



Desvendando a Drupa

Uma feira, um mar de tecnologias, um oceano de possibilidades. A ABTG realiza seminário para começar a entender o que foi a Drupa 2016.

Texto: Tânia Galluzzi

Se os expositores precisam de um intervalo de quatro anos entre uma Drupa e outra, quanto tempo nós, jornalistas, consultores, técnicos, operadores, executivos e empresários da indústria gráfica levamos para digerir a massa de informação que nos é oferecida pela senhora de todas as feiras? Muitos meses, certamente, mesmo porque a Drupa será incontáveis vezes citada em rodas de conversa e em artigos em revistas e na internet; 1.493 brasileiros testemunharam a história da 16ª edição sendo escrita, e alguns deles, para a sorte daqueles que não puderam ir à Alemanha, estão dispostos a falar sobre sua experiência. Esse foi o espírito do *Seminário Pós-Drupa – A Drupa vista pelos especialistas da ABTG*, promovido pela associação nos dias 27, 28 e 29 de junho em seu auditório,

na Escola Senai Theobaldo De Nigris, em São Paulo. As discussões foram capitaneadas por Bruno Mortara, superintendente do ONS27, diretor técnico da ABTG Certificadora e professor de pós-graduação na Faculdade Senai de Tecnologia Gráfica, e Bruno Cialone, também docente no Senai, que está assumindo a presidência do Conselho Consultivo da ABTG. Cerca de 250 pessoas assistiram às palestras.

O primeiro dia foi dedicado à embalagem, o segundo ao editorial/promocional e o terceiro à discussão de tendências. Como sempre acontece, a feira recebeu várias alcunhas e o seminário apontou pelo menos quatro: Drupa da embalagem, do pré-tratamento (do papel), do papelão ondulado e Drupa do *gamut* estendido.

A extensa gama de soluções para atender essa necessidade, especialmente em se



tratando de tecnologias digitais, foi ressaltada por Bruno Mortara. Estavam lá novas impressoras, tintas, substratos e sistemas de acabamento prontos para atender a demanda por embalagens customizadas, incluindo a impressão de QR Code e circuitos impressos NFC. Para o nicho de embalagens flexíveis e micro-ondulado, vários fornecedores imprimiam direto sobre papelão e garrafas PET.

Mirando a rentabilidade, a busca por novos efeitos na impressão e no acabamento elevou o patamar dos substratos. Filmes plásticos híbridos, substratos metálicos e especiais chegam para criar novas oportunidades. O mesmo aconteceu no campo das tintas, *toners* e vernizes, com tintas de secagem rápida e aderência em diversos suportes para embalagens de alimento e *toners* fosforescentes, metálicos e brancos com alta opacidade.

Bruno Mortara viu como tecnologias já consolidadas as máquinas impressoras digitais

formato B2 (500 mm x 707 mm), apresentadas como protótipo em 2012. Como exemplo ele citou a Fujifilm J Press 720S, a HP Indigo 12000, a Konica Minolta KM-1 e a Komori Impremia IS29. Adaptadas para imprimir em cartão, as novas máquinas jato de tinta — com exceção da HP Indigo 10000 e seu *upgrade*, a Indigo 12000, que usam eletrofotografia —, ajudarão a expandir o mercado, porém com a incógnita do custo dos consumíveis e dos suprimentos.

Ainda em versão preliminar, estavam expostas impressoras jato de tinta formato B1 (707 mm x 1.000 mm) como a Primefire 106, da Heidelberg, e a S10 formato B1, da Landa. Tanto as digitais B1 quanto as B2 têm em comum o fato de serem produzidas a partir da integração de empresas com experiência em transporte de papel, como Heidelberg, Komori, Ryobi e KBA, e de fornecedores de cabeçotes reconhecidamente eficientes, como HP, Kodak, Fujifilm, Konica e Xerox (Impika). “A Primefire é uma XL 106 com





cabeçotes digitais”, comentou Bruno. E aqui o destaque é o cabeçote Samba, da Fujifilm, usado por pelo menos seis fabricantes, incluindo a Landa, que conseguiu aumentar significativamente sua velocidade.

Segundo dados levantados por Bruno Mortara, mais de 500 fabricantes apresentaram soluções para a conversão e embalagem. Sistemas tradicionais e digitais estão mirando as pequenas tiragens e, é claro, os digitais têm os dados variáveis como vantagem única. Em relação às embalagens já está difícil localizar a zona de transição a partir da qual o digital deixa de ser eficiente economicamente e o analógico assume o espaço. No promocional/editorial essa faixa é ainda mais difusa. Para Benny Landa, a curva de rentabilidade do digital começa a cair nas tiragens próximas às 1.000 cópias, enquanto nas máquinas por ele desenvolvidas isso só acontece depois das 5.000 cópias. Falando no Steve Jobs da indústria gráfica, para responder à questão que está na cabeça de todos — A nanografia chegou mesmo pra valer? —, Bruno Mortara foi logo apontando as empresas que a Landa divulgou como compradoras de suas soluções: Quad/Graphics e Imagine!, nos Estados Unidos, e Cimpress, Colordruck Baierbronn e Elanders, na Europa, com negócios

somando US\$ 511 milhões. Para a produção de embalagens, a Landa apresentou a Nano-Metallography. Sua aplicação inicial é o enriquecimento do impresso, como o *hot-stamping*.

Coube a Bruno Cialone abordar os sistemas híbridos e analógicos. Ele ressaltou o apelo ecológico nas soluções de pré-impressão, com chapas livres de químicos e processadoras mais robustas. “Gente, o CtP continua aí.” Se as *plate-setters* estão vivas é porque as impressoras offset também, e Cialone seguiu destacando algumas características encontradas nos novos modelos como a presença de densitômetros e espectrofotômetros para leitura em linha em todas as máquinas e a significativa redução dos tempos de acerto, alcançando a marca de três trocas em 10 minutos.

Para o presidente do Conselho Consultivo da ABTG, um dos movimentos mais significativos foi a junção de vários processos num mesmo equipamento, sobretudo com o desenvolvimento de soluções envolvendo duas ou mais empresas. Da parceria entre KBA e Xerox foi mostrada a impressora que mais impactou o especialista: a KBA VariJet 106. Trata-se de uma impressora plana digital voltada ao segmento de cartões, com formato de 40 polegadas. Ela agrega a estrutura do offset aos cabeçotes digitais,



O “Seminário Pós-Drupa – A Drupa vista pelos especialistas da ABTG”, realizado no auditório da entidade, teve a participação de (E/D) Manoel Manteigas de Oliveira, diretor, e Jefferson Zompero, instrutor, da Escola Senai Theobaldo De Nigris; Miguel Troccoli, gerente geral da PTC Graphic Systems; Hamilton Terni Costa, diretor da AN Consulting; Bruno Mortara, superintendente do ONS27; Reinaldo Espinosa, diretor de Relações Institucionais da Abigraf; e Bruno Cialone, presidente do Conselho Consultivo da ABTG ▶



possibilita a impressão em substratos plásticos, celulósicos e metalizados, podendo contar com unidade de impressão serigráfica, *coldfoil* e facas rotativas de corte. Outra das vedetes da feira foi a Bobst, que também deu um passo além de suas fronteiras com a M6, impressora UV digital flexo focada no segmento de embalagens alimentícias em cartão e suportes flexíveis.

A primeira noite foi encerrada com um debate entre os dois Brunos e dois convidados: Hermínio Alves de Araujo, gerente industrial da Emibra Embalagens, e Ricardo Minoru, consultor da ABTG e sócio da Bytes&Types. A conversa girou sobre os sistemas de acabamento para embalagens, com a constatação do aumento da velocidade das linhas de fechamento de cartuchos, com modelos tão rápidos quanto as impressoras,

e da apresentação de módulos de pós-impressão para serem acoplados às impressoras digitais.

No dia 28, Mortara e Cialone abordaram os mesmos temas, contudo com o viés dos segmentos editorial e promocional. O último dia foi reservado ao debate. Mais uma vez os Brunos iniciaram os trabalhos, pontuando inovações como a expansão das tintas base água (inclusive nos equipamentos Landa), a cura EB (*electron beam*) com unidades que podem ser acopladas às impressoras e a presença de pré-tratamento nas máquinas digitais jato de tinta aplicado apenas nas áreas a serem impressas. O *gamut* expandido estava tanto nos processos convencionais quanto nos digitais.

Para finalizar o seminário, a ABTG convidou Jefferson Zompero, instrutor da Senai



Bruno Mortara, diretor técnico da ABTG Certificadora



Bruno Cialone, presidente do Conselho Consultivo da ABTG



Miguel Troccoli, da PTC Graphic Systems

Revolução?

Para procurar entender a feira do ponto de vista de quem tem o poder de decidir ou de influir na compra de equipamentos, conversamos com dois gráficos: o empresário Leonardo Guimarães Ferreira, da Lis Gráfica, e o gerente industrial Hermínio Alves de Araujo, da Emibra Embalagens. Ambos foram à Alemanha sem a intenção de colocar a mão no bolso, mas com muita disposição para identificar os caminhos do setor. "É minha quarta Drupa consecutiva e foi a principal dos últimos tempos, um divisor de águas. Voltei com a sensação de que tenho de fechar minha empresa e abrir uma nova", disse Leonardo, categórico. O motivo é a "revolução digital". "A última revolução foi na pré-impressão e essa será ainda maior, não só com relação à tecnologia, mas também no que diz respeito à postura das gráficas frente ao cliente. Tudo muda a partir do que vimos lá."

O gerente industrial da Emibra tinha um foco específico: produtividade. "Estamos implantando o sistema Lean de produção, buscando elevar a agilidade de nossos processos, e fomos em busca de máquinas com *setup* abaixo de 10 minutos, independente da tecnologia." No tocante à impressão Hermínio ficou satisfeito. Já na pós-impressão... "A evolução da impressão contrastou com o que vimos no acabamento, principalmente no corte e vinco."

Theobaldo De Nigris, Miguel Troccoli, gerente geral da PTC, Hamilton Costa, consultor, e Reinaldo Espinosa, diretor de Relações Institucionais da Abigraf. "Lembro que há quatro anos, nesse mesmo pós-Drupa, chegou-se a questionar se haveria outra Drupa. A edição deste ano



DRUPA 2016

Área total: 305.400 m² em 19 pavilhões (262.000 m² de área útil)

Expositores: 1.837

Visitantes: 260 mil (188 países)

Jornalistas e analistas: 1.900

Visitantes brasileiros: 1.493

Países com o maior número de expositores: Alemanha (532), China (297), Itália (168), Estados Unidos (104), Holanda (76), Suíça (65). O Brasil esteve presente com sete expositores, incluindo um estande conjunto Abigraf/Afeigraf.

foi diferente, vibrante, mostrando uma indústria vigorosa, descobrindo novas possibilidades e capaz de oferecer ao segmento gráfico a chance de produzir itens ainda mais relevantes. Saí otimista", afirmou Hamilton Costa. Na visão de Reinaldo Espinosa, a feira alemã mostrou que a indústria gráfica não vai morrer, porém definitivamente não será a mesma. "Muito se fala da internet das coisas. Para mim estamos começando a viver a impressão das coisas", numa clara referência à impressão direta em suportes não convencionais e à impressão 3D. Já Miguel Troccoli falou com humor do propalado fim do offset. "Nós brasileiros somos um tanto desequilibrados. Por conta da invasão do offset no Brasil nas décadas de 1970 e 1980, só pensamos nele. Mas vou dizer para vocês, existe vida inteligente além do offset. Ele não está indo mal, só está mudando."

O evento foi patrocinado pela Canon, representada por Aloysio Martins, gerente comercial responsável pela linha de alto volume, e Fabiano Peres, supervisor de canais de venda.



Ricardo Minoru Horie, da Bytes & Bytes



Aloysio Martins, da Canon



Fabiano Peres, da Canon