



Na impressão com dados variáveis, o objetivo é que cada exemplar impresso seja personalizado. O caso mais vulgar é uma publicação para distribuição postal em que o nome e endereço do destinatário fazem parte de cada exemplar.

Mas há também casos de impressos personalizados de outra forma: por exemplo, com a foto do destinatário para maior impacto, numerações complexas através de algoritmos informáticos, impressão de bilhetes, e mesmo a simples numeração sequencial.

Imaginemos, por exemplo, que um cliente pretende enviar uma quantidade grande de catálogos ou revistas pelo correio, digamos dez mil. O cliente tem em seu poder a base de dados com dez mil endereços dos destinatários.

As dez mil publicações são, naturalmente, impressas em *offset*, porque é o processo mais económico para tal tiragem e aquele que oferece a maior qualidade.

Na sua forma mais simples, imprimir um modelo em que cada exemplar é ligeiramente modificado de acordo com os registos de uma base de dados não é nada de extraordinário. Muitos têm essa capacidade no processador de texto caseiro, sob a designação de impressão em série ou *mail merge*.

Caso bem diferente é quando esses princípios são aplicados às artes gráficas profissionais, com as suas próprias exigências de qualidade e eficiência. Aí é necessário *software* especializado, por sinal bastante caro, e experiência da parte dos nossos colaboradores.

Antigamente imprimia-se digitalmente as dez mil etiquetas autocolantes e colavam-se manualmente nas dez mil revistas. Pouco económico.

Personalizar tal quantidade de envelopes não é uma boa opção, porque, mesmo sendo algumas das nossas impressoras digitais capazes de imprimir nesse suporte, é sempre uma tiragem cheia de acidentes de alimentação e encravamento. E nós não gostamos nada de acidentes durante uma impressão de dados variáveis, porque cada exemplar é único e o risco de

erros aumenta.

Uma das alternativas é imprimir uma folha de rosto personalizada à parte da revista, simplesmente com os endereços numa posição em que sejam vistos num envelope com janela transparente, ou com outras indicações por vezes necessárias, como a autorização pelos Correios do envio por avança. Nesse caso a folha de rosto é envelopada à máquina com a publicação ou metida numa manga plástica.

Em alternativa, pode-se imprimir todos os planos em *offset*, menos aquele que contém a personalização, sendo esse impresso na digital. O inconveniente é que a tiragem de um dos planos na digital encarece a produção, comparada com o valor que teria se tudo tivesse sido impresso em *offset*. Além disso, é mais difícil acertar as cores quando o trabalho é tirado em dois processos tão diferentes. Mas se o cliente pede que a produção seja a cores, ou os dados variáveis são integrados no grafismo da página, como letras brancas sobre uma foto, aí não há outra solução e só a impressão digital poderá encarregar-se desta tarefa.

Mas na generalidade o que se pede é que os nomes e endereços sejam impressos a preto, enquanto a publicação é a cores. Esse é o caso mais favorável em termos de custos. A revista ou catálogo é inteiramente impressa a cores em *offset* e sobre os planos já impressos (naturalmente antes da encadernação) imprimem-se os nomes e endereços na digital. Muitas vezes, os campos variáveis incluem um código de barras.

A impressão digital a preto é dramaticamente mais económica que a cores. Por esse motivo, os nossos clientes preferem geralmente imprimir assim os dados variáveis. Este último caso é o que mostramos na foto no topo da página, um tipo de trabalho que temos feito muito.

É uma das muitas soluções que criamos para passar

A SUA MENSAGEM POR TODOS OS MEIOS

📅 05-11-2015