

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.



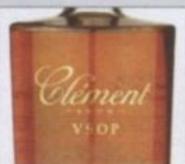
SERIGRAFIA Consiste na impressão de imagens ou textos na superfície das embalagens. Para a impressão utilizam-se tintas orgânicas ou inorgânicas. Os pigmentos das tintas orgânicas são derivados de organismos vivos e geralmente são mais fortes e brilhantes do que os pigmentos inorgânicos. Estes, por sua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



Saquê 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



Sistema computadorizado garante pinturas sem repetição