

REPORTAGEM DE CAPA

# Arte em larga escala

Decoração direta de garrafas de vidro oferece amplas possibilidades – e pode render benefícios importantes para produtores de bebidas

POR GUILHERME KAMIO

**NÃO É DIFÍCIL ENTENDER** a enorme popularidade do uso de rótulos na composição visual de produtos. Afixar em embalagens adornos específicos, feitos à parte, revelou-se uma ótima solução para reproduzir diversos bens de consumo em grandes escalas. É um recurso capaz de dinamizar processos fabris, tornando-os ágeis e maleáveis. Contudo, em que pesem as qualidades indiscutíveis da rotulagem por meio de etiquetas, películas plásticas e demais adereços, a decoração direta de recipientes – com o uso de pintura, serigrafia e técnicas industriais do gênero – parece nunca ter estado tão na moda, ao menos no campo das embalagens de vidro.



Contribuí para essa sensação, por exemplo, o aumento da oferta de bebidas alcoólicas em garrafas pintadas ou com serigrafia de alta sofisticação (muito mais complexa, ressalte-se, que a dos chamados “rótulos de cerâmica”, de uma ou duas cores, aplicados a tradicionais vasilhames retornáveis de refrigerantes).

Recentemente, a Pernod Ricard lançou uma edição limitada do uísque Passport numa garrafa toda decorada por um trabalho meticuloso de pintura e serigrafia, reproduzindo um desenho criado pelo artista paulista Alexandre Cruz, mais conhecido pelo pseudônimo Sesper. A Diageo, outro nome de peso em “bebidas quentes”, fez circular no Brasil versões temporárias da vodca Smirnoff e do coquetel Smirnoff Ice em garrafas completamente revesti-



Passport: edição artística ganhou vida com pintura e serigrafia



Sobreposição de cores gera imagens distintas vistas pela frente e pelo verso

das por pintura prateada. “As empresas estão percebendo que a decoração direta no vidro já é uma realidade, muitas vezes sendo a grande opção para se ter um produto diferenciado”, afirma Kleber Von Dentz, diretor da Plastclean – empresa especializada em tratamento de superfícies de vidro e responsável pela gravação das aludidas embalagens de Passport e Smirnoff.

**NÃO SE TRATA** de uma solução somente adequada a ações de curto alcance e caráter passageiro. Pintura, serigrafia e recursos afins podem também decorar embalagens de oferta continuada. É uma ideia à qual o mercado local está mais atento. Pegue-se o caso da vodca Blue Spirit, lançada pelo Grupo Petrópolis (fabricante das cervejas Itaipava e Crystal) numa garrafa decorada pela Plastclean através de uma combinação de pintura e serigrafia. O produto faturou, em 2011,

um dos troféus do PRÊMIO GRANDES CASES DE EMBALAGEM. Uma empresa catarinense, a Brastar Premium Brands, também lançou uma vodca, a Beatka, acondicionada em garrafa diferenciada.

Graças a uma técnica de serigrafia multi-layer, que permite a sobreposição de camadas de tinta, a embalagem da Beatka apresenta em sua parte frontal a imagem de uma moça insinuante, com uma perna à mostra. Vista pelo verso da garrafa, a imagem se altera, mostrando a mesma mulher em traje mais comportado. “São duas possibilidades de comunicação com os consumidores, o que sofisticava a criação”, explica Marcelo Falcão, presidente da Premier Pack – fornecedora de embalagens premium que possui



Blue Spirit: vodca em garrafa com acabamento de primeira



## Repertório variado

As principais técnicas disponíveis para decorar embalagens de vidro

**FOSCAÇÃO** Também conhecido como fosqueação, o processo confere ao vidro um aspecto fosco com a modificação da sua superfície externa, porém com um toque aveludado e de baixa porosidade. Realizado através do ataque químico sobre a superfície externa do vidro, pode ser feito totalmente ou parcialmente por meio de máscaras especiais.



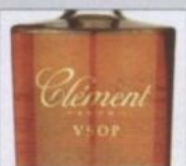
**SERIGRAFIA** Consiste na impressão de imagens ou textos na superfície das embalagens. Para a impressão utilizam-se tintas orgânicas ou inorgânicas. Os pigmentos das tintas orgânicas são derivados de organismos vivos e geralmente são mais fortes e brilhantes do que os pigmentos inorgânicos. Estes, por sua vez, são preparados a partir de substâncias minerais, inclusive ouro e platina.

**PINTURA** Processo que oferece uma grande variedade de cores e acabamentos à superfície – brilhante, fosco, soft touch (toque aveludado), iriodin, cerâmico, degradê etc. É possível o uso de tintas hidrossolúveis, o que dá apelo ecologicamente correto ao projeto.



**DECALQUE** É indicado para imagens geralmente compostas de várias cores e com áreas de aplicação complexas. Os decalques são produzidos por serigrafia plana e transferidos manualmente ou automaticamente para as embalagens, dependendo da aplicação.

**HOT STAMPING** Consiste em um sistema de transferência por calor de uma fita metálica para a embalagem de vidro. Confere ao produto imagens ou textos com acabamento metalizado.



**TAMPOGRAFIA** Processo automático ou semiautomático que permite a transferência de uma imagem ou texto de um clichê para a superfície do vidro por meio de um tampão de silicone. Indicado para embalagens cujas superfícies não podem ser gravadas por meio de serigrafia – por apresentarem, por exemplo, áreas com relevo.



Grey Goose, Ciroc e Belvedere: vodcas de fama mundial dão visibilidade à decoração direta

uma divisão dedicada à decoração, a DG Decor.

Para Falcão, o mercado de vodcas é especialmente promissor para embalagens com pintura, serigrafia e afins. “É uma bebida que tem atraído consumidores e empresas nacionais, e que tem marcas mundialmente reconhecidas pelo uso de garrafas decoradas, como Absolut, Grey Goose, Belvedere e Ciroc”, analisa o empresário. Não obstante a aposta no destilado preferido dos russos, a Premier Pack desenvolve visuais para embalagens de cachaças e outras bebidas. A empresa assina, por exemplo, a decoração da garrafa do Thikará, saquê nacional lançado recentemente. O recipiente tem serigrafia e, assim como a garrafa de Beatka, exibe áreas foscas. “Essa fosqueação parcial, ‘interrompida’, é um dos trunfos da decoração direta”, argumenta Falcão. “Até onde sei, não dá para reproduzir esse efeito com rótulos, apesar de toda a evolução tecnológica. Degradês também não ficam convincentes se não executados por pintura.”

Um aspecto em que é difícil comparar o uso de rótulos com decorações diretas de requinte é o custo. Segundo os representantes das empresas ouvidas pela reportagem, seria preciso fazer cálculos minuciosos, levando-se em conta o fato de recipientes gravados prescindirem de investimentos em equipamentos de rotulagem. O que se admite, porém, é que pinturas e serigrafias apuradas exigem muitas

vezes insumos caros, como tintas e pigmentos importados.

Segundo Kleber Von Dentz, um ganho significativo proporcionado



Saqué nacional: áreas foscas e serigrafia



pela decoração direta de garrafas é prescindir de máquinas de rotulagem nas linhas de produção, evitando perdas e paradas. "Mas o diferencial mais importante", argumenta o diretor da Plastclean, "é que o produto permanecerá por muito mais tempo com sua identidade inicial preservada."


Marcelo Falcão, da Premier Pack, acrescenta um fator que julga ser importante na consideração da decoração direta: segurança. "O uso de uma pintura especial dificulta bastante as falsificações de produtos", afirma. "É algo que merece ser lembrado por empresas receosas ou às voltas com pirataria."

**CONFIANTES NUMA** maior procura por seus serviços, ante a demanda crescente por produtos de maior valor pelo consumidor brasileiro, as empresas de decoração de embalagens de vidro investem em aparelhamento. Meses atrás, a Plastclean importou da Itália uma máquina de serigrafia de até oito cores no mesmo ciclo. Adquiriu, também, uma nova linha de pintura automática. O desembolso nesses ativos superou a casa dos 4,5 milhões de reais. "O momento é favorável e as perspectivas melhores ainda, considerando que nos próximos quatro anos abrigaremos eventos esportivos de grande porte em nosso País", diz Von Dentz.

A Premier Pack, por sua vez, anuncia para breve a instalação de uma nova linha de pintura para garrafas de grande capacidade volumétrica. Ela é composta por um transportador de piso (coração do aparelho) de origem italiana e por demais componentes de fabricação nacional. "Nossa produção, hoje, é limitada pela altura das garrafas", detalha Falcão. "A nova máquina viabilizará pinturas em recipientes com volume acima de 1 litro, ampliando as possibilidades de marketing para produtores de cervejas, vinhos e destilados."

Na opinião dos fornecedores, a decoração direta deve ser vista sobretudo como uma chance de conferir às embalagens de vidro apelo de obra de arte, de um capricho exterior que

amplifica a comunicação de qualidade do produto acondicionado, tornando-o único. Nesse contexto, caso recente e definitivamente inovador, noticiado com destaque na mídia internacional, é o da Unique, mais nova edição limitada da famosa vodca Absolut. Quatro milhões de garrafas com decoração singular, cada uma com um padrão de pintura diferente do outro, são oferecidos aos consumidores desde o final de

2012 (ver quadro). "A iniciativa talvez seja a mais inimitável e tecnicamente mais avançada reinterpretação de nossa garrafa, nosso maior ícone global", declarou a Pernod Ricard, dona da marca. 

**Na próxima edição: inovações na decoração de vidros para cosméticos e perfumes.**

Plastclean  
(11) 9604-2222  
www.plastclean.com.br

Premier Pack  
(11) 4612-0756  
www.premierpack.com.br

## Quatro milhões de embalagens exclusivas

Na mais nova edição limitada da vodca sueca Absolut, o consumidor tem a garantia de que ninguém terá uma embalagem igual à sua. A Absolut Unique oferece quatro milhões de garrafas únicas, cada uma delas dotada de uma decoração exclusiva. "Em vez de uma entre poucas, a garrafa que você adquirir não terá similar. Será sua própria obra de arte", diz a Pernod Ricard, dona da marca.

Para viabilizar os designs exclusivos, um sistema computadorizado de controle de válvulas para pintura spray foi desenvolvido pelo Ardagh Group, que fabrica e decora as garrafas de vidro utilizadas na ação. O processo é gerenciado por algoritmos que controlam cores (a partir de 35 tonalidades em versões translúcidas e opacas), padrões de desenho (51 variações) e intensidade do revestimento.

"Definimos as regras e deixamos as máquinas realizarem o design por elas mesmas. Nossas

instalações pareciam mais um estúdio artístico do que uma fábrica de garrafas", diz a Pernod Ricard. Segundo a companhia, a parafernália permitiria criar 94 quintilhões (94 com dezoito zeros à direita) de diferentes garrafas. "Isso equivaleria a mais de 13 bilhões de recipientes por pessoa no planeta."

Como complemento, cada garrafa recebe a aplicação de um rótulo de papel que contém um número de série. De acordo com os envolvidos no projeto, é a primeira vez, na indústria de destilados, em que cada garrafa de uma bebida é diferente da outra. "Absolut Unique é a edição limitada levada ao extremo", resume Eric Naf, diretor de desenvolvimento de embalagens de Absolut.

 [emb.bz/161unique](http://emb.bz/161unique)



Sistema computadorizado garante pinturas sem repetição