



5º CONGRESSO INTERNACIONAL DE INOVAÇÃO DEBATE ECONOMIA CRIATIVA

A alma do negócio é inovar. Não dá mais para pensar em uma gestão resistente às adaptações necessárias para acompanhar as constantes transformações mercadológicas. Para quem entende (ou deseja compreender) por que evoluir figura como quesito vital para a saúde de uma empresa, a oportunidade de buscar informação está no 5º Congresso Internacional de Inovação e na sua temática *Economia Criativa: ideias e ideais gerando riquezas*.

O evento, promovido pelo Sistema Fiergs, acontecerá nos dias 30 e 31 de outubro, no Teatro do Sesi, em Porto Alegre. Na programação, palestrantes de expressão mundial discutirão as novas tendências de negócio que mudarão a configuração do segmento industrial. Uma das atrações do congresso será Steven Johnson, professor da New York University e autor do livro *De onde vêm as boas*

ideias?. O guru defende que a capacidade de sermos criativos com os recursos disponíveis influencia mais as grandes inovações contemporâneas do que a necessidade dos consumidores. De modo simples, Johnson vai explicar como a criatividade pode melhorar radicalmente o desempenho pessoal e organizacional e a maneira como as novas formas de conexão influenciam os empreendimentos e a economia.

Lauren Anderson, diretora do Collaborative Lab, também integrará o time de especialistas, abordando *Como o Consumo Colaborativo está influenciando a Indústria?*. Na outra ponta, Gerd Leonhard, fundador do GreenFuturist e CEO da The Futures Agency, tratará da Indústria do entretenimento. Mais informações sobre a programação e inscrições podem ser obtidas no site www.fiergs.org.br/inovacao/programacao.

Marketing & Comercial

Segmentação

A conquista de prêmios e as estratégias de marketing

O que dita o mercado consumidor de agendas

ACONTECIMENTOS DO SETOR

Em outubro, a indústria gráfica gaúcha vai poder acompanhar boas dicas para quem deseja apostar na arte de inovar. A Fiergs promove o 5º Congresso Internacional de Inovação com o tema *Economia Criativa: ideias e ideais gerando riquezas*. É uma oportunidade e tanto para o setor, pois o evento acontece dentro do nosso estado. Ou seja, não vai ser preciso sair do Rio Grande do Sul para assistir a palestras e especialistas de expressão internacional. Aliás, um dos pressupostos da inovação é justamente o contato direto com a informação e com pessoas. Como exercitar a criatividade fazendo todos os dias o mesmo itinerário? A Abigraf-RS incentiva que os dirigentes gráficos busquem a atualização!

NOVO ESCRITÓRIO PERFIL CONSULTORIA GRÁFICA

A Perfil Consultoria Gráfica fez um investimento estrutural e ampliou a sua abrangência no território brasileiro. No segundo semestre, a empresa passou a atender no Paraná com um novo escritório situado na cidade de Curitiba. A Perfil, especializada nos serviços de gerenciamento de cores, atua com pesquisa, informação tecnológica, capacitação, técnica e soluções para auxiliar na realização de projetos do setor.

Dica de Livro

INOVAÇÃO NO LIVRO ARTE DIGITAL

Para quem busca conhecer um método inovador para o desenvolvimento de ilustrações digitais, uma nova publicação chega ao mercado. O livro *Arte Digital*, do ilustrador e designer gaúcho Silvio Ribeiro, apresenta 20 desenhos concebidos inteiramente no Photoshop – sem esboços a lápis e criados somente com o mouse. “Com esta metodologia é possível fazer uma ilustração complexa como as publicadas no livro em 4 ou 5 horas”, ressalta Ribeiro. São 52 páginas repletas de comentários, indicações de ferramentas importantes e todo um pas-



so a passo para auxiliar no aprendizado. Para mais informações, contate o autor nos e-mails ssemr@yahoo.com.br ou sribeiro@sribeiro.com.br.

Mercado

KODAK INVESTIRÁ EM NOVOS MERCADOS

Eastman Kodak Company está adotando ações para se tornar mais rentável e sustentável. A partir de 2013, o foco estará concentrado em Soluções para Impressão Gráfica Comercial, Embalagens, Impressão Digital e Funcional, e Serviços Corporativos. Para isso, é preciso reduzir os custos da corporação, liquidar passivos e rentabilizar o portfólio de patentes de imagens digitais, conforme afirma o Chairman and Chief Executive Officer, Antônio Perez: “Estes negócios possuem grandes perspectivas de crescimento a longo prazo em todo o mundo e são fundamentais para o futuro da marca”.

MÜLLER MARTINI MARCA PRESENÇA NO CBJ

A fabricante suíça Müller Martini Brasil participou do 9º Congresso Brasileiro de Jornais, promovido pela Associação Nacional de Jornais (ANJ), que aconteceu nos dias 20 e 21 de agosto, em São Paulo. Na oportunidade, a organização apresentou alguns lançamentos, como as linhas de encarte AlphaLiner e FlexLiner. Trata-se de equipamentos para expedição de noticiários que permitem processamento em diversos formatos. As soluções também operam na produção orientada por zonas e no sistema Motion Control, responsável por detectar os erros e corrigi-los imediatamente.

Expediente



ABIGRAF-RS

PUBLICAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA GRÁFICA REGIONAL RIO GRANDE DO SUL

Av. Pernambuco, 2.623 – 5º andar – CEP 90240-005
Porto Alegre – RS – Brasil – Fone: (51) 3323-0303
www.abigraf-rs.com.br / abigraf-rs@abigraf-rs.com.br
Twitter: @ABIGRAFRS

Facebook: Abigraf-rs Associação Ind Gráfica

Presidente:

CARLOS EVANDRO ALVES DA SILVA

1º Vice-Presidente:

OSNI TADEU DOS SANTOS

2º Vice-Presidente:

LUIZ CARLOS PAGANO GASPERINI

3º Vice-Presidente:

HENRIQUE PURPER



Sindigraf RS

Sindicato da Indústria Gráfica no Rio Grande do Sul

Presidente: CARLOS EVANDRO ALVES DA SILVA



SINGRAPEL

Sindicato das Indústrias Gráficas de Pelotas

Presidente: GILMAR MOSCARELLI LEVIEN



Sindicato das Indústrias Gráficas da Região Nordeste do Rio Grande do Sul

Presidente: LUIZ CARLOS OLIVEIRA DE MORAES

É permitida a reprodução de matérias, desde que citada a fonte.

Produção e Execução:



Edição:

FERNANDA RECHE – MTB 9474

Textos:

PATRICIA CAMPELLO E LUIZA MUTTONI

Revisão:

www.pos-texto.com.br

Edição de Arte:

RAMIRO BASTOS E SILVIO RIBEIRO

Pré-impressão – CTP e Impressão:

GRÁFICA ANS

Tiragem:

2.500 EXEMPLARES

Este informativo é impresso em Papel ECO Millennium Off-set, 90 gramas



FAÇA O SEU TROFÉU BRILHAR NO MERCADO!

A oitava edição do Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica se encerrou e muitas empresas vencedoras devem estar se perguntando: o que faço agora? Para quem não é marinho de primeira viagem, a resposta está em aproveitar para disseminar a informação e, com isso, mostrar ao grande público os resultados exitosos. Um reconhecimento que não foi feito para empoeirar na prateleira do escritório.

É senso comum que colocar a empresa em evidência requer estratégias de marketing que não deixem produtos e serviços no ostracismo. Esse movimento respalda o trabalho da área comercial. Na indústria gráfica, o setor vem utilizando uma ferramenta importante para divulgar a qualidade das suas produções: os troféus conquistados tanto em premiações de âmbito regional como nacional.

A Grafiset, de Porto Alegre, é exemplo de empreendimento que não deixa nada à sombra do esquecimento. A empresa dissemina as suas participações, vitórias e notícias principalmente por meio do site, redes sociais, news e impressos próprios, aproveitando a oportunidade para comunicar ao mercado que as suas peças passaram pelo crivo de especialistas e obtiveram aprovação no quesito qualidade e criatividade. "O cliente gosta de trabalhar com empresas vencedoras", ressalta o diretor Alexandre Reis. A gráfica ocupou a primeira colocação em certames como Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica, Theobaldo de Nigris, Fernando Pini e Premier Print



Svilen Miliev/Stock.xchng

Para criar condições de vendas, a empresa precisa explorar os seus diferenciais. Disputar um prêmio e subir ao pódio consiste em uma oportunidade de agregar valor ao negócio

Awards. "Acreditamos que a principal recompensa é o aumento da credibilidade na Grafiset", complementa.

Com sede em Dois Irmãos, a Grafdil também seguiu por esse caminho. Algo justificável em tempos em que a internet se tornou um dos canais ágeis e econômicos para disseminar notícias e fazer marketing. Na página virtual, a gráfica estampou os quatro troféus angariados no 8º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica. "Encaminhamos e-mail direto para clientes, prospecções importantes e fornecedores, além de *front lights* ou revistas, de acordo com a proposta de

marketing", explica o diretor Gustavo Schneider. "Recebemos muitos retornos de felicitação, o que nos faz perceber que foi positiva a respectiva divulgação."

Os meios virtuais não foram dispensados pela Contgraf. Mas a gráfica foi mai longe: optou por divulgar de forma direta para sua clientela. "Estamos permanentemente adotando ações para abranger novos mercados, e uma premiação figura como ferramenta de marketing, reforçando a responsabilidade em busca da perfeição dos nossos trabalhos", enfatiza a empresária Mileine Vargas.

Segmentação

IMPRESSOS COM MUITAS POSSIBILIDADES

A produção de agendas transita em um universo que vai do tradicional aos projetos mais modernos e contemporâneos, primando sobretudo pela funcionalidade

A segunda metade do ano consiste em um período aquecido para as gráficas que trabalham com a impressão de agendas. É a época para incrementar o faturamento e se preparar para atender a tal demanda sazonal. Dos modelos executivos aos descolados, a variedade de formatos, materiais e acessórios fazem a diferença para atrair consumidores de diferentes perfis.

Por se tratar de uma ferramenta útil para organizar compromissos profissionais e pessoais, a funcionalidade figura como um quesito importante na concepção de uma agenda. “O mercado busca um item de qualidade, em papel e acabamento, e com capacidade de facilitar a rotina do consumidor de uma maneira fácil e funcional”, explica Renata Rotermund, diretora da Rotermund – fabricante de agendas desde 1923.

Apesar das inovações e recursos contemporâneos, os modelos tradicionais em couro sintético e cores mais sóbrias e neutras ainda são os preferidos do brasileiro, principalmente das empresas que optam pelo respectivo produto como brinde para seus clientes. Esse é o caso das agendas executivas. Segundo Fabiano Bottcher, diretor da Salles, a grande maioria dos pedidos se restringem a capas personalizadas com logomarca em baixo relevo ou impressão serigráfica. “Alguns solicitam a peça com guarda customizada impressa em uma cor (ou colorida) com apresentação da empresa e fotos, entre outros elementos”, observa o profissional.



Agregando valor

Na outra ponta estão os artigos mais diferenciados e com valor agregado. O nicho também tem espaço cativo para suprir as demandas dos neoconsumidores. Nos últimos anos, a maior participação do público feminino e o aumento do poder aquisitivo das classes C e D levaram os fabricantes a procurar alternativas de materiais, miolos e design. “Cada vez mais se faz necessário pesquisar sobre tendências da moda, novidades em insumos e fontes sustentáveis ou especificidades para acompanhar e atender aos desejos do cliente”, observa Renata Rotermund.

Nas Coleções 2013, exemplifica a empresária, as tendências permeiam produções de capas com desenhos coloridos e papéis texturizados ou reativos. Ainda será a vez dos acessórios como elásticos, ferragens, bolsas internas, recortes nas capas, fitas marcadoras coloridas e *wire-o* combinando. “Isso tudo fornece modernidade e diferenciação. A criação de uma nova agenda implica um estudo minucioso, compreendendo os itens e informações contidas nela, acabamento e público-alvo”, conclui.



Luiza Murttoni

O CÁLCULO É SIMPLES

SOME OS MELHORES CTPS
DO MERCADO MAIS A MELHOR
EQUIPE DE PRÉ-IMPRESSÃO
E VEJA OS RESULTADOS QUE SUA
GRÁFICA PODE ALCANÇAR



PERFIL DISTRIBUIDOR OFICIAL
DA SCREEN NO BRASIL

facebook.com/Perfilcg
twitter.com/perfilcg

www.perfilcg.com
Porto Alegre (51) 3028.7585
Curitiba (41) 3155 0478

SCREEN

 **PERFIL**
CONSULTORIA GRÁFICA

Capacitação

TREINAMENTO PARA GANHAR O JOGO

Para qualificação profissional, os programas de capacitação e desenvolvimento são os caminhos mais indicados. É um trabalho em que todos ganham: colaboradores e gestores. Ao contrário do que muitos pensam, a profissionalização consiste em investimento e não em custo.

De acordo com Eduardo Ferraz, consultor em gestão de pessoas, sem treinamentos adequados as atuações não ultrapassam o padrão tentativa e erro. "Cada um faz do seu jeito e os resultados acabam sendo pouco consistentes.

Atletas de sucesso, por exemplo, além de possuírem enorme talento, treinam muito. Profissionais de alto nível nos esportes e nas artes geralmente gastam 98% de seu tempo treinando ou estudando e, no máximo, 2% do tempo se apresentando em público." Entretanto, observa Ferraz, muitas empresas fazem ao contrário: investem 2% do tempo em treinamentos e 98% na execução de tarefas. "Claro que, com essa proporção, haverá dificuldades para se alcançarem resultados excelentes", afirma. E se eu treinar bastante minha



sanja gjenero/Stock.xchng

equipe, ganho o jogo? Ainda não. É preciso avaliar a qualidade e os resultados. "Quando fizer um curso de vendas para sua equipe comercial, por exemplo, avalie os resultados numéricos antes e depois do treinamento. Funcionou? Então continue investindo. Só assim você saberá se contratou o treinamento certo."

Insumo

NOVA VERSÃO DO PAPEL KROMMA

A Suzano Papel e Celulose apresentou novidades para o mercado. Chegou a sua nova versão de papel revestido Kromma com tonalidade diferenciada para se adequar aos padrões de

cores mundiais, conferindo maior fidelidade de tons na impressão. A mudança, conforme a organização, busca atender a uma necessidade do setor gráfico. O Kromma é recomendado para a produ-

ção de revistas, *folders* e catálogos, entre outros, e chega ao mercado nas versões Silk (semibrilho) e Gloss (brilho), disponível nas gramaturas 70, 80 e 90 g/m² e nos formatos bobina, resmas e skids.

Agenda

VEM AÍ A FESPA BRASIL 2013

Os empresários da indústria gráfica gaúcha terão mais uma oportunidade de renovar e aprimorar seus conhecimentos. Chega ao país a versão brasileira da Fespa 2013, que

será lançada juntamente com o maior evento de impressão digital da América Latina, a ExpoPrint Digital. A feira oferecerá aos visitantes uma mostra abrangente das inovações em impres-

são de grande formato (serigrafia, digital e têxtil), vestuário e sinalização digital. A Fespa acontecerá de 13 a 16 de março de 2013, no Expo Center Norte, em São Paulo.

Meio Ambiente

HEIDELBERG DIVULGA RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE

A Heidelberg publicou o seu Relatório de Sustentabilidade, apresentando as metas, medidas implementadas, funcionamento das ações e resultados alcançados no período de abril de 2011 a março de 2012. O documento reflete a política ambiental adotada pela companhia. Tais atividades são ilustradas por projetos concretos, reportagens e artigos sobre o tema. "Nenhum outro fabricante de equipamentos de impressão

possui instrumentos para analisar precisamente e otimizar a emissão de carbono de seus produtos e serviços. Muitos de nossos clientes acompanham este processo com muita atenção e sabem que nós lhes oferecemos um grande número de soluções ambientalmente amigáveis, que abrem caminho para que possam competir no mercado com o diferencial de oferecer uma impressão verde", afirma Stephan Plenz, membro

do Conselho de Administração da Heidelberg e responsável pelas questões de sustentabilidade do grupo. Segundo divulgou a empresa, todos os seus produtos podem ser comercializados por compensação de carbono, o que dá ao cliente a opção de neutralizar o impacto ambiental do seu equipamento ao comprar créditos de carbono para a realização de um projeto de reflorestamento no Togo, na África Ocidental.

A BOA IMPRESSÃO
É A QUE FICA.

A MELHOR IMPRESSÃO
É A QUE FICA
EM NOSSO ESTADO.

Nossa homenagem a todos os participantes do
8º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica.

 **Sulsistem**[®]
a boa impressão é a que fica
www.sulsistem.com.br

xerox 
Revenda Platinum

xerox 
Assistência Técnica Platinum

Artigo

Gestão

POR QUE MUDAR? SEMPRE TOQUEI MINHA GRÁFICA ASSIM!

As empresas gráficas estão quase sempre em busca da superação. Os desafios culturais, políticos e econômicos exigem um estado de alerta geral, em todos os setores de sua empresa. Percebe-se, assim, que essa postura é responsável pela sobrevivência e também pelo crescimento das empresas.

Principalmente as pequenas e médias gráficas brasileiras vêm sofrendo o que podemos chamar de verdadeiro "tsunami" em seus princípios e conceitos de gerir seus processos organizacionais na busca de maior ganho de competitividade. A obrigatoriedade de adesão às novas exigências da realidade tecnológica e de gestão colocam em xeque-mate os vícios administrativos que foram passados de pai para filho. Mas como mudar após 20 ou 30 anos de práticas administrativas arcaicas e comprovadamente ineficientes ao que vemos nos dias de hoje?

Temos que nos defrontar com um problema muito sério e atual, que é a resistência às mudanças, principalmente pelas gerações mais experientes. A nova estratégia do olhar, sentir e ouvir o mercado que nos mostram as Boas Práticas em todos os ramos de negócios são válidas também para nós gráficos. Acredito que esse seja o caminho para diminuir riscos e sobressaltos. Nesse processo, porém, há uma situação que preocupa bastante. Refiro-me a um fator invisível chamado depressão pessoal. Um empresário gráfico deprimido, mesmo que não se dê conta de sua situação, não consegue raciocinar adequadamente para enfrentar as adversidades com que tem que se defrontar diariamente.

A depressão é uma doença muito séria que tem o poder de anular todo e qualquer procedimento que se queira implantar ou mesmo transmitir aos funcionários. Para o coletivo estar afinado, estruturado e unido, todos os indivíduos devem estar visivelmente sadios. Não me refiro, nesse caso, à saúde física, mas à saúde psicológica. A depressão é

um mecanismo desestabilizador e neutraliza a força e a energia das equipes e da gráfica como um todo.

Voltando ao tema principal, ou seja, por que mudar, temos que fazer uma reflexão: devemos continuar a tocar a empresa da forma como sempre vimos fazendo ou nos lançar ao novo "desconhecido" através das novas técnicas de produção e principalmente de gestão? Sabemos que a mudança é um passo importante, definitivo, e sabemos também que, afinal a mudança traz em seu cerne a dúvida, o medo. Mas ignorar o fato da necessidade de mudanças com certeza é mais perigoso e se assemelha com um atestado prematuro de insucesso definitivo.

Analise os tópicos abaixo e procure identificar se isto acontece dentro de sua gráfica:

- Inexistência total ou parcial de treinamento ou processos de melhoria dos colaboradores;
- Centralização do poder na figura do dono ou gerente;
- Processos absolutamente informais nas tomadas de decisão (falta de normas e procedimentos);
- Informática utilizada apenas para o "básico" (isso quando existe);
- Ideias enraizadas em métodos que deram certo no passado;
- Falta de um plano de negócios estratégico de médio e longo prazos;
- Canal ineficiente e ineficaz de comunicação dentro e fora da empresa;
- Política de Recursos Humanos falha ou inexistente;
- Ausência de investimentos em Divulgação da gráfica de forma constante;
- Exclusão dos colaboradores no processo de tomada de decisão;
- Ações baseadas no "achismo";
- Considerar a impressora mais importante do que o homem que a maneja.

Poderíamos citar ainda um sem-número de exemplos que, tenho certeza, existem em grande parte de nossas gráficas. Estes fatores (entre outros) denun-

ciam que a competitividade da gráfica não "anda muito bem das pernas", e ninguém quer ser pequeno ou médio para sempre, e mais ainda, ninguém pensa em falir, portanto, mudar e implantar novas técnicas de gestão e tecnologia ainda é o melhor caminho. É preciso estar ciente de que o mercado está exigindo e cada vez exigirá mais profissionais que tenham a capacidade de repensar a cada dia sua postura, os caminhos a serem seguidos pelas nossas gráficas e acima de tudo ter a capacidade de visualizar ameaças a serem contornadas, aliviadas ou eliminadas e oportunidades a serem aproveitadas no presente e no futuro, ou seja, fazer a famosa Análise SWOT.

Se você acha que tudo o que leu aí em cima é pura bobagem, devo dizer que a sua concorrência agradece a sua falta de iniciativa ou o medo de mudar. Não se esqueça de que o uso das boas práticas têm ajudado inúmeras gráficas a crescer ou, mesmo sem crescer, a alavancar o seu lucro, o que significa um aumento do Retorno sobre o Investimento (ROI).

Voltando ao que falávamos no início e que temos encontrado no nosso dia a dia em profusão, a depressão é uma doença que pode estar em qualquer setor ou classe social, pois ela é resultado da ação do homem no universo. A dinâmica do mundo nos joga, muitas vezes, em doenças invisíveis que são difíceis de ser aceitas. Por esse motivo, acredito que é obrigação dos que podem oferecer ajuda, encontrando, no mundo das empresas, espaço para os caminhos da cura. Os especialistas aguardam aqueles que se permitirem ser ajudados. Considerar o invisível procurando desmistificá-lo é muito importante, só assim estaremos aliviando as dores da nossa alma e dos que convivem ao nosso redor, contribuindo para a melhoria do desempenho de nossa empresa.

THOMAZ CASPARY

Engenheiro de Mídia Impressa
e Diretor da Printconsult

Pre Press



Sua impressão em qualquer lugar a qualquer momento. Prepress Web to Print/Store Front.

Fácil de usar

Fácil de usar e simples de navegar.
Fazer a compra é um prazer.
Produza mais rápido.
Aumente seus clientes.
Clientes mais satisfeitos.

Fácil de gerenciar

Permite que você gerencie facilmente suas ofertas de produtos e acompanhe os pedidos.
Feedback instantâneo sobre a entrada de pedidos e o status.
Seu pessoal de pré-impressão, vendedor ou representante, pode facilmente gerenciar sem necessidade de contratar novas pessoas.

Configure várias lojas

Permite criar múltiplas lojas, cada uma delas visando um cliente, mercado ou um tipo de produto específico.
A web não tem fronteiras, a solução **Web-to-Print/Store Front** suporta uma ampla gama de línguas, os preços dos produtos podem ser definidos em uma série de moedas.

No cenário competitivo de hoje, os clientes estão exigindo prazos de entrega mais apertados, sua empresa precisa ser acessível e eficiente. Para isso oferecemos a solução de comércio eletrônico.

Web to Print/Store Front é um serviço completo para fornecedores de impressão fotográfica, offset, digital e grandes formatos.

Uma ferramenta versátil, de fácil utilização que permite fornecer aos clientes múltiplos produtos ex: Cartões de Visita, Envelopes, Panfletos etc. Modelos e templates personalizados para diferentes tipos de produtos e clientes, sem necessidade de contratar novas pessoas ou investir em treinamento em HTML ou script.

Web to Print/Store Front irá ampliar a sua gama de clientes. Ele permite a você facilmente gerenciar e monitorar os pedidos.

É a forma ideal para fidelizar e atrair novos clientes. Possui integração com varias opções de pagamento online.

O editor online integrado torna fácil a personalização dos documentos, você pode editar apartir de modelos prontos ou fazer o upload de seus próprios modelos, brochuras, catálogos, livros, cartazes, impressão sob demanda e etc.

Agende uma visita com um de nossos consultores e descubra todas essas vantagens - prepress@prepress.com.br

Artigo

Técnico

GERENCIAMENTO DE RESÍDUOS NA IMPRESSÃO DIGITAL

A impressão digital é um processo caracterizado pela ausência de formas, ou seja, não há a necessidade de fotolitos, chapas ou clichês. O original, um arquivo digital, é impresso diretamente no substrato, que pode ser papel, cartão e plásticos, entre outros.

O universo da impressão digital é bem amplo. Além da variedade de suportes de impressão, existem vários tipos de equipamentos, com diferentes tecnologias e aplicações. Esses equipamentos podem ser utilizados para vários fins: produção de provas de layout ou mock-up, provas contratuais, impressão sob demanda, produção de documentos com dados variáveis, sinalização e decoração, entre outros. Há equipamentos digitais para impressão em cores e preto e branco; de baixa, média e alta velocidade; alimentados a folha ou a bobina. Essas máquinas podem incorporar módulos para acabamento final (dobra, grampo, lombada quadrada). Uma das maiores vantagens das tecnologias digitais é a possibilidade de imprimirem dados variáveis e de personalizarem impressos.

A ausência de formas reduz bastante os impactos ambientais da impressão digital. Mesmo assim há resíduos do processo, que variam de acordo com a tecnologia do equipamento — os mais comuns são restos de toner, de tintas e sobras de substratos (papéis, cartões, plásticos e outros). Também há o impacto ambiental consequente do consumo de energia elétrica.

Na Escola Senai Theobaldo De Nigris encontramos impressoras para provas digitais e para impressão sob demanda e plotters. Os equipamentos para provas digitais e o plotter têm como resíduo os cartuchos de tinta, que, após a utilização, são separados e retirados pelo fornecedor ou enviados para processamento. Já os equipamentos de impressão sob demanda geram mais resíduos.

Além dos cartuchos de toner, também os restos de pigmentos são direcionados para um coletor existente dentro do próprio equipamento. No módulo de acabamento temos resíduos como restos de grampo e cola hot melt. O cartucho de toner e o re-

cipiente com restos de toner são retirados pelo fabricante. Mas, independentemente do equipamento utilizado, o substrato necessita de um cuidado extra, em especial o papel. Este, quando não armazenado de forma correta, absorve umidade. O papel úmido pode dificultar a aderência do toner, provocar manchas na impressão e diminuir o brilho e intensidade da cor. Pode igualmente causar o atolamento nas bobinas, tornando-o inapropriado para o uso gerado, consequentemente, mais resíduos.

Portanto, o armazenamento adequado dos papéis, além de economizar paradas de máquinas e reduzir o consumo dessa matéria-prima, também contribui para a redução do impacto ambiental. Após a utilização, os papéis que sobram na máquina podem ser guardados no mesmo pacote ou em sacos plásticos, evitando o ganho de umidade e possibilitando a sua utilização em um próximo trabalho.

MARA CRISTINE AGUIAR

Especialista em pré-impressão
Artigo publicado na Revista Tecnologia
Gráfica, edição nº 73

Recursos Humanos

PARA DAR UM FIM À PROCRASTINAÇÃO

Não são poucos os profissionais que apresentam dificuldade de cumprir atividades importantes ao longo do dia e, por que não dizer, ao longo da vida. O adiamento de tarefas do trabalho acaba por gerar estresse no futuro. Segundo o consultor Christian Barbosa, evitar a procrastinação requer algumas mudanças de atitudes e pequenas técnicas para otimizar o trabalho. “Vale fazer experiência com coisas menores, de rápida conclusão. Isso pode significar o aquecimento dos motores”, exemplifica.

Dicas de especialista

Bloqueie um tempo na agenda. Se a atividade está sendo adiada e traz resultado, significa que ela é importante, mas não urgente. Ou seja, pode esperar horas, dias, semanas e até meses para ser executada. Nesse caso, existe a flexibilidade de selecionar um dia na sua agenda e reservar como se fosse uma reunião, com hora marcada para começar e terminar, desde que não supere 3 horas consecutivas de duração.

Crie um ritual de execução. Pense em algo que o deixe motivado, em estado de criatividade e foco, permitindo concluir rapidamente o que precisa ser feito. Pode ser comer algo saboroso, tomar uma ducha, ouvir uma música e beber um café, entre outros. Importante se desconectar da internet para não ficar verificando por impulso as redes sociais a todo momento.

Ajuda externa. O apoio de alguém de fora como chefe ou um *coach* parece realmente ser de grande ajuda para vencer a barreira da procrastinação. Se resolver achar alguém para cobrar algo de você, é preciso que seja uma pessoa com a qual você tenha um alto nível de comprometimento.



Faça parte deste ciclo. Imprima com papel reciclado **Eco Millennium**. Bom para sua empresa e bom para **natureza**.

PER Full Creativity



A reciclagem só faz sentido se o produto final voltar para as suas mãos. É assim que o ciclo do papel continua. Faça a sua parte utilizando o papel reciclado Eco Millennium. Além de preservar o meio ambiente, você garante qualidade e rentabilidade na hora de imprimir.



1º papel reciclado a receber o selo ABNT

que comprova a qualidade e o processo de produção sustentável do papel reciclado no Brasil



Conheça mais sobre o papel reciclado. Acesse: [facebook/papelrecicladoecomillennium](https://facebook.com/papelrecicladoecomillennium)



Solicite uma amostra do papel Eco Millennium através do site www.bignardipapeis.com.br, ou SAC 0800 109509, e faça sua escolha valer.



Associadas

Impresul

APOSTA EM IMPRESSÃO UV

A gráfica Impresul, localizada em Porto Alegre, acrescenta ao seu portfólio mais um lançamento tecnológico. A impressora UV é indicada para impressões em grandes formatos e em todos os tipos de superfícies: vidro, madeira, chapas de PVC,

acrílico, cerâmica, metal, isopor e couro, entre outros. A solução oportuniza a produção de materiais no formato de 1.200 x 600 DPI e até 80 m²/hora, com seis variedades de cor, incluindo o branco, que garantem economia de tempo e dinheiro.

Datacerta

REAPROVEITAMENTO DE PAPEL COM FIM SOCIAL

A Datacerta, de Porto Alegre, está desenvolvendo um projeto de cunho social e ambiental juntamente com seus gestores e colaboradores. O programa Crescer possui diversos módulos, entre os quais se destaca o reaproveitamento das sobras de produção. É feita a identificação de papéis que estão disponíveis em for-

matos que podem ser utilizados para outros fins. Os mesmos são transformados em brindes e materiais como jogos, cadernos e blocos, os quais serão destinados para crianças de baixa renda e moradores do entorno da empresa. A confecção será efetuada próxima ao Natal. Todos os participantes aderiram à causa voluntariamente.

Contgraf

PARCERIA RENOVADA COM O SELO FSC

A preservação do meio ambiente integra a política organizacional da Contgraf, de Eldorado do Sul. Recentemente, a gráfica renovou a parceria com o Selo FSC, do Conselho Brasileiro de Manejo Florestal. A manutenção da certificação ocorre pelo terceiro ano consecutivo com o objetivo de firmar o apoio da empresa às iniciativas voltadas a promover um mundo melhor.



Apoiadores de 2012

Ouro



Prata



Bronze

