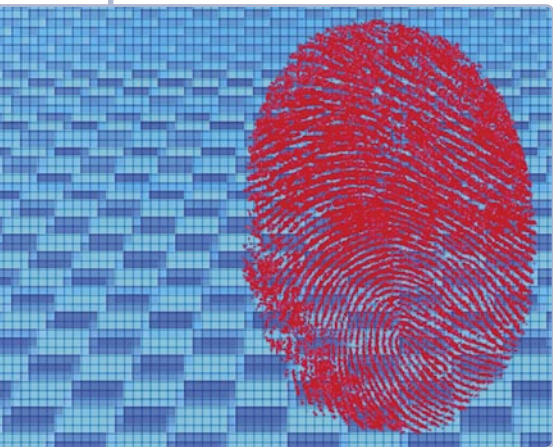


EXIGÊNCIAS DA IMPRESSÃO DIGITAL

Com o uso cada vez mais intenso da tecnologia, o momento é de adaptar o trabalho das gráficas e dos funcionários

Por Mariana Bermelho



O perador e a nova organização de uma empresa gráfica na era digital foram alguns dos assuntos mais abordados durante as palestras ministradas no “Fórum Internacional de Impressão Digital”, realizado no dia 22 de março, na “Feira Internacional de Papel e Indústria Gráfica 2005” (Fiepag), em São Paulo. Profissionais da área apresentaram temas relacionados a mais nova forma de produzir impressos.

Na palestra “Gerando um novo mercado. O que e como fazer”, o gerente de marketing para artes gráficas da HP, Sérgio Vieira, afirmou que agora os profissionais que operam as impressoras digitais não são apenas gráficos, pois eles passam a trabalhar com mais segmentos.

“O operador de equipamentos digitais é mais caro que o profissional de impressoras tradicionais, isso porque o perfil do novo trabalhador é diferente. Atualmente é preciso dominar diversas tecnologias durante o processo, mas isso pode gerar problemas culturais potenciais de adoção e de operação”, comentou. No box ao lado, Vieira comenta essas dificuldades.

Um fator importante para a mudança é sem dúvida a Internet, disse o palestrante e presidente da empresa gráfica

norte-americana Gimbel, Roger Gimbel. “Além disso, na minha companhia a Internet passou a ser uma opção para os nossos clientes, ela é parte dos negócios. Temos que agregar novas tecnologias para obter a receita necessária para o setor e sermos parceiros da clientela, pois esse é o futuro da impressão”, disse.

Para unir essas transformações, segundo os palestrantes, as gráficas devem se adaptar. De acordo com Gimbel, a preocupação da empresa deve sair do ambiente de produção, pois é preciso incorporar diferentes profissionais e novas áreas ao trabalho da impressão digital.

Operador digital X convencional

“O operador de uma impressora convencional é treinado durante meses ou anos para fazer acertos manuais, manutenção e trocas de chapas e tintas nas offsets. Ele recebe as chapas da pré-impressão com a prova de cor de referência. O profissional da digital recebe um arquivo, que deverá fazer imposição e prova de cor na própria impressora, assim como garantir, em alguns casos, o controle de dados de variáveis na saída da máquina.

Algumas operações de acabamento (tradicionais) também passam a ser executadas pelo próprio operador digital, como alceamento, por exemplo. Dessa forma, em um mesmo local, duas pessoas com funções distintas recebem a mesma denominação de trabalho, ou seja, operador de máquina ou impressora.

Não é incomum que em um ambiente como esse surjam dificuldades de cultura organizacional, pois cada local deve ter um gerenciamento distinto com capacidades técnicas e operacionais diferentes entre os funcionários.

Essa é a realidade de uma gráfica que adquiriu um equipamento digital para absorção de pequenas tiragens. Em muitos casos essa dificuldade irá transpassar os limites da operação. Se uma empresa define em sua estratégia atender um mercado de impressão sob demanda, terá que investir em diferentes áreas para obter sucesso, desde compras, vendas e até sistemas de informação, o que mais uma

vez irá acarretar nessa mudança cultural, que é benéfica para todo o processo. Se uma gráfica decide avançar em novos segmentos de mercado, é essencial que entenda que não é apenas a aquisição de um novo dispositivo que proporcionará seu sucesso, mas uma modelagem de negócios específica.

Isso gera, em último caso, o que poderíamos chamar de crise existencial, na qual a gráfica perde sua identidade e passa a ser posicionada como uma fornecedora de serviços de comunicação, num conceito mais amplo de negócio”, afirmou o gerente de marketing para artes gráficas da HP.



“Gráficas com sistemas mistos de impressão exigem gerenciamentos distintos para o processo convencional e digital”, comentou Vieira

Para Vieira, por exemplo, um *call center*, modelos de vendas diferenciados, setores de criação, proximidade com a agência de propaganda, infraestrutura de sistemas, entregas eficientes e personalização, devem entrar naturalmente no estabelecimento gráfico.

“Através de uma home page, por exemplo, o cliente pode ficar mais próximo do seu trabalho, pois visualiza informações da impressão”, comentou o diretor de marketing da Xerox, Clóvis Castanho, sobre um dos benefícios trazidos pela Internet.

Porém, muitos ainda evitam as mudanças. “O que acontece é que muitas pessoas estão comprometidas com a impressão tradicional, mas nós temos que acrescentar novidades ao setor. Não se trata apenas da disputa entre offset e digital, é preciso agregar valores”, afirmou Gimbel.

A afirmação do empresário pode ser completada com o depoimento do diretor de marketing da Xerox durante a sua palestra “Impressão digital: adicionando valor e fazendo a diferença em serviços”. Para ele, “a falha é colocar uma máquina digital ao lado da offset e ver a novidade apenas como uma impressora modificada, além de não se preparar para o trabalho”.

Segundo Castanho, se o proprietário da gráfica não mudar a sua estratégia, o fracasso será inevitável. “Em uma empresa é essencial dar atenção a seis itens importantes. São eles: pessoas (operacional e comercial), cobertura, produtos, imagem, concorrência e preços”, explicou.

Gimbel informou também que é difícil trabalhar com offset nas produções que demandam rapidez, pois o processo é demorado. “A impressão digital está explodindo, o crescimento é sete vezes mais rápido que o da tradicional. De acordo com o diretor de marketing, o cliente quer coisas que a offset não atende hoje em dia, isto é, agilidade, tiragens curtas e dados variáveis.

Características da impressão digital

Segundo Gimbel, cor, dados variáveis e personalizados, agregam mais valor ao trabalho do cliente, com isso o empresário pode cobrar mais pelo serviço. Além do mais, a oportunidade de receita para todos está na capacidade de fazer a impressão em um prazo curto.


Segundo Vieira, diversificar o portfólio de soluções da gráfica é aumentar os custos, mas também subir as margens de lucro. Castanho complementou que a grande oportunidade do digital, quando se fala em personalização, está nas áreas de marketing e publicidade.

Como não poderia ficar de fora, o processo sob demanda, incorporado com o desenvolvimento da impressão digital, também foi discutido nas palestras do fórum. O destaque foi a opinião do gerente de marketing para artes gráficas da HP.

De acordo com ele, “o processo significa entrega rápida e não impressão de pequenas tiragens. O sistema requer uma estrutura de entrega adequada de acordo com cada tipo de produto e destino do material. Por isso, para que tudo ocorra no prazo estabelecido é importante que a gráfica foque seu trabalho em produtos, suprimentos e locais de entrega específicos, economizando estoque e não desperdiçando dinheiro”.

Durante o evento também foram ministradas as palestras:

- “Impressão digital: uma revolução irreversível. Análise dos fatores críticos de sucesso: inovação em serviços, tecnologia, gestão e pessoas”, com Frank Cost;
- “Impressão digital: inovação estratégica e tecnológica – como maximizar resultados”, com Hamilton Costa e Bruno Cialone;
- “A importância dos sistemas de provas, no fluxo produtivo”, com Fábio Botura;
- “As novas tecnologias para impressoras de pequenos formatos e tiragens”, com Antonio Perez;
- “Aumentando a produtividade no acabamento editorial”, com Eduardo Costa;
- “Destinar corretamente os resíduos de sua empresa, uma prioridade nos dias de hoje”, com Nério Rosas.

Uma mesa redonda também foi realizada no fórum. As palestras fizeram parte da programação do FiepagTec, ciclo de apresentações técnicas nas áreas de pré-impressão, impressão e pós-impressão, ministradas por profissionais nacionais e internacionais. A Fiepag foi realizada de 20 a 24 de março, no pavilhão de exposições do Anhembi, em São Paulo. 

Fiepag
www.fiepag.com.br

iUma Maneira Melhor de Trabalhar!



Mesas Gráficas Wacom

As mesas gráficas Wacom permitem que você trabalhe com seu computador de maneira muito mais rápida e confortável. Tenha o controle que você precisa para editar, desenhar e pintar imagens, além de assinar seu nome e fazer anotações em documentos, de modo fácil e rápido. Uma mesa gráfica Wacom funciona bem com qualquer software que um mouse trabalha, no PC ou Mac®. Obtenha o controle, conforto e produtividade de uma mesa gráfica Wacom, e junte-se a mais de 2 milhões de usuários satisfeitos.



graphire₃

- 512 níveis de sensibilidade à pressão
- 10.2 x 12.7cm e 15.24 x 20.3cm
- Caneta, mouse, prancheta e valiosos softwares



intuos₃

- Teclas programáveis
- ExpressKeys™ podem ser utilizadas em conjunto e também como teclas modificadoras e atalhos de teclado
- Touch Strip sensível para controles rápidos de scroll, zoom, tamanho de brush...



Cintiq

- Trabalhe diretamente na tela
- Tela profissional de LCD
- Precisão nas cores

www.wacom.com/latinamerica
Johe 55.11.5536.3705 www.johe.com.br
Tablett 55.11.3813.0044 www.tablett.com.br

WACOM

 Fique atento ao logo Pentablock para certificar-se de que você está adquirindo um produto de alta-performance, com a tecnologia da Wacom, sem fio e sem bateria.
©2005 Wacom Technology Corporation. Wacom, Intuos, Graphire, Cintiq, e Penabled são marcas registradas da Wacom Company, Ltd. Todos os direitos reservados. ExpressKey is a registered trademark of Ginsan Industries, and is used with permission.