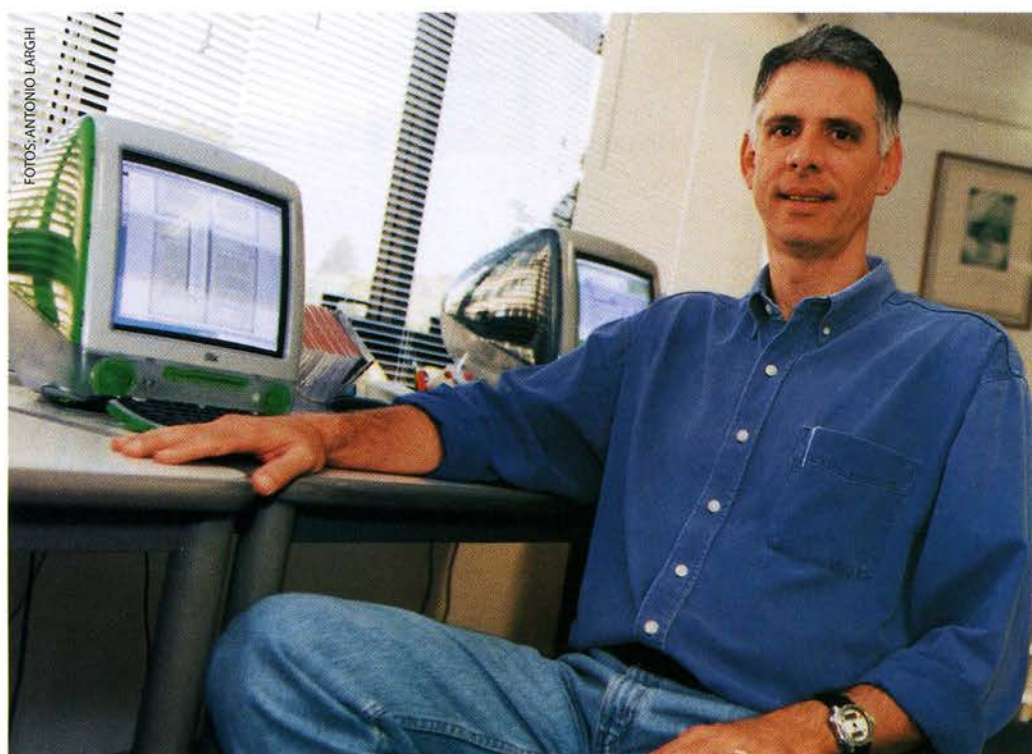


# O FIM ESTÁ PRÓXIMO?

## Novas tecnologias gráficas colocam em xeque o futuro dos bureaus

POR ADRIANA MACEDO



FOTOS: ANTONIO LARGHI

**Mortara, da Prata da Casa: empresas estão praticando autofagia**

**C**om o Computer to Plate (CTP), que dispensa o uso do fotolito, e a máquina fotográfica digital, que dispensa o escaneamento, os bureaus perdem seus principais filões e, na prática, essa nova realidade já se transformou numa drástica redução de trabalho. Restam ainda os serviços de tratamento, aplicação e fusão de fotos e fechamento de arquivos, que antes eram vendidos em pacotes juntamente com o fotolito e

agora passaram a ser oferecidos separadamente. Mas isso não é garantia de sobrevivência, uma vez que muitas editoras, em especial as de grande porte, passaram a treinar seus profissionais também para esse tipo de serviço.

Os reflexos dessa mudança já foram percebidos pelo bureau Filme Fácil onde, de acordo com o diretor-presidente da empresa, Ricardo Magalhães, a demanda por serviços de pré-impresão

diminuíram sensivelmente. “No escaneamento a redução é de cerca de 10%, em relação ao ano passado e no fotolito a queda foi ainda maior, entre 15% e 20%”, contabiliza Magalhães acrescentando que hoje a Filme Fácil vende serviços separadamente.

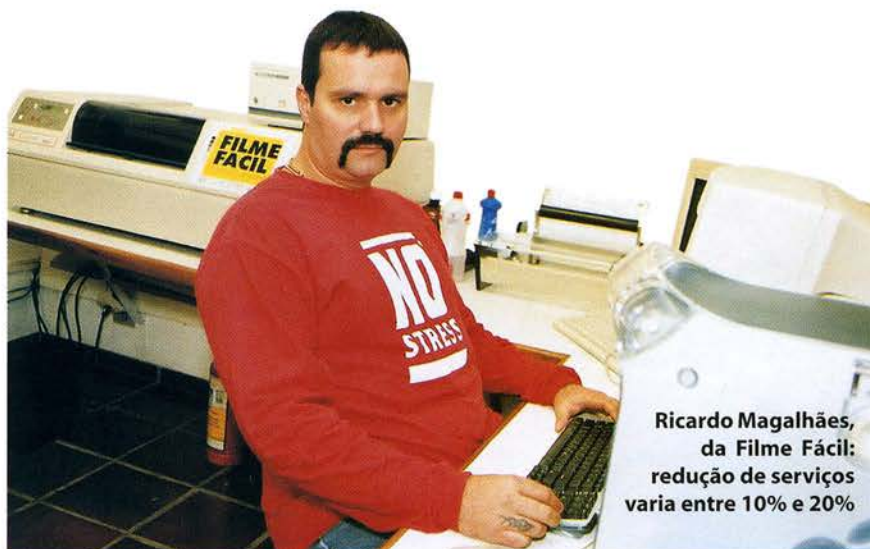
Como consequência natural de um mercado onde a oferta supera a demanda, a queda dos preços já é uma realidade incontestável. “Estamos num mo-

mento desastroso, o mercado de pré-imprensa está estagnado e tem gente muito boa vendendo serviços abaixo do preço e não percebem a autofagia que estão praticando”, afirma o diretor-presidente do bureau Prada da Casa, Bruno Mortara. O resultado dessa equação, acrescenta ele, é que muitas empresas já fecharam as portas.

Para o diretor-comercial da Vox Editora, Fábio Yoshioka, muitos bureaus faliram porque não perceberam que os processos estavam mudando e porque não tinham alternativas a oferecer ao cliente. O preço passou a ser o principal atrativo. “Como a concorrência ficou muito acirrada, alguns bureaus passaram a cobrar preços muito baixos e não perceberam que estavam pagando para fazer o trabalho”, resume Yoshioka.

### Opções de negócios

Diante do inquietante quadro, a adaptação dos bureaus a uma nova realidade, como o aperfeiçoamento dos serviços prestados ou a migração para outras áreas do processo gráfico ou de criação, parece inevitável como estraté-



baldo De Nigris, Edigar Antunes.

“Por outro lado, algumas gráficas estão comprando bureaus e fazendo deles um departamento interno de suas empresas”, completa Antunes lembrando que uma outra opção aos bureaus é passar a oferecer a chapa gravada para as gráficas. Ele defende que as gráficas que ainda não têm o CTP podem passar a comprar a chapa gravada diretamente dos bureaus. Porém, lembra Antunes, a máquina Computer to Plate, que grava a chapa, ainda tem um custo

chapa. Porém, há alguns complicadores nessa escolha. “Gráficas que fizeram seus investimentos em uma Platesetter (processo CTPlate), não vão admitir o recebimento de chapas gravadas. Vão querer os arquivos para que eles mesmos possam gravar suas chapas”, pondera Fábio Yoshioka, da Vox Editora. Além disso, lembra Edigar Antunes, do Senai, já existe no mercado o processo de impressão CTPrint, totalmente digital que dispensa a chapa e imprime o material diretamente do arquivo digital. “Embora seja ainda muito caro, é uma tendência que não pode ser desprezada”, completa Antunes.

O bureau Unigraph foi nessa direção e é um dos pioneiros em oferecer a chapa gravada para as gráficas. Ele adquiriu o CTPlate há dois anos porque sentiu que o mercado caminhava para este sentido. “Criamos o conceito e mostramos para o mercado que o bureau de chapas pode funcionar, desde que sejam obedecidas algumas regras, como infra-estrutura operacional (24 horas de trabalho por dia), logística de entregas (temos três carros e dez motos retirando e enviando materiais), e principalmente, processos de produção extremamente eficientes”, enumera o diretor-presidente da Unigraph,

## Incorporação às gráficas pode ser opção de sobrevivência no curto prazo

gia de sobrevivência. E muitos já estão buscando essa adequação. “Os bureaus, principalmente os das grandes cidades, estão fazendo uma delicada opção: ou continuam terceirizados, oferecendo serviços de tratamento, fusão de imagem e fechamento de arquivos ou partem para o lado da produção, tornando-se gráficas”, propõe o professor de pré-imprensa da Escola Senai Theo-

alto – pode valer o dobro de uma Imagesetter, que faz o fotolito. “Essa pode ser uma solução para os grandes bureaus. Parece claro que as gráficas pequenas não vão conseguir adquirir os equipamentos de CTP, que hoje custam em torno de R\$ 600 mil.”

Para o gerente de produção da KJ Brasil, Wallace Splendori, os bureaus competitivos vão passar o oferecer a

Sylvio Serra. Um dos principais clientes da Unigraph, é a Gráfica BrasilForm Chesterman. O diretor-presidente da empresa, Sérgio Capuano, afirma que para as gráficas, no momento, terceirizar o CTP é a melhor opção.

Edigar Antunes, do Senai, ressalta que, para alguns bureaus, incorporar-se a uma gráfica, tornando-se departamento interno de pré-impressão tem

de seis anos, fez uma parceria com a gráfica Prol, passando a ser seu departamento de pré-impressão. “Nos antecipamos às mudanças que o mercado está sentindo hoje. O bureau que foi incorporado tinha muitas gráficas na carteira de clientes e cresceu ainda mais com a parceria passando a atender cerca de 80% a 90% da demanda de pré-impressão da Prol”, resume o gerente

simplesmente e sim bureaus completos”, defende Yoshioka, da Vox. Ele diz que basta relacionar as gráficas pequenas que surgiram de bureaus e compará-las com as que vieram das tipografias. “As primeiras são tecnologicamente mais avançadas, oferecem serviços complementares graças ao grau de informatização e automação que possuem”, analisa o executivo acrescentando que os bureaus que se anteciparam a essa mudança – agregar seu negócio principal (bureau) ao serviço gráfico completo – hoje estão colhendo os frutos da visão futurista que tiveram há dois ou três anos. Yoshioka lembra que a própria Vox era inicialmente bureau e optou pela assimilação dos serviços gráficos.

Para se ter uma idéia da mudança dentro da própria empresa, há três anos o fotolito respondia por 80% do faturamento da Vox e hoje representa apenas 20%. “Hoje, com a oferta dos serviços gráficos, em volume de faturamento, a gráfica deve representar mais do que a pré-impressão. Mas isto não quer dizer que ela teve uma redução no volume faturado de pré-impressão”, completa Fábio Yoshioka para quem é difícil dizer se a Vox está de pé porque tem a gráfica ou se tem a gráfica porque tinha a pré-impressão. “Uma coisa é certa, vamos manter os serviços de fotolito enquanto a Vox existir.”

Há porém, quem não veja a mudança para gráfica como caminho tão natural aos bureaus. “Essa foi a alternativa que muitos bureaus encontraram mas, tornar-se gráfica não é a coisa mais simples do mundo. É um outro *metier*, as máquinas são de formatos diferentes, que se complementam ou não. Quem estava no ramo de fotolito e entra no gráfico, num momento de estagnação vai sofrer mais, por não ser do ramo. É uma mudança de negócio”, analisa o Bruno Mortara, do bureau Prata da Casa.

## Com o quadro atual, o negócio pode sobreviver por mais cinco anos

sido não só uma maneira de sobreviver como de alavancar os negócios, visto que eles passaram a ter os serviços exclusivos de uma gráfica.

Foi exatamente isso o que aconteceu com o bureau Visuale que, há cerca

de pré-impressão da Prol, Pedro Orlandi. “Por outro lado, também acredito que as gráficas precisam passar a oferecer o serviço de pré-impressão. A parceria entre Visuale e Prol foi boa tanto para a gráfica quanto para o bureau”, afirma Orlandi explicando que, apesar de ter um parque gráfico e um bureau totalmente modernizados, a Prol ainda utiliza muito o fotolito. “Cerca de 50% a 60% dos livros que, imprimimos, são produzidos com fotolito. Já 90% das revistas utilizam o CTP. Dependendo do caso fazemos de uma ou outra forma”, diz Orlandi.

### Divergências

Apesar de parecer um processo natural, o fato de os bureaus optarem pelo ramo gráfico ainda gera certa divergência no mercado. “Essas mudanças é que estão levando os bureaus a prestarem serviços de impressão, mas isso não significa que eles estão se tornando gráficas



Antunes: difícil opção entre continuar terceirizado ou ampliar leque

Apesar de sofrerem redução significativa no volume de trabalho, alguns bureaus acreditam que ainda dá para resistir e permanecer no mercado por mais alguns anos no formato em que estão atualmente. “Acredito que seja possível resistir por mais uns cinco anos. A partir daí, teremos que passar a gravar a chapa. Mas, se o bureau virar CTP, ele criará uma concorrência com as gráficas. Porém, as gráficas menores permanecerão utilizando o fotolito por muito tempo, pelo menos por mais uns dez anos”, acredita Magalhães, da Filme Fácil. “Mas sei que se hoje faturamos entre R\$ 50 mil e R\$ 60 mil com a pré-impresão, no futuro faturaremos R\$ 20 mil e então teremos de fazer uma escolha”, completa ele.

### Resistência

É fato que as editoras pequenas ainda não têm estrutura para realizar todos os processos de pré-impresão internamente e, provavelmente, ainda precisarão desses serviços por algum tempo. “Um nicho que acredito que ainda exista para os bureaus é o fechamento dos arquivos. Muitas gráficas se negam a receber os arquivos abertos e



muitos clientes ainda têm dificuldade no fechamento de arquivos, afirma Orlandi, da Prol. “Acredito que só as grandes agências mandarão seus arquivos fechados. Dos nossos clientes, cerca de 80% ainda enviam arquivos abertos”, concorda Magalhães. Bruno Mortara, da Prata da Casa, acredita que se manterá no mercado de pré-impresão por algum tempo. Ele aposta numa faixa de mercado bastante específica na qual poderá atuar por anos – a de impressos e livros de divulgação de obras de arte que, de acordo com Mortara, exigem alto grau de especialização. “Nossa experiência é muito localizada em nichos, em que ainda podemos ter o nosso trabalho artesanal valorizado”, completa ele.

Os próprios executivos do setor têm dificuldades em decretar que os bureaus estão com os dias contados. Isso porque, além das dificuldades postas por uma nova realidade de mercado, no País convivem a mais sofisticada tecnologia com os mais antigos processos manuais. “Nem tudo que está determinado a acontecer na Europa, no Japão e nos Estados Unidos vai acontecer no Brasil e na mesma velocidade. O Brasil é um país heterogêneo em que há diversas condições de preço, prazos, for-

**Splendori, da KJ Brasil:  
chapa será diferencial**



necedores e qualidade. É muito importante não ter visões abruptas desses processos”, argumenta Bruno Mortara.

Fábio Yoshioka, da Vox, concorda: “ainda há muito trabalho e mercado para os bureaus. Eles não vão acabar nos próximos anos, assim como o filme não acabou há três anos, como eram as previsões do mercado. Acredito muito mais em mudança dos processos do que na morte dos bureaus. Para nós, da Vox, o modelo de empresa prestando serviços exclusivamente de pré-impresão já mudou. Se considerarmos que o bureau é esta empresa, então ela já morreu. O fim do fotolito como processo, porém, ainda é distante”. Pedro Orlandi, da Prol, também acredita que o fim do fotolito ainda vai demorar muito. “Acho que isso só vai acontecer quando os custos da matéria-prima para gravar a chapa no CTP caírem bastante”, afirma.

Um consenso entre empresários desse segmento econômico é que há, de fato, uma queda significativa no número de bureaus que não mudaram ou que não se adaptaram às novas tecnologias. Porém, o que parece é que haverá sempre uma faixa de mercado, pequena, oferecendo esses serviços e sobrevivendo ao desenvolvimento desenfreado da tecnologia. O problema é saber quantos caberão nesse novo mercado.