenas de fórmulas e centenas de vendedores que chegam aos milhares de serígrafos com a melhor solução. Todas com muita qualidade, até que um problema ocorre e, daí por diante, os problemas são sempre os mesmos: impressores ou coloristas (profissional que prepara as tintas antes da fase de estampagem) que estão fazendo alguma coisa errada. A realidade é que existem poucas empresas preocupadas com a infra-estrutura, centros e programas de treinamentos e a divulgação das novidades que podem melhorar o dia-a-dia das estamparias. Neste caso, as empresas precisam encarar que não existem milagres e nem sempre o custo inicial da tinta faz dela a mais barata. Quem procura preço não pode culpar um funcionário por não saber de alguns comportamentos da tinta, até mesmo porque não se mede o preço de uma tinta pelo preço inicial em quilos. É preciso, também, considerar o rendimento da tinta e verificar o tipo de tecido técnico usado na matriz para saber se não há opções capazes de economizar o volume gasto de tinta sem comprometer a cobertura e a qualidade das imagens. Além disso, quanto tempo é gasto para acertar esta tinta na fase que antecede a impressão. Principalmente aqueles que utilizam sistemas automatizados de impressão.

## Tendências de fato

Assim como em outros setores, o mercado mundial caminha para usar produtos que sejam biodegradáveis e recicláveis. Não só o PVC, mas outros plásticos, o que tornou-se uma discussão (como bem diz Claudemir Previtalli) que já tem mais de 10 anos.

# PLASTISOL

Segundo Rafael Barcha da Brasilk, a partir do próximo ano, quem não tiver controle sobre o processo e o meio ambiente terá sérios problemas. E avisa que, já hoje, existem soluções para não agredir o meio ambiente com a utilização de plastisol. "Hoje existem lavadoras específicas para plastisol, onde você pode colocar os resíduos em um pote, levar por alguns minutos no microondas e pronto!"
O uso de solventes pesados tende a ser cortado das fórmulas. Já é visto, não só em produtos estrangeiros mas também em produtos nacionais, tintas plastisol, livres de Ftalato. Entretanto, livre mesmo de PVC só tivemos informação de que uma empresa detém a fórmula, cujo o produto levou o nome de Pionner.
No caso de imagens multi-coloridas, na qual o uso de impressoras carrossel é fundamental, estas tintas são grandes tendências, pois, além dos aspectos ambientais, permitem impressão de úmido-sobre-úmido o que representa uma economia na utilização de flash intermediários para secagem e consequentemente redução nos gastos da empresa. Entretanto, devemos lembrar que algumas operadoras de energia dispõe de pacotes que também proporciona as empresa uma significativa redução nos gastos com energia.
Segundo Marcus Carillo, quem pensa em crescer precisa estar atendo às normas que surgem e uma delas são as tintas que atendem as normas de seguranca de Brinquedos EM71-3:1995. "Isto significa, acima de tudo, uma excelente oportunidade de crescimento para empresas que têm interesse em exportar", conclui Carillo.

Quem pensa em desenvolver trabalhos em Plastisol, segue uma dica do nosso amigo Claudemir. "É muito importante mostrar as características das tintas plastisóis, eu sugiro um trabalho para fundo escuro de 8 a 12 cores, se possível com detalhes em relevo 3D. Eu indicaria base branca de meios tons utilizando uma matriz serigráfica com tecido poliéster mono 77/48 a 90/48 com reticulas de 20,5lpc para 77/48 e 22lpc para 90/48 e as demais cores fazer um processo de indexação utilizando tecido 120/34. Este tipo de trabalho apresenta um efeito bem realista em relação à imagem original, não necessitando de repiques. É utilizado, no máximo, três flashes para secagem intermediária, claro, isto também depende da qualidade da tinta plastisol."



Artigo

## O resumo da Opera em 3 Capítulos

1 - A Certeza do Acerto

É com muita alegria e com uma grande dose de orgulho, que neste ano de 2003, este colunista comemora 10 anos da primeira apresentação do processo serigráfico com cura UV, apresentado em uma feira para o grande público.
Contando com a parceria e a visão empresarial dos amigos Léo e Guimarães, e a colaboração dos amigos Elcio do Rio de Janeiro e Tadeu do Rio Grande do Sul, fizemos a demonstração daquilo que muitos acharam que era loucura, que com aquele custo não "pegaria", que não daria certo de jeito nenhum. Estavam enganados, e nós sim, estávamos certos. E a alegria se concretizou agora quando vemos os trabalhos que circularam nas feiras, trabalhos que antes só se viam na SGIA (Estados Unidos) ou na FESPA (Europa), e agora estamos vendo por aqui.
Magnífico o trabalho criado pelo Wallace Splendori e impresso pelo renomado Juraci, como também o do Pedro Felix, sem falar no feito pela equipe do Nakamura. Todos estão de parabéns!

2 - Boas e Más Notícias

E foi com muita tristeza e preocupação que recebemos a noticia do fechamento de dois importantes pontos de serigrafia no Brasil. O encerramento das atividades da principal empresa serigráfica de Minas Gerais, bem como o fim das atividades de uma multinacional do segmento de displays, que possuía um belo parque serigráfico, é motivo de dúvida e de reflexão quanto ao que aconteceu ou porque terminou assim.
Isso, somado aos comentários na nossa velha conhecida "Central de Boatos", nem sempre confiável, dando conta da situação difícil de algumas das grandes empresas deste setor, nos leva a concluir que, como dissemos na nossa última coluna, é urgente um re-estudo de comportamento e métodos comerciais no nosso segmento.
Em contrapartida, tivemos a informação da venda de equipamentos para a montagem de duas serigrafias completas de grande formato, para o Rio de Janeiro, o que nos renova a esperança, pois se cria novos postos de trabalho, e isso nos dias de hoje é importante.

3 - Muitos Direitos e Poucas Obrigações

Novamente, ofuscou-se o brilho de um grande evento por causa de vaidades inúteis, e teimosias desnecessárias. Acusações graves, desculpas vazias, reclamações violentas, promessas repetidas que anteriormente não foram cumpridas, foram o centro das discussões, quando na verdade dever-se-ia discutir técnicas novas, postura comercial viável, associações produtivas, trocas de experiências, parcerias com respeito à ética, e outras tantas atividades que acrescentasse algo ao nosso segmento. E se perdeu um monte de tempo discutindo o "NADA"!

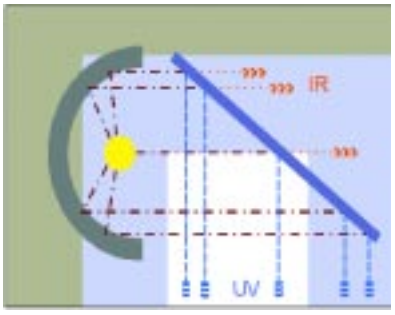
* não citamos o nome das empresas, pois continuamos com a proposta de valorização dos profissionais.

Bom Trabalho a Todos!

***Sergio Horta***
***s.horta@superig.com.br***

## Novidade em cura UV

A última tecnologia sobre cura é através de espelho friodesenvolvido pela empresa americana UCB.
Funciona produzindo efeito de luz UV fria curando sem compromissar a propriedade, uma vez que há uma pequena radiação direta do substrato no material.




Um espelho dicróico é usado para otimizar o reflexo da luz UV, retransmitindo a energia IR através seu do reflexo. Então, o reflexo é removido para o lado, em seguida. Dessa maneira, elimina a forma convencional e menos eficiente de dois filtros quentes; produzindo uma solução extremamente prática e eficaz.
Essa inovação promove a redução da energia IR (ou do calor) e aumento o substrato para mais de 80% dependendo do material, da cor, e de outras propriedades.
No Brasil, a tecnologia está sendo representada pela UCB América Latina, com Carlos Claro, 11 3038-0803.

## Emulsionadoras Automática made in Brasil

Saati Print by Larese foi o resultado da parceria industrial estabelecida entre as duas empresa. A larese fabrica e a Saati Print comercializa a partir deste mês as emulsionadoras SL 1500. A linha de emulsionadora envove deste projetos simples até os mais sofisticados e um dos destaques é o modelo com medida de 1500x1700mm.
A Saati oferece todo apoio técnico e suporte, após a compra. Mais informaçoes: 0800 7704701

Artigo

# Não confunda Marketing com vendas

*Última Parte*

5 Um programa eficaz de marketing comunica o conhecimento da sua empresa: "Veja só o que podemos fazer por você!". Estas palavras são ouvidas todos os dias, geralmente antes do preço ser apresentado. Quem cai no erro de fazer isto acaba parecendo um equilibrista, tentando se equilibrar sentado numa cadeira com apenas uma perna. Quando essa perna única é seu preço, é fácil cair.
Ironicamente, um monte de empresas falham em reconhecer (e dramatizar, ou enfatizar) suas características únicas. Este é um erro sério, pois são as qualidades especiais da sua empresa que vão torná-la atraente, tanto para clientes como para prospects potenciais.
Hoje, mais do que nunca, uma empresa deveria redobrar seus esforços em comunicar suas capacidades especiais ou únicas. Isso não significa fazer uma lista dos equipamentos disponíveis, nem dizer quantos funcionários tem. A melhor maneira de diferenciar sua empresa é através do conhecimentos que você transmite aos clientes, bem como seus esforços para ajudá-los a ter sucesso. Se você faz parte de uma organização inteligente (que aprenda), e envia essa mensagem consistentemente ao mercado, sua empresa será vista como diferente de todas as outras no ramo.

6. Um programa eficaz de marketing dará à sua empresa uma orientação de longo prazo: As empresas parecem sofrer do que pode ser chamado a Síndrome do McDonald's. 'Quanto mais rápido, melhor', - esse é o pensamento dominante da filosofia empresarial.
Estamos propensos a pensar em termos de dias, semanas, um mês – um planejamento de um trimestre já é de médio prazo, e, longo prazo, é um ano. Estamos tão preocupados com as cotas de hoje que não temos tempo de implantar estratégias para garantir nossas cotas de amanhã (ou do ano que vem, ou daqui a 5 anos). Uma das funções do marketing é fazer com que pensemos no futuro, garantindo que estejamos no negócio ainda por muitos anos.

7. Um programa eficaz de marketing é desenhado com os clientes em mente: quando as empresas descrevem em grandes detalhes o quanto elas se preocupam com seus clientes, começa a ficar claro que os 'clientes' de que estão falando são os diretores e a presidência da empresa. Para muitos executivos de marketing, os únicos clientes importantes são aqueles que assinam seus contra-cheques – e não aqueles que pagam as contas de verdade. Confundem marketing com puxação de saco.
O cliente final (aquele que paga a fatura) é aparentemente irrelevante. Vou contar um exemplo que ilustra bem este ponto. Uma agência de serviços em marketing foi contratada para comentar e revisar um folder de outra empresa, peça que era, obviamente, o ponto principal do seu plano de marketing. Imediatamente notou-se que existiam apenas 3 'chamadas' no índice desse folder:
- Nossos objetivos
- Nosso método de trabalho
- Nossa experiência
É possível usar um folder desse? Com certeza absoluta, mas não se você quiser vender alguma coisa. Na verdade, seria um documento perfeito para a orientação interna de novos funcionários. De maneira correta, o folder tratava do histórico da empresa, mas falhava em comunicar aos clientes o que era realmente importante. O seu material de marketing deve dirigir toda sua atenção aos clientes, e não à diretoria da empresa.

8. Um programa eficaz de marketing é uma força vital nos seus esforços de fidelização de clientes: Existe tanta preocupação em atrair novos clientes que, manter e cultivar a base atual é muitas vezes esquecido. É um erro trabalhar com a noção de que o marketing só tem a ver com colher as frutas já maduras. Na verdade, ele tem muito mais a ver com cuidar das frutas que já foram colhidas, para que elas não estraguem.
Embora isso já tenho sido dito, sempre é bom relembrar que a imensa maioria dos clientes deixa de comprar porque sentem-se ignorados, insignificantes ou esquecidos. Quando isso ocorre, buscam novos relacionamentos comerciais, para ver se o novo fornecedor lhes dá a atenção que merecem. Muitas vezes, a perda do cliente começa justamente na hora em que o primeiro pedido é assinado. Isso acontece sutilmente. O cliente começa a ter a sensação desconfortável de que o vendedor já não lhe dá mais a mesma atenção. Sem nem mesmo reconhecer o que está acontecendo, as empresas permitem que seu relacionamento com clientes se torne chato, vazio e sem vida. Uma rotina sem graça é estabelecida, e o fogo vai apagando...
Os olhos do profissional de marketing nunca podem se afastar dos clientes atuais, porque seu objetivo deve ser o fortalecimento das relações e dos laços que já existem. Ao fazermos as perguntas certas, será relativamente fácil determinar se um programa de marketing está ou não no caminho certo. Se seu marketing for cuidadosamente planejado e executado de maneira eficaz, então é claro que você pode esperar resultados concretos.

Teste seu marketing, mas não use suas vendas como padrão de comparação. Achar clientes é função do departamento de marketing. Fazer com que esses clientes comprem é que é função do pessoal de vendas.

***Raúl Candeloro - Diretor***
***raul@vendamais.com.br***

## Duas grandes novidades



A primeira é que a Nazdar, tradicional fabricante americana, fechou a representação de suas tintas digitais com a Supriplotters/Helmatec. Além de representar uma das mais conceituadas marcas de tintas no setor americano, a Supriplotters/Helmatec apresentou recentemente a nova impressora a base de solvente Compact Solven 258. Com tecnologia Xaarjet piezoelétric drop-on-demand, a impressora tem, ainda como característica técnica, 08 cabeças com 128 nozzles e largura máxima de 2,50m.

A impressora pode imprimir 26m2/h (2 passes) em substratos com ou sem tratamento. Utilizando tintas Compact Ink, que são homologadas pelo fabricante do equipamento, o usuário tem o custo de R$ 1,80 por m2, incluindo tinta mais operação do equipamento. A Supriplotters/Helmatec informa que a linha Compact Solven também está disponível nos modelos 180 (1,80m de largura e 04 cabeças XaarJet), 188 (1,80m de largura e 08 cabeças XaarJet) e 250 (2,50m de largura e 04 cabeças XaarJet) e 258 (2,50m de largura e 08 cabeças XaarJet). Para maiores informações acesse: www.supriplotters.com.br



## Lançamentos em Outubro

A Multisigns tem anunciando muitas novidades para o mercado de comunicação visual. Além dos novos pontos de atendimento, a empresa anuncia que, em outrubro, estará lançando a Visa Jet 100D com 8 cabeças de impressão. Informações: www.multisigns.com.br

## Nova impressora de 3,20m de largura chega a Belo Horizonte

A Estação Digital trouxe dos Estados Unidos uma impressora digital que permite imprimir lonas de até 3,20 de largura sem soldas ou emendas e com excelente resolução. A nova máquina permite, também, trabalhar com dois ou três rolos de matéria prima, simultaneamente. Nesse caso, adesivos e banners em formatos até 1,5m poderão ser impressos o dobro ou o triplo de peças de cada vez. O equipamento em questão é a impressora Scitex Vision XL Jet3, que permite a impressão de peças de 3 metros e 20 cm, com 370x740 dpi's de resolução. É a primeira máquina disponível no país da linha Scitex Jet de 3,2 metros com seis cores e que possibilita impressões frente e verso. O investimento da empresa com a nova aquisição gira em torno de 400 mil dólares. A empresa investiu em um novo layout da área de produção, nos demais equipamentos interligados a máquina, como a troca do "RIP" por um mais potente que agiliza a conversão do arquivo para impressão, e outras instalações, como o no-break, proporcionando mais confiabilidade na rede de trabalho e na potencialização do serviço prestado.
Informações: 31 3421-4647

## Lonas Sanlux 150 para Impressão Digital

Além do tratamento especial na superfície que, segundo a empresa, garante maior durabilidade ao produto, o Sanlux 150 é compatível com diversos equipamentos de impressão digital. O material está disponível nas larguras de 1370, 1520 e 2050mm. Maiores informações ligue para acesse: www.sansuy.com.br



## Mídias Océ para impressão Digital

A Isapel anuncia que, a partir de agosto, estará comercializando mídias (Papéis e Filmes) OCÉ para impressoras digitais. Informações: 11 4221-2545

## Nova impressora JET I

SignSupply apresenta a nova impressora para gigantografia, Jet I tem um sistema de fluxo de tinta a vácuo e permite um fluxo suave e consistente de tinta, evitando vazamentos, entupimentos, formação de bolhas e desperdício de tinta. O equipamento tem como caracterísitca 600 dpi´s (aparente), 12 cabeçotes Spectra e 3,3 metros de área de impressão. Informações: 11 3871-1133



## AKAD Lança Novo Site Totalmente Reformulado

O novo www.akad.com.br está novinho em folha! O site está recheado de conteúdo, informações, produtos, revendedores, depoimento de clientes, suporte e manutenção em até 24hs, além de um design arrojado e moderno. Confira!!

Artigo

# O uso correto da tecnologia



Eu creio que já escrevi sobre isto antes. Bem, por um lado, eu insisto na serigrafia (desde 1970, quando fiz minhas primeiras matrizes) e, portanto, devo ser velho e teimoso. Por outro lado (não sei se estou começando também a ficar ranzinza), o que vejo é que as necessidades do serígrafo continuam as mesmas após (e através de) todos estes anos...

Indo ao que interessa, gosto muito da palavra TECNOLOGIA. *Technós* em grego significa a arte de..., implicando na capacidade PRÁTICA de realizar coisas. *Logia*, todo mundo sabe, significa estudo, coleção de dados, ou seja, significa TEORIA. Portanto senhores, Tecnologia não significa a última versão de um software ou produto recém-lançado, significa aplicar a teoria na prática.

Quem detém um determinado grau de tecnologia serigráfica, portanto, consegue realizar um trabalho de forma (grau) controlada e com resultados previsíveis. Em outras palavras, consegue entregar aquilo que vendeu. Em outras palavras, tem (grau) qualidade no seu serviço. Vamos imaginar uma cena: o cliente vai conversar com o empresário serigráfico (com o serígrafo, não é com a revista). Está contratando um serviço.

Cliente: - Olha, capricha porque este serviço tem que ficar bom, heim...?

Empresário: - Pode deixar, vou acompanhar PESSOALMENTE, mas a minha equipe de produção já tem muita experiência, como você pôde ver no meu portfolio.

Segundo round da conversa, entrega do trabalho:

Cliente: - Como ficou?

Empresário: - Ficou jóia, olhe aqui o resultado...

Cliente: - Péra aí, você deve estar brincando...

Empresário: - Como assim, que você quer dizer? É um dos melhores resultados que já conseguimos, está excelente, olhe aqui!

Cliente: - Só se for pra você, olha pra isto - tá assim, olha pra aquilo, tá assado, etc. etc. etc...

Neste ponto, se fizermos uma votação, metade vai dizer que o cliente tem razão (porque o cliente sempre tem razão), e outra metade vai dizer que o cliente não sabe direito o que quer (quase nunca acontece, hehehe...).

FATO: Assim como a tecnologia, a qualidade não é uma característica intrínseca. Em outras palavras: a medida da qualidade é a razão entre o que foi pedido e o que foi entregue, e esta é uma relação matemática que envolve características e no caso de serviço gráfico, envolve a tiragem (implica em estatística). Se você pode medir uma característica, pode falar em qualidade, caso contrário será uma questão de opinião, a qual todos temos direito a uma.

O cliente e o empresário das caricaturas acima, negociaram um serviço sem ter definido quais as características importantes do trabalho, e como seriam avaliadas.
Uma vez identificada uma característica, deve ser estabelecida uma métrica, ou seja, deve ser adotada uma escala de medidas para esta característica. Definidas as UNIDADES de medida, devem ser acordadas para o trabalho duas coisas: QUANTIDADE ou valor mensurável na unidade de medida escolhida, e TOLERÂNCIAS ou quantidade permissível de variação para mais ou para menos dentro da mesma escala de medidas. É desta maneira que se estabelece a qualidade em todo e qualquer ramo de produção industrial, incluindo as artes gráficas, e a serigrafia não deveria ser exceção.
Na prática, não vejo por parte dos empresários o investimento em instrumentação. Por muito favor, as empresas têm adquirido tensiômetros, e olhe lá. Dá para controlar a qualidade da matriz sem um medidor de espessura de emulsão? Sem um integrador de luz? Sem um microscópio ou telelupa de 50X? Vamos lá, todos estão lendo sobre rugosidade da emulsão, dá pra controlar sem contar pelo menos uma vez por mês com leitura de rugosímetro?

Dá pra CONTROLAR a impressão reticulada sem ter um densitômetro de reflexão? A resposta para todas estas perguntas é: Com muita dificuldade.

Não, Empresário, não é necessário instalar um laboratório de pesquisa e desenvolvimento ao lado da sua produção, tem gente (empresas de consultoria, institutos, escolas) que faz este tipo de serviço de medições para você. Claro que a partir do desenvolvimento dos trabalhos (de melhoria da qualidade) cada um vai selecionar o que será imprescindível ter “em casa”...

**Ary Luiz Bon - Consultor em Serigrafia**
**ary@empresarioserigrafico.com.br**



# Grupo de Discussão Gera Polêmicas_

O grupo de discussão Serigrafia.org foi criado para promover, entre os profissionais da área, esclarecimentos de dúvidas e discussões propriamente ditas sobre assuntos que possam interessar a todos. Sendo uma iniciativa da Revista Empresário Serigáfico, é coordenado por Fernando Matias, responsável por qualidade e produtividade na empresa INFERTEQ Etiquetas e Adesivos Ltda. E, para que todos possam tirar maior proveito, montamos um pequeno extrato com algumas informações veiculadas durante o último mês, sobre um assunto que, no mínimo, é muito polêmico. Leia e dê sua opinião também. Esperamos aumentar o número de participantes que hoje é de, aproximadamente, 60 profissionais. Na seção chat do site www.serigrafia.org tem informações de como se cadastrar gratuitamente para participar deste grupo.

## Comportamento de Mercado

Meu nome é Estevão, tenho uma empresa desde 97, aqui no Rio Grande do Sul, mais precisamente em Caxias do Sul. Nosso objetivo, desde o início, foi buscar a melhor qualidade possível, independente dos custos que isso pudesse gerar. Isto significa: sempre usar o solvente adequado e o mesmo pode-se dizer das tintas. As telas são de alta qualidade, quase todas de fios amarelos, fatores estes, como todos sabem, que geram impressões mais bem definidas, as molduras também são quase todas de alumínio, as telas são esticadas com pinças pneumáticas e gravadas em mesa com prensa a vácuo... Até aqui tudo bem, tudo bonitinho, organizadinho, etc... A grande pergunta é: COMO CONCORRER COM OS PICARETAS?????
Como concorrer com aquele cara que usa tela de segunda, tinta de terceira, solvente de uso residencial...etc, etc, etc, etc??? Deixo este assunto em aberto, gostaria de saber a opinião de todos e se possível, discutir o assunto.

## Vejam alguns comentários referente a esta pertinente questão:

1 Este problema que você enfrenta é um problema comum na maioria dos segmentos, existem clientes para todo tipo de mercadoria, o que precisamos fazer é procurar cada dia mais profissionalizar este mercado, continue fazendo materiais de primeira e prestando um excelente serviço para seus clientes. O futuro esta caminhando para o profissionalismo e não vai haver outro mercado há curto prazo.
Por Claudemir Previtalli

2 Sempre haverá pessoas que exploram a versatilidade da serigrafia para improvisar e usar produtos mais baratos com qualidade inferiores e, conseqüentemente, com custos mais baixos. A pergunta que fica no ar sem resposta é: Quanto tempo estas empresas conseguem se manter, ao passo de ter uma boa rentabilidade?
- Neste caso, sabemos que existem clientes que compram este tipo de serviço visando um custo menor e que se beneficiam com a guerra de preços gerada por empresas fornecedoras. Da mesma forma com que seu cliente faz com você, muitas serigrafias também fazem com seus fornecedores que, por sua vez, também fazem com seus fornecedores. Por exemplo com a revista: muitos não se preocupam em saber o custo benefício, e sim, custo inicial que será gasto. É um ciclo que eu, particurlarmente, só consegui saí, buscando novos nichos de mercado.
- No seu caso, suponhamos que o foco seja, material promocional e brindes. Eu pergunto: Quantos fabricantes de bolacha de chocolate existem no Brasil? Por que não ofertar para aqueles que nunca fizeram nada ou muito pouco? Deixar de lado os clientes mais badalados e almejados...
Antigamente, muitos queriam produzir para a AmBev. Hoje há pouquíssimas empresas interessadas, pois sabem que para isto é preciso dimensionar uma outra realidade e neste caso contar com compra de produtos com um custo mais baixo, em função do volume (isto também é uma outra situação que algumas pessoas confundem com Picaretagem, quando, na realidade, é uma questão de poder de barganha).
Por Marco Marcelino

3 Entendo sua indignação, pois nossa empresa encontra-se na mesma definição que você acabou de descrever (sempre em busca da qualidade). Apesar desses *"picaretas"* atrapalharem bastante, acho que exista uma fatia do mercado que eles não conseguem atingir. Boa sorte e bons negócios no Rio Grande do Sul!
Por Arnaldo

4 Na minha opinião, todos perdem numa guerra de preços. Picaretas são aqueles que fazem um pouco, mas barato e pior. Historicamente na serigrafia, empresas têm buscado fazer grande segredo de seus processos como forma de proteção, e também, fornecedores buscavam as aplicações de seus clientes para multiplicá-los ou mesmo concorrer com eles. (coisa do passado, com

certeza hoje não ocorre mais isso... bem... se ocorrer é um outro tipo de picaretagem...) Empresas como uma Hoechst, Nestlé, Reckitt; não têm grandes segredos industriais, eles vendem "commodities" - seu negócio depende muito mais dos volumes e do sistema de distribuição. O serígrafo, como todo gráfico, aliás, tem seu negócio focado no fazer, executar; e seu investimento foca a melhoria da capacitação. Eu trabalho em capacitação técnica, e, mesmo assim, se eu dependesse apenas da consultoria em serigrafia para sobreviver, já não teria sobrevivido. Paradoxo?
Segundo o Mário Cézar Camargo, da Gráfica Bandeirante (e da Abigraf), o empresário gráfico precisa começar a se focalizar em aprender a comercializar. Eu concordo com ele, não dá para ficarmos nos queixando daqueles que são mais hábeis na negociação e mais porcos no serviço. Temos que ser mais competentes do que eles na comercialização. Nossa engenharia serigráfica tem que estar voltada não só para o "como fazer" mas também para "como fazer mais barato e MELHOR".
Eventualmente, pode se fazer necessário proteger a informação da engenharia interna. Mas, para tudo o que se desenvolva, tem que ter em mente que, na medida que o mercado pede mais de um produto ou serviço, mais gente vai querer estar oferecendo, é aritmética simples. A questão é: como fazer para que seja desconfortável ao meu cliente mudar de fornecedor? Como fazer para que ele esteja confortável comigo? Como fazer para fazer melhor que os outros? Em 80% dos casos, melhor pode ser a forma de comercializar e não necessariamente a qualidade técnica do produto em si.
Por Ary

5 Tive a oportunidade de ver que a qualidade de impressão da maioria das empresas da sua região é realmente boa, talvez pelo alto grau de exigência das grandes empresas da cidade, talvez por existirem várias pessoas que pensam como você e procuram fazer bons materiais. Como o Marco Marcelino disse, a guerra de preços existe em vários setores e atinge toda a cadeia de produção, a mesma pressão por produtos e serviços mais baratos, mesmo que com pouca qualidade, que você e todos os serígrafos sofrem, passa para o distribuidor, para o representante, para o fabricante, e para o fornecedor do fabricante e assim por diante até chegar no pobre operário que trabalha no fornecedor do fornecedor do fornecedor, ganha uma miséria para trabalhar duro, mas que, se não quiser trabalhar, têm um monte de gente para o patrão colocar no lugar dele...
O importante é lembrar que isto é sempre um ciclo, e que acontece em mercados, setores ou períodos e acabam causando mudanças. Acho que o que diferencia as empresas é o verdadeiro profissionalismo e a política adotada pelo empresário para gerenciar o seu negócio. Aprendi que você deve, acima de tudo, buscar aquilo que é a principal missão de sua empresa, garantir a sua sobrevivência, o seu crescimento e o retorno dos seus investimentos. E se buscar atingir um preço ou ganhar uma cotação significa remar na direção contrária da sua missão, então talvez não seja a hora de buscar este cliente. Não adianta você tentar conquistar um grande pedido daquele grande cliente que todos querem atender, se não for pra ganhar dinheiro com isso, é melhor fazer pedidos pequenos. Aí entram várias outras questões para analisar:
- Tente encontrar um nicho especial de mercado para não ficar concorrendo com todos os serígrafos do mundo.
- Utilize um diferencial de atendimento ou de serviço que possa levar valor agregado ao seu cliente e que torne interessante pra ele comprar de você, não só pelo preço, às vezes a resposta está em uma pequena necessidade não demonstrada, como uma embalagem diferente ou uma entrega mais rápida.
- Sempre pergunte para o cliente o que você pode oferecer de melhor, você vai se surpreender quando ele próprio passar a te dar as soluções.
- Procure vender o produto certo para o cliente certo, não tentar vender o seu ótimo produto para o cara que não liga pra ele.
- Um setor de design e desenvolvimento pode ajudar a oferecer produtos originais.
- Continue sempre investindo no seu capital humano, mantenha um bom clima dentro da empresa e os funcionários satisfeitos se tornarão aliados criativos e poderosos, mas cobre isto deles, que devem ajudar a manter a empresa sempre melhorando para continuarem sendo bem tratados.
- Mantenha-se informado para não perder as oportunidades do momento, leia, estude sempre!
- Escolha bons parceiros, esteja certo de estar em boas companhias, um bom amigo não tem preço e ele sempre vai te ajudar a crescer.
- Lembre-se que o grande aliado da qualidade é a produtividade, as empresas mudam o mercado quando conseguem vender mais barato porque fazem mais rápido sem perder a qualidade, busque sempre a capacitação de seus funcionários e a sua própria, e acompanhe os avanços da tecnologia.
Porém, nada disso adianta se a sua cabeça não estiver centrada no seu papel de empresário e pensando nestas soluções. E, para isso, a sua empresa deve buscar a sua missão básica o tempo todo, que é garantir uma boa situação financeira que lhe ofereça esta tranqüilidade de raciocínio. Aí, um pecado que muitos cometem para ir atrás dos preços dos picaretas, acabam com a saúde financeira de sua empresa, aí você não tem mais cabeça para pensar na vantagem competitiva, só pra pensar em como cobrir a conta no banco.
Por Edu.




**www.serigrafia.org**

Artigo




# Desenhando no Photoshop

Quem já precisou de uma bandeira para ilustrar um trabalho sabe das dificuldades que se tem para encontrá-las. Não pelos recursos que a própria Internet disponibiliza, mas pelos tipos disponíveis e a resolução que quase nunca é compatível com o processo de impressão. Nesta edição, iremos mostrar como desenhar uma bandeira no Photoshop 7.0 e, dependendo da sua criatividade, talvez sua empresa ganhe um símbolo glamuroso. Ou quem sabe, nunca mais verá nossa bandeira tão ruim quanto no último Pan.



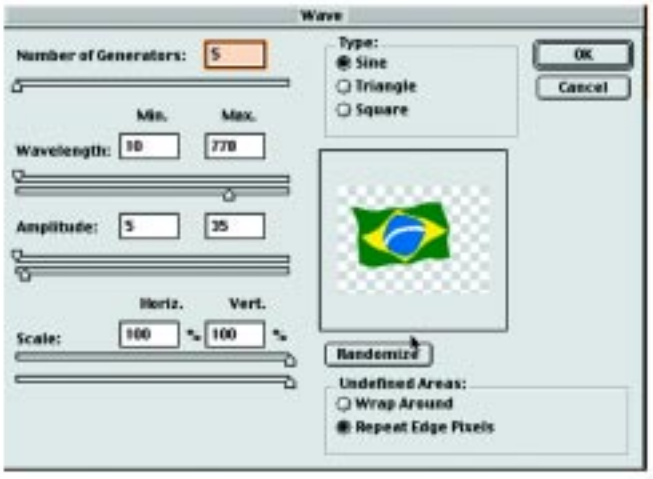
Para criar uma bandeira é muito simples, porém, iremos passar alguns procedimentos com base em usuários com conhecimentos básicos no programa. Embora a bandeira escolhida tenha medidas e padrões, nosso objetivo está ligado apenas aos efeitos visuais e a fato de que, através do fotoshop, é possível criar inúmeras ilustrações.

1. Iniciamos nosso passo-a-passo com uma área de 550 x 440 pixels. Com a ferramenta "seleção" começamos fazendo um retangulo e pintando-o de verde (100%C, 100%Y e 20%K).



Usando a ferramenta "seleção dirigida", fazemos um losango e aplicamos amarelo (100%Y e 15%M). Com "seleção de círculos", fazemos o tradicional círculo azul (100%C e 40%M). Com a mesma ferramenta de seleção em circulos, fazemos um arco branco. Na sequência clicamos no menu "Select", "Modify" e, por fim, escolhemos a opção "Contract". Incluimos 15 pixels para formar um arco. Na sequência, selecionamos o arco azul e marcamos o layer do arco branco. Pressionamos as teclas Ctrl + Shift (PC) ou Maçã + Shift (Mac) e a tecla Del.

2. Para fazer os dizeres ORDEM E PROGRESSO, usamos a opção "Warp Text", logo após ter digitado para moldarmos ao arco.




3. Para decorar a bandeira com estrelas, trocamos na ferramenta "Paint Brush" e selecionamos o spray 42 Star. Aplicamos as estrelas sobre as áreas azuis.

4. Se você utilizou layers separados, neste momento é preciso agrupá-los. No próximo passo iremos aplicar um efeito de ondas. Clique em "Filter", na sequência "Distort" e "Wave". Aplique as seguintes configurações como demostra o quadro acima. Clicando em "Randomize", você mudará os efeitos de ondas até aquele que melhor te agrada.

5. Nesta etapa, iremos incluir sombras pretas para reforçar o efeito de ondulações da bandeira. Escolhemos a ferramenta "Brush" e trocamos para a ferramenta "17 Painting Brush" e troque o modo para darken e marque 32% de opacidade.

Na direção das ondulações, faça listas com o spray de modo que seja realçado o efeito de ondas da bandeira.



## Lineaturas Finas: Utopia ou Realidade?

A cerca de dois anos, uma corrida em busca de reproduzir lineaturas finas, levaram empresas brasileiras a viajarem para o exterior em busca de informação. Alguns perderam dinheiro tentando aumentar a qualidade das imagens que, com muita frustação, transformaram pontos em manchas e os resultados não foram nada satisfatório. Mas qual será a necessidade de reproduzir lineaturas finas? Alguns dizem: O cliente não paga por isso?

Bem de fato o cliente nao paga pelas dificuldades que se empregam durante o processo de produção, mas sim, pela necessidade de que aquela impressão precisa vender seus produtos e, ou divulgar suas marcas. E isto é tudo! Pouco importa se ponto está perfeitamente redondo. O que vale é a imagem e sua condição de contraste, vivacidade nos tons, encaixe das cores e sua durabilidade onde quer que ela seja exposta.

A melhoria e necessidade de produzir pontos cada vez menores, vem da paixão pelo processo e orgulho de mostrar uma imagem com máxima definição. Recentemente, Wallace Splendori, especialista em pré-impressão, ousou colocar em prática alguns estudos e contou com nada mais, nada menos do que o experiente Juraci, da Artlle, para fazer as impressões em banner. O resultado deixou estrangeiros em dúvida quanto aos resultados e o que antes era visto somente em férias fora do país, foi possível ver aqui em terras tupiniquins. Foram 52 linhas por polegada. E mal a impressão chegou aos olhos de alguns, outros já trabalhavam durante a noite para, na manhã seguinte, apresentar uma impressão com 60 linhas. Um trabalho liderado por Adalberto Mendes de Souza e Marcelo Pires Serra. Duas atitudes que trouxeram as questões das lineaturas de volta ao cenário da serigrafia brasileira e que mobilizou outras empresas a prestarem serviço para atender, de forma diferenciada, os clientes de Serigrafia. E neste quesito não podemos deixar de mencionar o belo trabalho que algumas delas tem feito como é o caso da Quality Fotolitos, Class Fotolitos, KJ Brasil e a MPS Graphics. Com tantas empresas focadas nas melhores soluções para os clientes, fica a expectativa de que, em muito pouco tempo, teremos uma das melhores pré-impressões dentre os demais países estrangeiros. Como todos nós sabemos, a pré-impressão é um setor muito franco em todo mundo e que tem grande influência sobre a qualidade de impressão.

Quem se antecipou e desenvolveu seus próprios pardrões de qualidade, em termos de pré impressão hoje, está imprimindo alta lineaturas como uma rotina normal de trabalho. São empresas como WRJ, Arte Fix e a Santana Screen (que inclusive foi premiada nos Estados Unidos com a produção de uma quadricromia para a Apple em camisetas promocionais). Sabemos que existem outras e gostaríamos, inclusive, de convidá-las a nos informar e fazer com que o mercado também tenha acesso as informações. Sempre gostamos de lembrar que, além de empresas de serigrafia, recebem nossa revista: departamentos de criação e compra de grandes agências de publicidade, merchandisign e anunciantes.

## Computer to Plate? Seria uma tendência?



Quem ainda não ouviu falar pode ter certeza que este tipo de sistema tende a revolucionar o mercado gráfico em muito pouco tempo. Na área de offset, o nome é um pouco diferente devido ao processo utilizar chapas de gravação (Computer to Plate). Assim como na serigrafia chamamos de Computer to Screen, que seria ter uma imagem que sai diretamente do computador para a tela.

Dentre os diferentes nichos de mercado e aplicação serigráfica o Computer to Screen tem focado áreas como cd´s e dvd´s com grande eficiência. É o caso do K2 6S da Kammann, tradicional fabricante de máquinas para serigrafia em optical media (cd´s e dvd´s). O equipamento foi apresentado pela empresa ao Brasil no último mês de julho e trabalha com o formato máximo de tela de 320 x 320 mm e 170 x 170mm de imagem.

Além da facilidade e do fato de não precisar mais de fotolitos para que o processo seja concluído, em geral, são equipamentos de alta precisão. No caso da Kammann em específico, o equipamento permite através do software e forma simples uma precisão de posicionamento na casa de +/- 0,025 mm. Tal precisão também contribui em muito para os casos de repetições de processos e ajuste das matrizes durante a fase de impressão. O modelo K2 6S imprime imagens a partir de uma resolução de 1200 pontos por polegada (dpi). Outro destaque interessante do equipamento é o recurso que detecta e elimina automaticamente o famosos efeito indesejável, o moiré. Para obter maiores informações referente a esta nova tecnologia você pode contatar a Kammann através do telefone: 11 4034-3190.

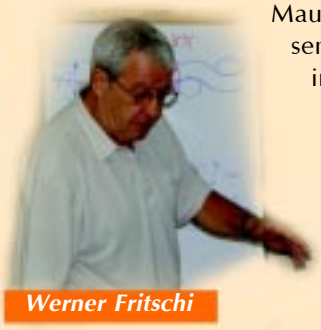
## PVC na Serigrafia

Não é a toa que o PVC, vem se destacando no segmento de Comunicação Visual. Um material altamente qualificado, com todas as características que os serigráficos necessitam, além de ser um dos materiais mais resistentes à umidade, agentes químicos e intempéries. O PVC está se tornando um grande aliado da Comunicação Visual, além de ser utilizado em embalagens, revestimentos de paredes e pisos, fabricação de brinquedos infláveis, materiais escolares, janelas e até mesmo na construção de casas. Este material tão versátil é encontrado em diversas cores e em formatos de chapas (rígidas e flexíveis), tarugos, lençóis, filmes, laminados e forros. O PVC pode ser encontrado na VICK 11 3871 7888 ou 19 3272 7900.

## Sefar ministra palestra na Videolar


Maurício Rosado

Ao final do mês de julho, os funcionários da Videolar, tradicional fabricante de CD´s e DVD´s, tiveram um treinamento sobre serigrafia e seus parâmetros. Durante o evento, Werner Fritschi, especialista em Serigrafia, falou da importância em conhecer aspectos de pré-impressão e os efeitos práticos que a escolha de um tecido pode influenciar no processo produtivo de mídias, como cd´s e dvd´s. "Existem vários tipos de tecidos para atender as diversas demandas e tipos de aplicação pelas quais a serigrafia é utilizada. Através da escolha do tecido é possível controlar consumo de tinta e isto pode fazer a diferença nos custos de uma empresa." comenta Werner. Maurício Rosado, da Unida, também esteve presente para falar sobre a importância do uso de instrumentos de medição. www.sefar.ch


Werner Fritschi



## Sala de Sensações é Atração na Expo Bríndice 2003

A 10ª Edição da feira especializada em brindes, produtos promocionais, presentes corporativos e mídia extensiva, apresentou este ano, uma sala com o objetivo de mostrar a influência dos cinco sentidos na hora do marketing, apresentando diferentes opções que marcam o inconsciente humano, além de outras novidades. Durante o evento, uma delas foi o lançamento da 16ª edição do Bríndice, onde constam empresas fornecedoras, fabricantes e importadoras de brindes e produtos promocionais. Ele pode ser pedido pelo telefone: 5078-4066. O setor cresce em média 10% ao ano, e, mesmo com a desvalorização cambial, a expectativa é que o setor movimente R$ 1,7 bilhão em 2003, um crescimento de 5% em relação a 2002, quando foi registrado uma marca de R$1,6 bilhão. A Expo Bríndice, que se realizou no Centro de Convenções São Luís, entre os dias 22 e 25 de julho, reuniu aproximadamente 100 expositores e recebeu 9 mil visitantes.

## Seminário de Serigrafia da USP tem nova data

O local já está confirmado! O primeiro seminário de serigrafia promovido pela USP será no Auditório Cineteatro Alphaville, na rua Calçadas Flor de Lótus, nº 78 no Condomínio Centro Comercial de Alphaville. "O nosso objetivo é passar aos serígrafos conhecimento que poderá, na prática, solucionar os problemas encontrados no seu dia-a-dia." comenta Dorival Moraes, responsável pelo departamento de serigrafia da Videolar e diretor deste evento.

A nova data para o grande acontecimento é dia 13 de setembro das 9 às 17 horas e já confirmaram presença as empresas: Saati do Brasil, Vision Cure, Sericol, Sefar, Dubuit e KJ Brasil.

As vagas são limitadas e as inscrições serão gratuitas a todos aos leitores da Revista Empresário Serigráfico, que apoia oficialmente este evento.

Informações: Entrar em contato com a Central de Atendimento no tel: 5512-6498 nos horários: 9:00 às 12:00hrs ou 13:00 às 16:00hrs, a partir do dia 15/08 ou ainda com a Revista Empresário Serigráfico, 11 6676-3457.

## Feira de Serigrafia nos EUA

A SGIA, uma das principais feiras de serigrafia em todo o mundo, este ano, será em Atlanta, de 15 a 18 de Outubro.

A Real Forte Câmbio e Turismo está fazendo uma promoção cujo o valor é de US$ 785,00 por pessoa, hospedado em quarto duplo. Entretanto, existem outras opções de preços e pacotes, sendo essa apenas uma dica.

Para obter maiores informações procure o Roberto Sadao no 11 6941-0080 ou roberto@realforte.com. Para obter maiores informações sobre a feira e captar a relação de expositores acesse o site da associação: www.sgia.org

## O Gasto da Capacidade Ociosa

Maurício Moura apresentou de forma concisa e bastante clara como o empreendedor pode apostar no tempo ocioso gasto por problemas que não estão agendados, como problema nos computadores e máquinas, gasto pelos funcionários no coffee-break, na entrada e preparação do local de trabalho, falta de energia, entre outros. Além desse tema, foi abordado, também, o valor de cada funcionário e de cada serviço/unidade por hora. Um pensamento lógico e racional para "pôr no papel" todos os gastos que podem ser reaproveitados de uma certa maneira. Montou-se uma equação que chegou a um resultado de quanto se perde de serviço/unidades ociosos em um final de produção, bem como horas que poderiam ser usadas de maneira produtiva gerando mais lucros para a empresa. A palestra foi sediada no Condomínio Paramount em São Paulo e intermediada pelo Clube do Empreendedor no último mês de julho. Um período de 3 horas para aprofundar conhecimentos e trocar experiências sobre o mundo do pequeno empreendedor brasileiro. Tema bastante interessante para ser explorado tanto da visão do funcionário quanto da visão do empreendedor da empresa.

www.clubedoempreendedor.com.br

## Grande feira do setor de Merchandising em São Paulo!!

As feiras Free Shop Show, Free Shop Meeting, Print Show e a Promo e PDV Show, todas ligadas aos segmentos de serviços gráficos, promoção, eventos e merchandising no PDV, foram realizadas entre os dias 5 e 7 de Agosto na Expo Transamérica. Promovidos pela Forma Editora, os eventos forneceram uma visão completa das soluções disponíveis nos segmentos de serviços gráficos, embalagem, produtos promocionais e promoção de eventos para cerca de 15 mil visitantes, entre executivos das áreas de marketing, comunicação, promoção, eventos, criação, design e merchandising, representando segmentos que estão em forte expansão no mercado brasileiro.

No Print Show, houveram dois estandes dos mais criativos. O primeiro, feito de papelão produzido pela Escala 7; e o segundo, inflável, da Spada Mídia, ambos, todos estilizados. Em matéria de brindes criativos, encontramos os da Personal Chocolate, que são brindes de chocolate com o logo da sua empresa, assim como cartões deliciosos de Natal, se é que entendem... O porta-celular de mesa da Raizler, feito de PVC e impresso em Serigrafia. As máquinas fotográficas da Mirage, onde você imprime sua marca; e o cartão promocional da Oral Card, um cartão promocional da sua empresa com 10 metros de fio dental, embutido para uso pessoal. Todos eles, exibindo muita criatividade!

Os grandes potenciais expostos na feira foram os produtos recicláveis. Muitos estandes mostraram boas opções de brindes que vão desde bloquinhos de papel e agendas de papel reciclado até camisetas fabricadas com linha de algodão misturados com plástico de garrafa Pet – fio 30 PA.

Segundo Frederico J. de Medeiros, diretor da Terra Eco Design, uma empresa há 14 anos no mercado de reciclagem e 2 no design, a camiseta reciclável é feita de 50% poliéster e 50% algodão.

As empresas estão se conscientizando que o seu papel social não se restringe só a geração de empregos. Estão transformando brindes em recados de proteção à natureza. Muitas empresas já aderiram a idéia de usar apenas material reciclado. Dentro deste cenário, é grande o número de expositores que utilizam o processo serigráfico para seu processo de decoração. Foram dezenas de empresas expondo banners impressos em serigrafia e no quesito display, a organizadora preparaou um espaço ao qual estavam expostos os indicados ao prêmio Popai que ocorerá nó próximo mês de setembro.

*Seminários tem presença de empresários do setor*



## Comunicação Visual 2003 na Itália em Novembro

Os fornecedores principais de comunicação visual e signs, impressão de imagens, pad printing e imagem latente, impressão de POP/POS exibirão seus produtos na maior feira da Itália entre 14 e 16 de novembro. A expectativa é de 14.000 visitantes que encontrarão mais de 280 fornecedores que estarão exibindo no salão 1.2.3 e 4 do pavilhão de Milão. Profissionais internacionais da indústria estarão discutindo, junto com ACNielsen, muitas tecnologias novas, mas também como segurar a situação econômica atual. Mais informações www.visualcommunication.it.

## SEFAR na Ceramitec 2003 em Munique

O Grupo SEFAR é um dos principais fabricação de produtivos tecidos para serigrafia, destinada à decoração de azulejos e outros substratos da indústria cerâmica. Os tecidos Sefar se caracterizam por um alongamento uniforme nas direções de urdume e trama e por um bom comportamento antiestático. Na Ceramitec em Munique, a SEFAR apresentará toda a sua linha inovadora de tecidos e de acessórios desenvolvido para a impressão serigráfica cerâmica rotativa. A feira irá ocorrer de 16 a 20 de setembro.

## FESPA Apresenta Novo Time de Exibição em 2005

Está confirmada a data e time que irá organizar a FESPA 2005! Ela será sediada em Munique, na Alemanha de 31de maio a 4 de junho de 2005 e na nomeação de uma equipe dedicada a exibição baseada no HQ em Reigate, Reino Unido. Ela é internacional e tem profissionais com experiência em promover eventos industriais de escala grande e irá tratar de vendas e marketing. As preparações já estão sendo organizadas a pavilhão para 2005, usando os salões A1& A2 e os salões B1 e B2. Isto fará do evento 2005 o maior na história de FESPA! Mais informações www.fespa2005.com.

## ÚLTIMA CHAMADA

Agora que a OMS (Organização Mundial de Saúde) liberou Beijing da lista de cidades de quarentena por causa do SARS, a agenda da cidade está voltando ao normal. Assim, confirmaram-se os dias para a próxima ASGA 2003, entre os dias 23 e 26 de Setembro, essa é a feira internacional da China sobre serigrafia e signs. Já pode ir fazendo as malas... Os valores para os interessados é de US$ 1.634,00. Informações: 11 6941-0080 com Roberto Sadao.