
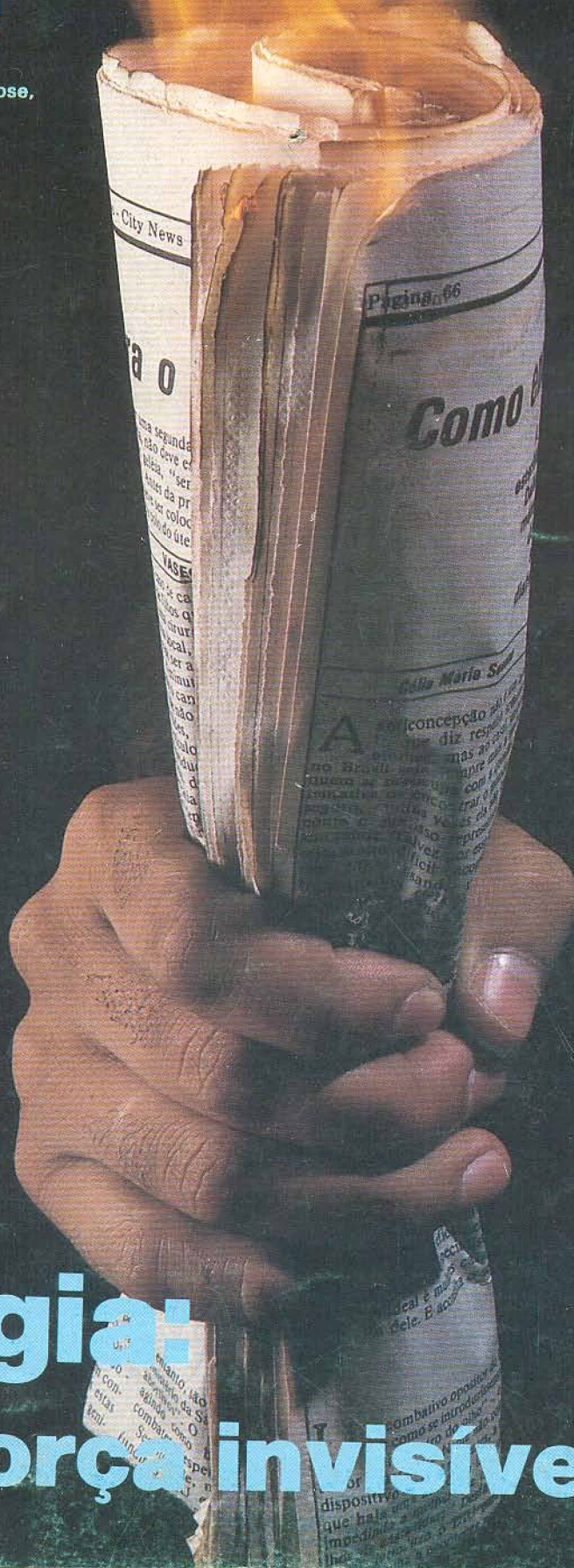


anave



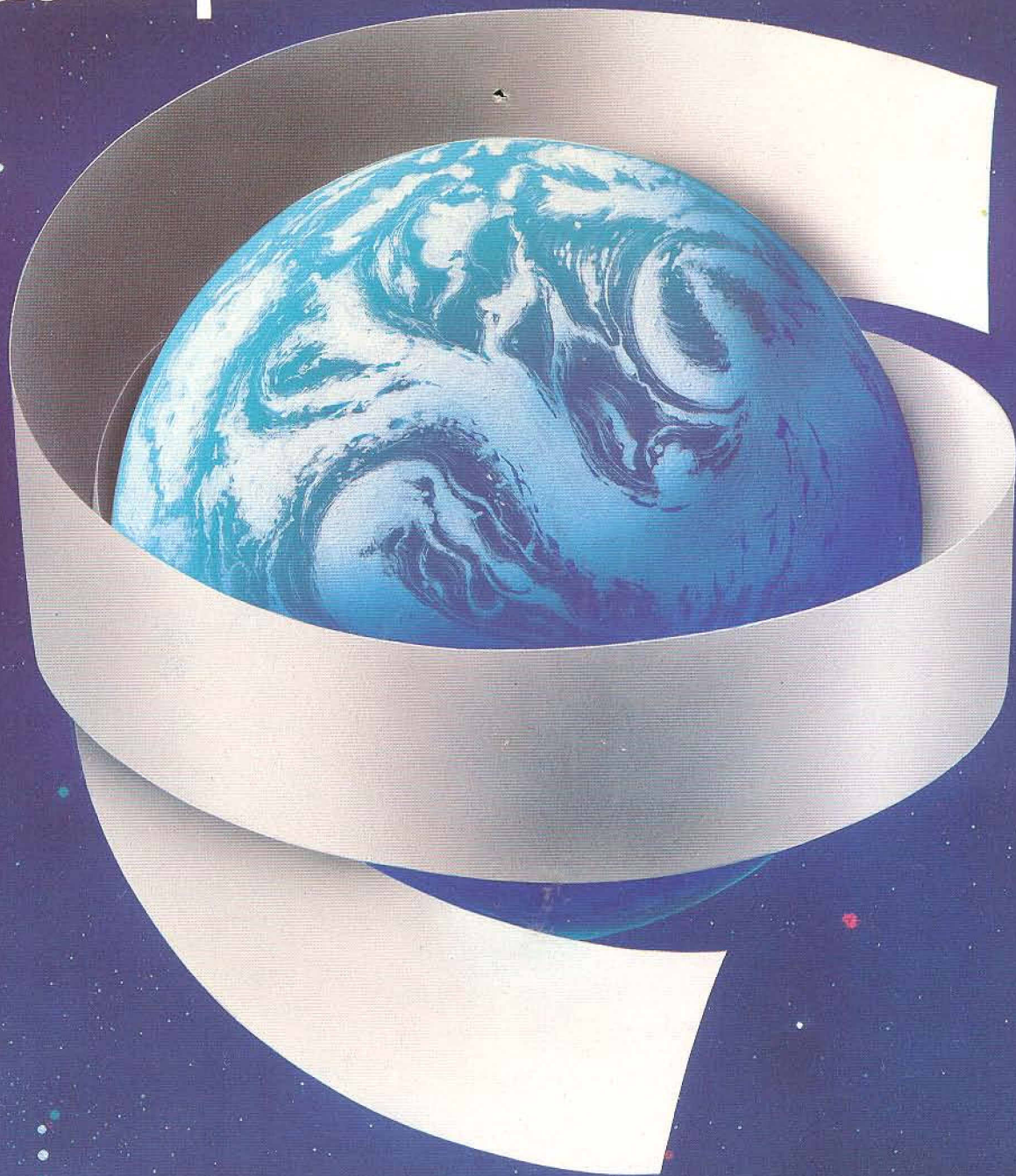
Ano 10 Nº 43
Órgão da Associação Nacional
dos Homens de Venda em Celulose,
Papel e Derivados



Energia:

essa força invisível

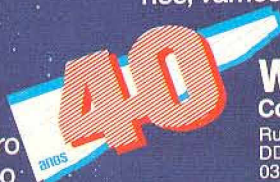
O que já vendemos de papel daria para cobrir o mundo.



Desde sua fundação, em 1946, a Waldomiro Maluhy & Cia. vem oferecendo o melhor atendimento para seus clientes. E isto significa um estoque completo de papéis, uma estrutura moderna com recursos de comunicação eficientes e total atenção para todos os pedidos. Com muita agilidade e as melhores condições de compra.

Por isso, ao comemorar 40 anos como uma das maiores distribuidoras de papel do País, a Waldomiro Maluhy & Cia. tem o orgulho de ter sempre cumprido

o melhor papel. Conte conosco para tudo que você precisar em matéria de papel. O que já vendemos daria para cobrir o mundo. E, no que depender de nós, vamos repetir a dose rapidamente.



WALDOMIRO MALUHY & CIA.
Comércio de Papéis

Rua do Gasômetro, 931 - Tel.: (011) 292-6977
DDG: (011) 800-2000 - Telex: (011) 38329 WMEC BR
03004 - São Paulo - SP

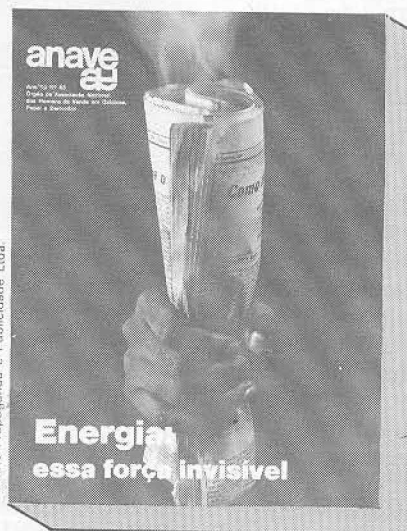
Associados Patrocinadores

Abeto Embalagens Ltda.
 Agassete Comércio e Indústria Ltda.
 Antonio A. Nano & Filhos Ltda.
 Castioni & Cia. Ltda.
 Celulose Irani S/A
 Champion Papel e Celulose Ltda.
 Cola Streb Ltda.
 Cia. De Zorzi de Papéis
 Cia. Industrial de Papel Pirahy
 Cia. Nacional de Papel
 Cia. Suzano de Papel e Celulose
 Empax Embalagens S/A
 Fabr. Cel. Papel da Amazonia S/A — FACEPA
 Fabr. Papel Papelão N. Sra. Penha S/A
 Fornecedor de Papel Forpal S/A
 Gráfica Linel Ltda.
 Gretisa S/A Fábrica de Papel
 Hobrás Indústria de Papéis Ltda.
 Indústria Gráfica Foroni Ltda.
 Ind. de Papel Gordinho Braune Ltda.
 Indústrias Bonet S/A
 Inds. Klabin de Papel e Celulose S/A
 Indústrias de Papel Simão S/A
 Irmãos Anitablian
 Kassuga do Brasil Indústria de Papel Ltda.
 Lalekla S/A Comércio e Indústria
 Madeireira Miguel Forte S/A
 Max Indústria de Embalagens Ltda.
 MD Nicolaus Inds. de Papéis Ltda.
 Metrópole Comércio de Papéis Ltda.
 Nebraska Papéis Industriais Ltda.
 Ogra Indústria Gráfica Ltda.
 Papel e Celulose Catarinense S/A
 Papyrus Indústria de Papel S/A
 PISA — Papel de Imprensa S/A
 Propasa Produtos de Papel S/A
 Ripasa S/A Celulose e Papel
 Sacotem Embalagens Ltda.
 Samab — Cia. Ind. e Com. de Papel
 Santa Maria — Cia. de Papel e Celulose
 Santo Alberto Artes Gráficas Edit. Ltda.
 Schneider Papel Embalagem Ltda.
 Tilibra S/A Comércio e Indústria Gráfica
 Waldomiro Maluhy & Cia.
 Wexpel Indústria e Comércio Ltda.

anave

Ano 10 nº 43
 Janeiro/Fevereiro
 Março/Abril/1.986

Orgão da Associação Nacional
 dos Homens de Venda
 em Celulose, Papel e Derivados



Criação e Produção:
 Gráfica Propaganda e Publicidade Ltda.

NOSSA CAPA

Energia: essa força invisível

A energia elétrica é recurso fundamental à produção industrial, uma possível crise viria a afetar todo o processo, causando prejuízos incalculáveis. Portanto, é imprescindível que o complexo sistema de distribuição seja aperfeiçoado, a fim de que a energia gerada nas principais usinas do país seja adequadamente distribuída, de forma a atender diferentes regiões.

Associados Colaboradores

All Coating's Ind. Com. Revestimentos S/A
 ANAP — Associação Nac. Aparistas de Papel
 Asahi Indústria de Papel Ondulado Ltda.
 Braçilcote Indústria de Papéis Ltda.
 Braspap — Cia. Brasileira de Papel
 Ipanema Produtos de Papel Ltda.
 Leone Consultoria Industrial Ltda.
 Marideni Embalagens e Artes Gráficas Ltda.
 Papéis Pama Indústria e Comércio Ltda.
 Regispel Ind. Com. de Bobinas Ltda.
 São Vito Ind. Com. Papéis Ltda.

ÍNDICE

Gente	4	Evolução no Setor Gráfico	14
Eventos	5	11º Fórum de Análise	18
Empresas e Negócios	5	Palestra sobre Auto-Adesivo	20
Editorial	6	Anave promove Almoço-Reunião	22
Setor enfrenta Crise de Energia	8	Perspectivas da Indústria Gráfica	23
O Saco de Papel como Embalagem	10	Livros	32
Maluhy: 4 Décadas de Dinamismo	12	Ponto de Vista	34

Gabriel José, Fausto Machado, Dino Bletcherer, José Chahad, Fernandes Burati e José Carlos de Souza, são os integrantes de uma equipe de técnicos das Indústrias de Papel Simão, que recebeu no mês de janeiro o prêmio "João Cavallari Sobrinho - 85", concedido anualmente pela Indústria Mecânica Cavallari, fabricante de equipamentos para produção de papel. A equipe mereceu distinção pelo trabalho *O Amido e suas Influências na Fabricação de Papel*, apresentado no 18º Congresso Anual de Celulose e Papel.

Ignaz Johann Sessler, 85 anos de idade, o pioneiro do sistema *off-set* no Brasil, onde chegou em 1925, para montar as primeiras impressoras aqui desembarcadas, foi homenageado em 11 de março passado, por toda comunidade gráfica e, especialmente, pela Escola Senai "Theobaldo De Nigris", da qual é um dos eméritos fundadores. No Brasil, a presença de Sessler foi fundamental para o desenvolvimento do setor gráfico. Ele participou ativamente da fundação do Sindicato das Indústrias Gráficas do Estado de São Paulo

FOTO: JUSSI LENTO



Sessler homenageado por sua dedicação às artes gráficas

(Sigesp), da Associação Brasileira da Indústria Gráfica (Abigraf) e da Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica, da qual é presidente honorário vitalício. De espírito empreendedor, montou e gerenciou diversas empresas do ramo, trabalhando na Abril Cultural, como assessor técnico, de 1955 a 1963, e também de 1969 a 1977, quando passou a perito autônomo, fa-

zendo inúmeras viagens de cunho técnico aos Estados Unidos e Europa. Durante a homenagem, por seus 60 anos de ininterrupta dedicação ao setor gráfico, Sessler recebeu o título de "Patroão do Auditório da Escola Senai", local em que ocorreu a cerimônia. Após o discurso do filho, Mário Sessler, e de outras autoridades presentes, Ignaz J. Sessler descerrou uma placa comemorativa e agradeceu, em breves palavras, a prova de gratidão e carinho.

Celso Foelkel, engenheiro da Riocell S/A., estará participando do IV Congresso Latino Americano de Celulose e Papel, que será realizado no México, de 19 a 24 de maio. Foelkel apresentará o estudo *Eucalipto: Força Impulsora da Indústria de Celulose e Papel no Brasil*, que mostra a importância que a celulose obtida do eucalipto vem assumindo, hoje com 30% do mercado internacional. A Riocell teve o seu trabalho selecionado ao se considerar as avançadas pesquisas que vem desenvolvendo visando o aprimoramento dessa importante matéria-prima, que, atendendo segmentos específicos de mercado, trouxe US\$ 240 milhões de divisas para o Brasil em 1985.



Produtos de Papel Ltda.

A EMPRESA QUE NASCEU COM 25 ANOS DE EXPERIÊNCIA

NO SETOR CADERNEIRO

- CADERNOS ESCOLARES
- BOBINAS PARA MÁQUINAS DE CALCULAR E SOMAR
- BLOCOS
- PAPEL ALMAÇO
- ENVELOPES

Rua Visconde de Parnaíba, 1438/1450 - Telefones: 264-0009 - 264-0030

CEP 03044 - MOÓCA - SÃO PAULO - BRASIL

Indústria Mecânica Cavallari, empresa especializada na produção de máquinas para a indústria de papel, está completando 80 anos de atividades. A Cavallari, que no ano de 1985 recuperou sua posição no mercado atingindo um faturamento de US\$ 1,2 milhão, pretende neste ano investir no aperfeiçoamento de uma planta piloto de médio porte para a produção de papel, que está em funcionamento desde dezembro último, cuja principal inovação é a substituição da tradicional caixa de massa por um injetor que permite economizar aproximadamente 25% de matéria-prima.

Transplante no Sepaco: No dia 23 de janeiro último, o Hospital do Sepaco realizou, pela primeira vez, uma cirurgia de transplante de órgão. A equipe de oftalmologistas do Hospital realizou um transplante de córnea com órgão doado através do Banco de Olhos do Hospital do Servidor Público Estadual (o único em São Paulo). O receptor já teve alta, em boas condições e com a visão no olho transplantado se recuperando progressivamente, devendo dentro em breve retornar ao trabalho. Com esta cirurgia o Sepaco se credencia junto ao Banco de Olhos de São Paulo como centro de referência para transplantes de córnea, já havendo mais dois papeleiros na fila de espera.

10ª Feira Internacional de Impressão e Papel de Dusseldorf — Fiepag — Esta feira será realizada no período de 02 a 15 de maio de 1986. Informações poderão ser obtidas na Rua Padre João Manoel nº 923 — 7º andar — São Paulo — SP — FONE: 282-7555.

IV Congresso Brasileiro de Embalagem — A ABRE — Associação Brasileira de Embalagem, promoverá de 09 a 13 de junho, no Hotel Maksoud Plaza, este evento que tem como objetivo principal divulgar, atualizar e ampliar os conhecimentos tecnológicos e mercadológicos relacionados com embalagem e acondicionamento. Informações: ABRE — Rua Oscar Freire, 379 — 16º andar — Conj. 161 — São Paulo — SP — Fone: 282-9722.

11º Fórum de Análise do Mercado de Celulose, Papel e Artes Gráficas, evento tradicional no calendário de atividades da ANAVE, será realizado de 03 a 05 de junho, no Palácio das Convenções do Parque Anhembi, em São Paulo (leia artigo na pág. 20).

Riocell — Rio Grande Cia. de Celulose do Sul adquiriu a totalidade das ações que o Grupo De Zorzi e o BNDES-PAR detinham da Cia. Papeleira do Sul, pelo equivalente a US\$ 15,5 milhões. Os contratos e a transferência das ações foram realizadas no final de dezembro e a operação contou com financiamento do sistema BNDES. Esta aquisição faz parte do plano de expansão da IKPC, que visa ampliar suas atividades no segmento de papéis para impressão, onde já atua nos tipos de papéis fabricados com pasta mecânica através da divisão Klabin do Paraná.

Papirus Indústria de Papel S/A adquiriu em fevereiro a Glória Indústrias Gráficas, tradicional estabelecimento voltado principalmente à confecção de embalagens do setor laboratorial e de cosméticos. Com a Flor de Maio produzindo embalagens de micro-ondulado e cartuchos em geral, e mais a Glória, a Papirus tem consumo dirigido em cerca de 1800 toneladas/mês de cartões e cartolinas, representando 25% da sua produção. Além de expandir o atendimento aos seus clientes tradicionais, a Glória deverá aumentar sua produção, dirigindo esse crescimento de vendas para novos clientes e produtos, aproveitando assim a capacidade de suas máquinas, além de outras que receberá durante o ano. A partir de março, treinamento e atualização de conhecimentos estarão sendo administrados a seus vendedores, a fim de que mais atuantes e atualizados, possam bem informar os clientes sobre embalagens tradicionais e novos desenvolvimentos.

Cia. Suzano de Papel e Celulose recebeu recursos do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), no valor de Cr\$ 370,4 bilhões, destinados à instalação de novas máquinas industriais e a financiar a implantação inicial de um projeto para reduzir 6 índices de poluição. Do Total, Cr\$ 290,1 bilhões serão empregados na aquisição de uma máquina produtora de papel para escrever e imprimir e também na expansão da produção de celulose branqueada de fibra curta. O restante da verba, Cr\$ 80,2 bilhões, será aplicado na redução da poluição fabril. Com a instalação da nova máquina, a empresa deverá aumentar sua capacidade de produção em 270 toneladas/dia. Além disso, as melhorias na planta de celulose proporciona-



Caçamba estacionária auxilia na preservação do meio ambiente.

ção um crescimento de cerca de 200 ton/dia na produção de celulose branqueada. Juntas, essas duas melhorias serão responsáveis por parcela de redução da carga poluente, que se encontra atualmente acima dos níveis aceitáveis estabelecidos pelos órgãos de controle ambiental. O projeto da empresa permitirá ampliar sua capacidade produtiva a um custo menor que o da instalação de uma nova empresa. O aumento da produção de celulose branqueada possibilitará melhorar o abastecimento interno e consolidar a posição do país no mercado externo.

Pisa — Papel de Imprensa S/A, com a finalidade de preservar o meio ambiente, contratou com a Kabí Indústria e Comércio S/A, do Rio de Janeiro, o fornecimento de diversos equipamentos, dentre eles, 15 caçambas estacionárias "Kabí", com capacidade para a coleta de todo e qualquer material sólido de até 8,0 m³ de volume, como: Escoria de cinza, cascas de madeira, cinzas de carvão, etc...; 04 destas caçambas possuem cantos e funil arredondados, sendo próprias para cargas úmidas, como lama de cal e outros resíduos, com capacidade de 6,0 m³. Estas caçambas, quando cheias, são substituídas por meio de 2 poli-guindastes Kabí Multi Caçambas, acoplados sobre o chassi Chevrolet 653.

Etiquetas e Fitas Novelprint Ltda, empresa de tradição no ramo de etiquetas e sistemas de etiquetagem, está lançando a TP II com cabeçote especial, uma impressora eletrônica baseada na TP II, já muito conhecida no mercado. A TP II foi produzida para completar dados variáveis (cor, tipo, modelo, endereço etc) em etiquetas ou rótulos auto-colantes. O cabeçote especial deste lançamento permite a marcação com caracteres maiores, facilitando a leitura a distância. Foi especialmente desenvolvida para empresas que queriam dar maior destaque aos dados constantes da etiqueta. A marcação, feita através da simples digitação no teclado alfa-numérico, é rápida e substitui, com vantagens, as impressoras tipográficas, manuais ou carimbos.

DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente:

Adhemur Pilar Filho
(Papyrus Ind. Papel S/A)

Vice-Presidentes:

Carlos Pontinha Pereira
(Cia. Suzano de Papel e Celulose)
Hércules Coelho do Nascimento
(Inds. Papel Simão S/A)
Miguel Maluhy Neto
(Waldomiro Maluhy & Cia.)

1º Diretor Secretário:

Waldir Gomes
(Champion Papel e Celulose Ltda.)

2º Diretor Secretário:

Antonio Carlos Rigotti
(Tilibra S/A Com. Ind. Gráfica)

1º Diretor Tesoureiro

Vitor Paulo de Andrade
(Rio Branco Com. Papéis Ltda.)

2º Diretor Tesoureiro:

Nicolau César Coimbra
(Santa Maria - Cia. Papel e Celulose)

Diretor Cultural:

Clayrton Sanchez
(Cia. Fabricadora de Papel)

Diretor Social:

Wagner Alberto Assumpção
(MD Nicolaus Ind. Papéis Ltda.)

Diretor de Divulgação:

Caetano Labbate
(São Vito Ind. Com. Papéis Ltda.)

CONSELHO DELIBERATIVO

Presidente:

Neuvir A.V. Colombo Martini
(Ipanema Produtos de Papel Ltda.)

Vice-Presidente:

Antenor Geraldo
(Banco Brasileiro de Descontos S/A)

Secretário:

Antonio Júlio Guimarães de Paula
(De Paula - Guimarães Representações)

Conselheiros:

Agenor Gonzaga César (Autônomo); Alberto Fabiano Pires (Inds. Papel Simão S/A); Armando de Sant'Anna (Celpap - Marketing Ass. Ltda.); Carlos Eduardo Junqueira (Ind. Matarazzo de Papéis S/A); Clayton Fernando Cafaro (Ind. Matarazzo de Papéis S/A); Ericeu Antonio Graziani (Ripasa S/A Celulose e Papel); Fernando Grassia Filho (KSR Com. Ind. Papel S/A); Francisco de Barros Barreto (Ind. Matarazzo de Papéis S/A); Jairo Joelsas (Formakraft Ind. Com. Papel Ltda.); João Batista de Oliveira (Fornecedora de Papel Forpal S/A); José Abreu Valente (Cia. Industrial de Papel Pirahy); José Campos Filho (Santa Maria Cia. de Papel e Celulose); José Carlos Francez (Ripasa S/A Celulose e Papel); José Carlos Gimenes (KSR Com. Ind. Papel S/A); José Tayar (Autônomo); Luiz Gonzaga de Souza (Ind. Matarazzo de Papéis S/A); Luiz Maria Martins (Papéis Madi S/A); Marco Antônio P. R. Novaes (Agassete Com. Ind. Ltda.); Marcos Zimmerfeld (ANK Repres. Servs. Mercadológicos S/C Ltda.); Mário Aparecido Spera (Representações Spera S/A); Oswaldo Ferrari (Papéis e Papelaria O Grande São Paulo); Pascoal Spera (Representações Spera S/A); Rogério Tadeu Sampaio Pinheiro (Representações Spera S/A); Werner Klaus Bross (Samab - Cia. Ind. Com. Papel).

Conselheiros Natos:

Antonio Pulchinelli (Cia. De Zorzi de Papéis); Antonio Roberto Lemos de Almeida (Indústrias de Papel Simão S/A); Armando Mellagi (Ind. Bonet S/A); Ciro Torcinelli de Toledo (Carvalho S/A Com. Papéis); Paulo Vieira de Sousa (Ripasa S/A Celulose e Papel); Sílvio Gonçalves (Gretisa S/A Fábrica de Papel).

EDITORIAL

Sempre direcionamos nossos esforços no sentido de melhorar tecnicamente a REVISTA ANAVE, e gradativamente, estamos conseguindo este propósito.

No transcorrer de 1.985, realizamos um intenso trabalho e conseguimos publicar matérias sobre assuntos de grande interesse para o setor; mantendo a periodicidade bimestral.

Foram portanto, publicadas cinco revistas, inclusive uma edição especial referente aos meses de maio/junho e julho/agosto, alusiva ao 10º Fórum de Análise do Mercado de Celulose, Papel e Artes Gráficas.

Aumentamos a tiragem para 10.000 exemplares, que são distribuídos gratuitamente para todos os segmentos relacionados à indústria de celulose e papel.

Desejamos prosseguir durante este ano com o mesmo dinamismo, e para isso, contamos com a colaboração de todos.

Cooperem enviando artigos e sugestões.

Anunciem na certeza de resultados positivos.

Contamos com vocês.

A DIRETORIA

EXPEDIENTE

REVISTA ANAVE - Órgão Oficial de divulgação da ANAVE - Associação Nacional dos Homens de Venda em Celulose, Papel e Derivados, registrada no 5º Cartório de Registro de Títulos e Documentos, sob nº 4.851 - do Livro A.
Diretor Responsável:
Caetano Labbate
Editora e Redatora Responsável:
Gracia Martin -
Reg. Prof. MTB 14.051

Diagramação e Arte:

A.C. Marostica (Fone: 940-2699)

Colaborador:

Peter Rohl

Redação e Publicidade:

Rua Alabastro nº 165 -

São Paulo - SP

FONE: 279-8570

Impressão:

Gráfica Conselheiro Ltda.

Tiragem: 10.000 exemplares

Distribuição Gratuita

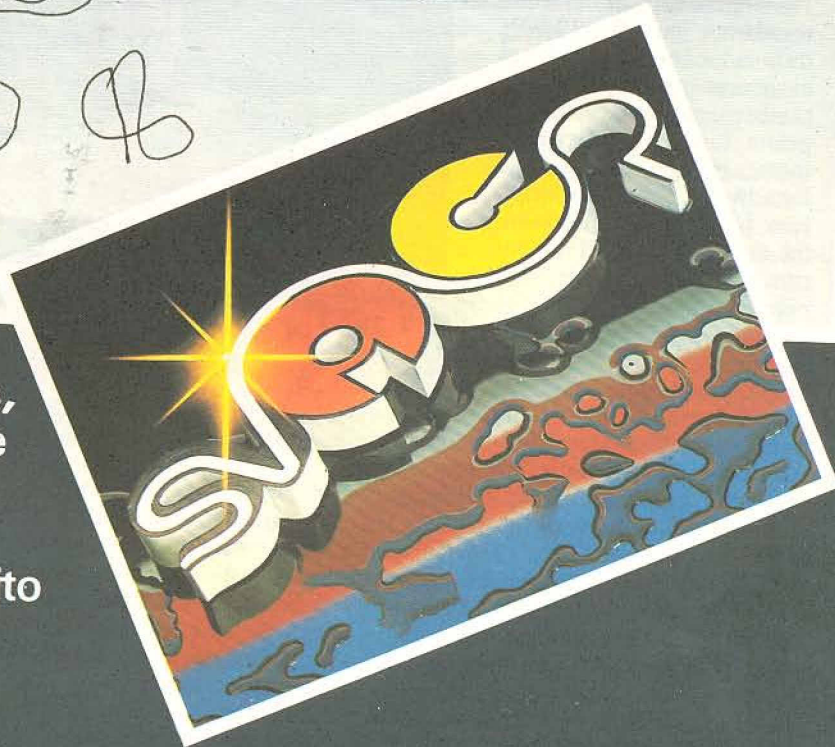
Os artigos assinados são de responsabilidade dos signatários.

Distribuir é o nosso papel.



**Papéis, Cartões, Cartolinas,
Duplex, Chamex, Envelopes e
Bobinas.**

Estruturada para atender as exigências das gráficas, a São Vito mantém um sistema de pronta entrega, para todo o Brasil.



SÃO VITO INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE PAPEIS/ LTDA.
RUA SAMPAIO MOREIRA, 200/226 - PBX 229-4477 - SÃO PAULO

Setor enfrenta crise de energia

Apesar do impacto da crise de energia do sul as indústrias do setor de papel e celulose conseguiram manter o nível de produtividade.

Os setores produtivos concentrados na região Sul do país sofreram, desde o final de 1985, os efeitos da estiagem, que implicou entre outros fatores, no racionamento de energia elétrica, recurso fundamental ao processo de produção industrial.

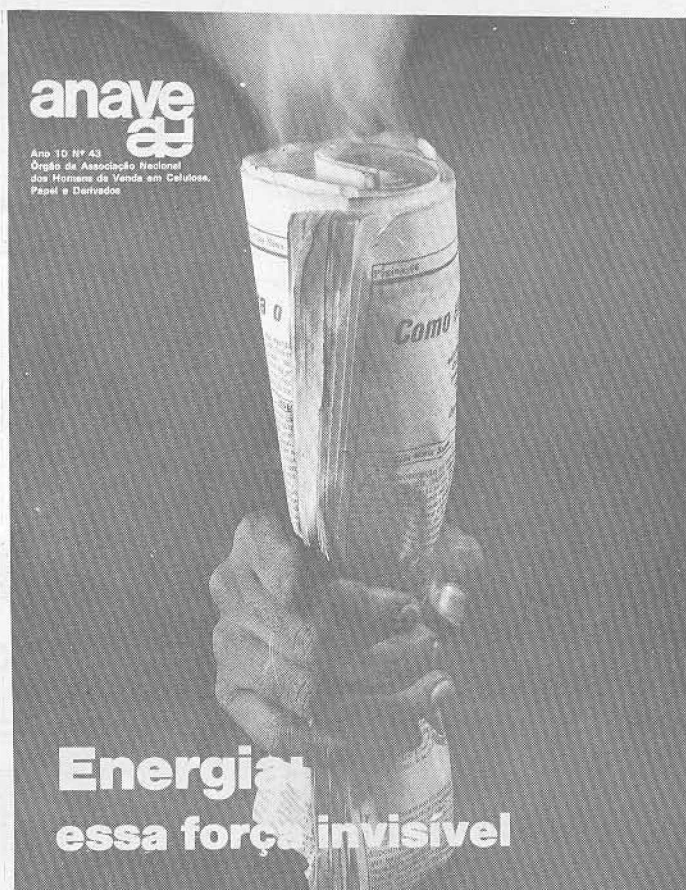
Nessa região do país estão localizadas importantes indústrias de papel e celulose, e embora algumas fábricas possuam geração própria de energia, o racionamento alterou a programação de produção, causando alguns prejuízos ainda não calculados oficialmente.

No Estado do Paraná, por exemplo, estão concentradas 22 empresas produtoras de papel, que durante 1984 produziram 774.663 toneladas, ou seja, 19,90% da produção global; destas empresas, cinco produzem também celulose, matéria-prima fundamental para a fabricação de papel. Já o Estado de Santa Catarina, tem 16 empresas fabricantes de papel e em 1984 foram produzidas 511.601 toneladas do produto, o que equivale a 13,67% da produção global; o Estado conta ainda com uma fábrica integrada (que produz também celulose). Finalmente, o Rio Grande do Sul, com cinco empresas fabricantes de papel, foi responsável por 1,92% da produção no ano de 1984 (71.808 tons.); quanto à celulose, o Estado tem duas fábricas que fabricam exclusivamente esta matéria-prima e seis fábricas integradas; estas oito fabricantes produziram em 1984, 253.788 toneladas de celulose (7,55% da produção global).

As informações sobre a produção em 1985 ainda não foram divulgadas

pela Associação Nacional dos Fabricantes de Papel e Celulose – ANFPC, mas principalmente o papel de imprensa teve um grande incremento com a entrada da Pisa – Papel e Imprensa S/A., localizada no município

um racionamento da ordem de 15% foram enfrentadas e superadas, a situação já está praticamente normalizada e podemos afirmar que o nível de produtividade conseguiu manter-se estável.



PERFIL

As Indústrias Klabin do Paraná de Celulose S/A., maior produtora de papel do país, localizada no Estado do Paraná, compra da Copel – Companhia Paranaense de Energia, concessionária que atende o Estado, apenas um terço da energia que consome, o restante é obtido através de geração própria. Durante a estiagem, uma das usinas hidrelétricas da Klabin também foi afetada e a dependência junto a Copel aumentou. Embora tenha sido necessário à indústria antecipar algumas paradas previstas para meses futuros, quando é feita a manutenção dos equipamentos, a fim de se conseguir a redução de consumo em colaboração com a concessionária, o racionamento não afetou a produção.

O mesmo não ocorreu com a Santa Maria – Cia. de Papel e Celulose, produtora não integrada, localizada em Guarapuava, no

Paraná, que dispõe de duas hidrelétricas para suprir a fábrica de toda a energia necessária. Esta indústria foi afetada de maneira muito drástica, porque as hidrelétricas estão situadas na região afetada pela seca e em determinado momento estavam praticamente fora de atividade.

Para solucionar este impasse, a Santa Maria precisou se conectar com a rede estadual, que passou a fornecer

Este complexo industrial, durante o racionamento de energia, precisou tomar medidas diversas para enfrentar o difícil período. Estas medidas de emergência foram desde paralisações antecipadas, até a reativação de geradores próprios de energia e de linhas de transmissão já desativadas para conexão com concessionárias estaduais.

As dificuldades para conviver com

à empresa quase que a totalidade da energia necessária. "Existe na região uma hidrelétrica de grande porte, que fica em Foz de Areia", explica Raphael Rios, diretor comercial da empresa, "e quando nossas hidrelétricas ficaram praticamente sem água e sem condições para poder gerar energia, nós nos vimos ligados à Copel".

A conexão com a Copel foi possível porque havia uma linha de transmissão desativada desde 1982, quando a Santa Maria inaugurou sua segunda hidrelétrica. Essa reativação exigiu uma inspeção completa em toda a linha, que envolve dezenas de quilômetros de fios e equipamentos intermediários, inclusive alguns equipamentos foram substituídos porque estavam desativados há muito tempo, com isso, a indústria ficou paralisada alguns dias.

Com o fornecimento de energia pela concessionária, a situação parecia caminhar para a normalidade, porém na medida que a estiagem se prolongava, também a Copel tinha suas condições de suprimento diminuídas e mantinha cortes diários de três a quatro horas, outras vezes até bem mais extensos. Essa situação persistiu por dois meses (dezembro e janeiro). A Santa Maria, que produz mensalmente cerca de 6.000 toneladas, devido à escassez de energia perdeu em cada mês aproximadamente 1.000 ton. de produção.

Os reflexos dessa diminuição no índice de produtividade foram sentidos pelo departamento comercial da empresa, conforme explica Rios:

"Nós fomos forçados a dividir proporcionalmente os pedidos que estavam com nossos clientes. Procuramos equilibradamente, com espírito de justiça, reduzir as cotas de vendas proporcionalmente, de modo a todos poderem ser atendidos, ainda que em proporções menores do que as normais.

Com o início das chuvas, em fevereiro, as duas hidrelétricas da Santa Maria voltaram a suprir a necessidade de energia da fábrica e a linha de conexão com a Copel foi novamente desativada. Hoje a situação está normalizada e a empresa pretende prosseguir conquistando sua meta de produtividade.

A mais recente e maior produtora de papel de imprensa do Brasil, a Pisa Papel de Imprensa S/A.; localizada no Paraná, foi uma das indústrias que mais sofreu as consequências do racionamento de energia, pois sem nenhum índice de geração própria a empresa depende integralmente do forneci-

mento da concessionária paranaense.

Para economizar energia, desde o mês de janeiro, muitas providências foram tomadas por essa empresa, desde procedimentos óbvios, como desligamento de luzes e ar-condicionado, o que representa muito pouco em uma indústria do potencial da Pisa, até a modificação de certas operações, como explica Franco Porta, diretor superintendente da Pisa, "Certas máquinas que normalmente funcionariam de forma contínua, de vez em quando eram desligadas, isso evidentemente ocasionava menor consumo de energia, mas em consequência os motores sofriam".

A mais drástica medida tomada pela Pisa foi a suspensão integral da fabricação de pastas mecânicas e termomecânicas, e consequentemente das vendas desta matéria-prima, tão importante para a fabricação do papel quanto a celulose, cuja produção exige um consumo muito alto de energia elétrica. Franco Porta preferiu não dimensionar o prejuízo causado por esta rigorosa medida, porém admitiu, "nós tivemos uma perda financeira não muito sensível, mas tivemos".

A exemplo de outras indústrias do setor, a Pisa antecipou suas paradas periódicas. Nos períodos de paralisação aproveitou para fazer a manutenção das máquinas e tomar outras providências somente possíveis quando as máquinas estão paralisadas.

Outra medida de relevante importância adotada pela Pisa consistiu em aumentar ao máximo a produção do papel de gramatura menor. E houve compreensão por parte dos clientes, alguns dos quais já utilizavam normalmente o papel de 45 gramas, como o *Jornal de Pernambuco* e o *Zero Hora*.

A Pisa consome aproximadamente 28 milhões de KWH por mês e mesmo com o racionamento que chegou a alcançar o índice de 15%, o nível de produção de papel de imprensa foi mantido.

Na verdade, foi um período de dificuldades para esta empresa, que desde a implantação optou pela aquisição de toda a energia necessária da Copel. Apesar desta adversidade da natureza, Franco Porta garante que sempre houve perfeito entrosamento entre a Pisa e a Copel. Segundo ele, a Pisa continuará comprando energia da concessionária, porque esta "foi uma circunstância muito excepcional, que surpreendeu a região num momento em que o sistema de distribuição estava

incompleto".

Buscar fontes alternativas para a geração de energia foi a solução encontrada pela Iguazu - Celulose, Papel S/A., que chegou a ficar paralisada durante o racionamento de energia. "Fomos bastante prejudicados com o racionamento, pois 15% é um índice bastante elevado e pesou, principalmente no mês de fevereiro, quando chegamos ao ponto de precisar parar para manter o racionamento compulsório estipulado", afirma José Carlos Pisani, vice-presidente da indústria.

A alternativa para a Iguazu e para algumas outras empresas foi passar a gerar a diferença de energia com óleo diesel, isso logicamente acarretou uma diferença de custo, mas serviu para que conseguissem manter o nível de produção.

Dentre as medidas de emergência tomadas pela Iguazu, que produz papel e celulose, foram ativados turbo-geradores a vapor e com isso se conseguiu uma redução de aproximadamente 4%.

No momento a situação está praticamente normalizada em toda a região Sul, porém ainda são mantidos os efeitos dos prejuízos causados, já que o racionamento, segundo Luiz Fernando Gomes Franco, presidente do Sindicato das Indústrias de Papel, Papelão e seus Artefatos no Estado do Rio Grande do Sul, além de comprometer a produção, gerou um grande aumento nos custos, porque os geradores de óleo combustível custam quatro vezes mais que a energia elétrica comprada.

Franco, que é também diretor da Celulose Irani, produtora integrada localizada em Santa Catarina, explicou também, que sua empresa não sofreu os efeitos do racionamento porque tem geração própria de energia.

Os momentos críticos já passaram, uma situação de completa normalidade depende agora das condições climáticas da região que já apresentam sinais de sensível melhora. Se persistirem as chuvas tudo estará completamente normalizado até aproximadamente o mês de julho.

A fim de que episódios como este não se repitam, será necessário ao país aperfeiçoar o complexo sistema de distribuição energética, pois embora tenha sido acionada uma linha de transmissão entre o estado de Minas Gerais e a região afetada, faltavam linhas de transmissão para conexão com outras localidades onde havia farta disponibilidade de energia.

Nos mais diversos tamanhos e para inúmeras utilizações, os sacos de papel ocupam uma posição de destaque no setor de embalagens.

O saco de papel como embalagem

Sabemos que o papel foi inventado na China, por volta do ano de 105 A.C., pelo chinês Tsai — Lun, porém não é possível determinar a data em que pela primeira vez foi utilizado como embalagem; nem tão pouco, a data de surgimento dos sacos de papel.

Os estudos mais conhecidos datam de 1852, ano em que foi concedida a patente ao francês Whole of Bethelhem para a primeira produção mecanizada de sacos de papel, na Pensilvânia.

No Brasil, acredita-se que os sacos de papel surgiram em 1900, por iniciativa de Adolfo Christopholis, proprietário da Casa Schott, do Rio de Janeiro; seguido por outro pioneiro, Elvio Divani.

Assim, desde o início do século os sacos eram produzidos manualmente, até que por volta de 1929 foram importadas algumas máquinas para sacos f.chato e sanfonados (matadora). A máquina F.Chato apareceu para atender o mercado de sacos para café moído e a matadora para suprir a necessidade das padarias, armazéns e feiras livres.

Algumas dessas máquinas vieram sem aparelho de impressão e quando as encomendas exigiam, eram usadas máquinas "minerva".

Também no final da década de 20, os sacos multífolhados ganharam campo no Brasil, sendo utilizados inicialmente na embalagem de cimento e posteriormente de diversos outros produtos.

Hoje existe uma infinidade de tipos de sacos de papel, utilizados para acondicionar os mais diversos objetos e produtos. As embalagens em geral, e também os sacos, sofreram muitos aperfeiçoamentos e além de acondicionar e preservar, são atualmente utilizadas até como veículo de propaganda e promoção.

Na entrevista que concedeu à Revista ANAVE no mês de março, Alfredo Elvio Antonio Divani, presidente da Abrasp — Associação Brasileira dos Fabricantes de Sacos de Papel e diretor da Divani S/A Embalagens, fala deste importante segmento da indústria papeleira.



Divani: "1985 foi um ano atípico"

ANAVE — Quando pensamos em sacos de papel, quase sempre nos lembramos daqueles utilizados em supermercados, mas é claro que este é um segmento bem mais amplo. O senhor poderia falar sobre a variedade de sacos fabricados no Brasil?

DIVANI — Sacos de papel existem uma infinidade de tipos e para inúmeros usos. Desde saquinhos para corda de violão, do tamanho de um maço de cigarro, até os sacos para 50 quilos de cimento. Podemos citar entre outros, sacos para café, açúcar, farinha, chá, amidos, produtos químicos, produtos petroquímicos, rações balanceadas, etc.

ANAVE — Quantas empresas são fabricantes e qual o volume produzido?

DIVANI — Existem mais de 100 fabricantes de sacos de papel no Brasil, cujo volume exato é muito difícil saber, porém não erraria em afirmar que são produzidos centenas de milhões de sacos por mês.

ANAVE — Qual o potencial de consumo?

DIVANI — O potencial é enorme, o saco de papel participa com uma grande parcela do mercado de embalagens em geral.

ANAVE — O maior consumo está na área comercial ou industrial?

DIVANI — Eu diria que mais na área industrial. Numa proporção de aproximadamente 130 mil toneladas para indústria e 80 mil toneladas para a área comercial, consumo anual.

ANAVE — Há penetração no mercado externo?

DIVANI — Não. O custo do frete é muito alto, pois o volume é muito grande, na proporção de 3m³ para uma tonelada.

ANAVE — Quais os principais tipos de papéis consumidos pelo setor e em quais quantidades?

DIVANI — Essencialmente papéis da fibra longa Kraft natural e Kraft branco. 20 mil toneladas de Branco; 100 mil, toneladas de Kraft e 10 mil toneladas de outros.

ANAVE — O setor enfrentou alguma dificuldade para aquisição de papel durante 1.985?

DIVANI — 1.985 foi um ano atípico. Em 12 meses tivemos momentos de muita demanda e outros de muita oferta.

ANAVE — Houve necessidade de se importar?

DIVANI — Por enquanto não houve necessidade de se recorrer à importação de papel.

ANAVE — Qual a perspectiva para 1.986?

DIVANI — Antes do pacote econômico de 27 de fevereiro, era de grande

euforia e uma demanda crescente. Agora... vamos esperar para ver.

ANAVE — *Como se desenvolve o processo de comercialização de sacos de papel?*

DIVANI — Essencialmente venda por encomenda e normalmente vendidas por unidade para sacos industriais de grande capacidade e por milheiro para os sacos menores.

ANAVE — *Os sacos de polipropileno se constituem em concorrentes diretos dos chamados sacos comuns?*

DIVANI — Sem dúvida as embalagens de derivados de petróleo, tais como: o polipropileno, o polietileno e o polietileno de alta densidade, de alto peso molecular, se apresentam como grandes concorrentes dos sacos de papel.

ANAVE — *O senhor poderia fazer uma comparação quanto ao uso dos sacos de papel e dos sacos plásticos?*

DIVANI — No decorrer destes últimos anos pudemos verificar que em alguns casos, o saco de papel foi substituído com vantagens pelos sacos plásticos principalmente no setor agrícola, para fertilizantes onde o produto pode

ser estocado ao relento sem problemas de deterioração. Por outro lado, há inúmeros produtos que não podem ser ensacados em sacos plásticos. Haverá sempre uma concorrência ferrenha, porém acredito que em geral cada um já tem o seu mercado definido, sendo que em muitos casos são usados sacos compostos de papel com sacos plásticos ou sacos feitos com papéis plastificados.

ANAVE — *Quanto ao segmento de sacos industriais, existe algum produto que não adota o saco de papel para embalagem e que poderia fazê-lo?*

DIVANI — Sem dúvida, um dos exemplos é o uso do saco de papel para açúcar, até hoje proibido o seu uso por regulamentação governamental, dando proteção absurda ao saco de algodão. O Brasil é um dos únicos países do mundo que ainda não usa saco de papel para acondicionar açúcar cristal em 50 quilos. Mesmo para um diferencial de três para um no preço, ou seja, um saco de algodão custa três vezes mais do que custa um saco de papel.

ANAVE — *Estes representariam uma elevação considerável no consumo?*

DIVANI — Só o mercado do açúcar representa 120 milhões de sacos por ano, 48 mil toneladas de papel Kraft natural 80 gramas anualmente.

ANAVE — *Quais as perspectivas deste setor para os próximos cinco anos?*

DIVANI — As perspectivas do setor para os próximos cinco anos é de crescer acompanhando o crescimento da economia, e sempre lutando para a conquista de novos mercados.

ANAVE — *Qual o trabalho desenvolvido pela Abrasp em benefício do setor?*

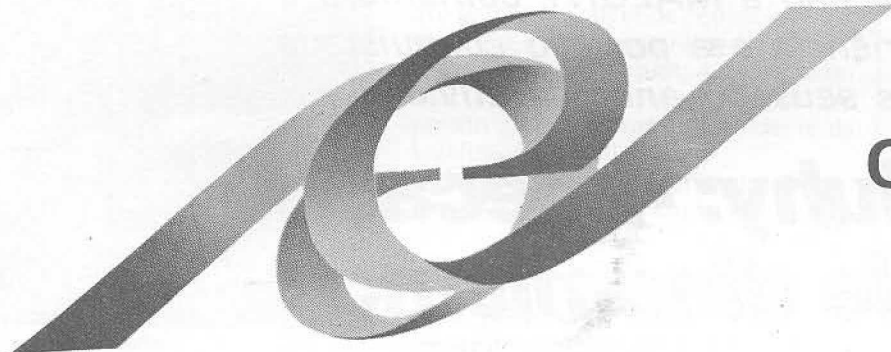
DIVANI — A congregação de todos aqueles que se interessam pela fabricação de sacos de papel e principalmente pelo seu desenvolvimento, divulgação de conhecimentos técnicos e elaboração de normas e regras industriais e comerciais.

Acompanhamento constante nos assuntos de interesse associativo em entidades federais, estaduais e municipais.

Serviço estatístico.

Atualização do desenvolvimento técnico havido em outros países.

Propagação e difusão do uso e consumo do saco de papel.



**CARBONO
ONE TIME E
ESPECIAL**

**PAPÉIS PARA:
IMPRESSÃO • ESCREVER • EMBALAGEM
• CARTOLINAS • COUCHÊ-EXTRA COPY
• SINCARBON • CHAM-EX • REPORT
• CARTÃO • PAPELÃO**

Duarpel representações Ltda

Rua André Vidal, 25 - CEP 03065
Tatuapé - São Paulo - SP

PABX 294-5011



Maluhy: Uma empresa tradicional com idéias avançadas.

REPORTAGEM

Neste ano a MALUHY comemora a experiência e a posição conquistada nos seus 40 anos de atividades.

Maluhy: 4 décadas de dinamismo

A disposição para continuar progredindo é, hoje, o que mais se destaca na WALDOMIRO MALUHY & CIA., uma empresa que nasceu em junho de 1946, por iniciativa de Waldomiro Maluhy, em sociedade com seu irmão Felício. Waldomiro Maluhy, um homem que, profissionalmente, sempre esteve relacionado com o ramo papeleiro, inicialmente em 1932, na Gráfica Maluhy e, em seguida, em 1939, como proprietário da Cartonagem Ypiranga, não relutou em adquirir dos irmãos Yasbek, seus fornecedores e amigos, a distribuidora que mantiveram até o momento em que fundaram uma fábrica de papéis.

A distribuidora, localizada na Rua 25 de março nº 66, no centro de São Paulo, contava na época com um armazém alugado medindo aproximadamente 200 m².

Em 1950, Felício Maluhy mudou-se para a cidade do Rio de Janeiro, e Waldomiro Maluhy permaneceu com a empresa. A dedicação e o empenho deste empreendedor trouxeram muita prosperidade à distribuidora.

Da sede inicial, mudaram-se para a Rua 25 de Março nº 176, em um armazém de 400 m²; depois transferiram-se para a Rua Frederico Alvarenga nº 106, desta vez ocupando um armazém de quase 700 m².

Nessa época, a revenda MALUHY,

já conhecida no mercado, distinguiu-se pelo bom atendimento oferecido aos clientes, o que garantia a continuidade dos negócios, proporcionando a aquisição de outros armazéns, até que no ano de 1968 foi adquirida uma sede própria.

Para esta conquista, Waldomiro Maluhy contou com o apoio de seus filhos Miguel, Celso e Milton, que desde cedo revelaram grande afinidade para com o negócio de comercialização de papéis e foram trabalhar junto ao pai na empresa, que em 1985 passou a contar também com a terceira geração, seu neto Waldomiro.

O imóvel adquirido em 1968 está situado na Rua do Gasômetro nº

915/931. Em 1985, foi incorporado mais um armazém localizado na Rua da Juta nº 295.

Existe hoje uma área de 10.000 m² de armazenagem, onde há um grande estoque dos mais diversos tipos de papéis para imprimir e escrever, distribuídos pela MALUHY por todo o Brasil.

Maior penetração no mercado, muito trabalho, crescente assiduidade nas compras, foram etapas que levaram a MALUHY a completar seu 40º aniversário com visível alegria e otimismo. Seus diretores revelam:

— Ao completarmos 40 anos, sentimo-nos com bastante força para lutar cada vez mais, progredir mais, aumentar nossa participação no mercado. É muito importante não nos sentirmos realizados em nada, sempre temos alguma coisa a fazer. Somos uma empresa jovem e nossas metas ainda não foram atingidas em nenhum número, temos



Harmonia na administração dos negócios.

A MALUHY mantém em seu quadro de vendas, além da equipe interna, viajantes e representantes, atendendo todas as regiões do país. A empresa revela com orgulho, que garante um pronto atendimento, independente da localização do cliente.

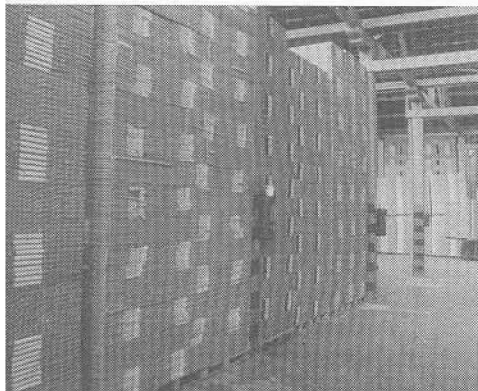
Ainda para enfrentar o desafio da venda, a MALUHY conta desde 1981 com o sistema DDG, integrado por 7 troncos e 15 ramais, que foi uma inovação no comércio em geral. O sistema permite ao cliente ligar diretamente de qualquer parte do país para a seção de vendas da empresa, e neste contato ele receberá todas as respostas de sua consulta gratuitamente; a despesa da ligação será paga pela MALUHY automaticamente.

Esta agilidade se completa com um esquema de comunicação que está sempre às ordens dos clientes, com telex, PBX com 15 troncos e 50 ramais; e ainda, um moderno sistema de computação que facilita as consultas de preços, as entregas, o planejamento do estoque e o perfeito controle do faturamento.

E foi assim que a WALDOMIRO MALUHY & CIA. se tornou uma das maiores empresas distribuidoras de papéis do país.

nacional, o que, ao nosso ver, é um incentivo à classe”.

Desde a fundação, a ANAVE conta com o apoio da MALUHY, que é sócia patrocinadora da entidade; isto evidencia a filosofia da empresa de incentivo aos vendedores, que a diretoria reafirma nesta declaração: “Nós sempre tivemos uma palavra de apoio para os vendedores: tenham fé, a coisa sempre vai para frente, sempre haverá chances e mercado para essa prestigiosa classe”.



Vender: o maior desafio.

muitas conquistas ainda para serem alcançadas.

DESAFIOS

Em 40 anos de existência, a MALUHY adquiriu experiência para enfrentar os desafios que são inevitáveis no dia-a-dia, independentemente do tipo de negócio.

Segundo a diretoria da MALUHY, apenas um desafio é constante na distribuição de papel: VENDER, e, por isso, a empresa preocupa-se em sempre prestigiar o vendedor. “Temos em nossa empresa aproximadamente 200 vendedores trabalhando no mercado

TEM PAPÉIS QUE MERECEM MELHOR DESTAQUE.

A Impressora Eletrônica Novelprint TP II tem uma aplicação exata para a sua Indústria de Papel.



A TP II marca eletronicamente dados variáveis sobre etiquetas autocolantes.

Como possui teclado alfa-numérico permite a marcação de dados como tipo de material, gramatura, quantidade, nº de resma, datas, etc.



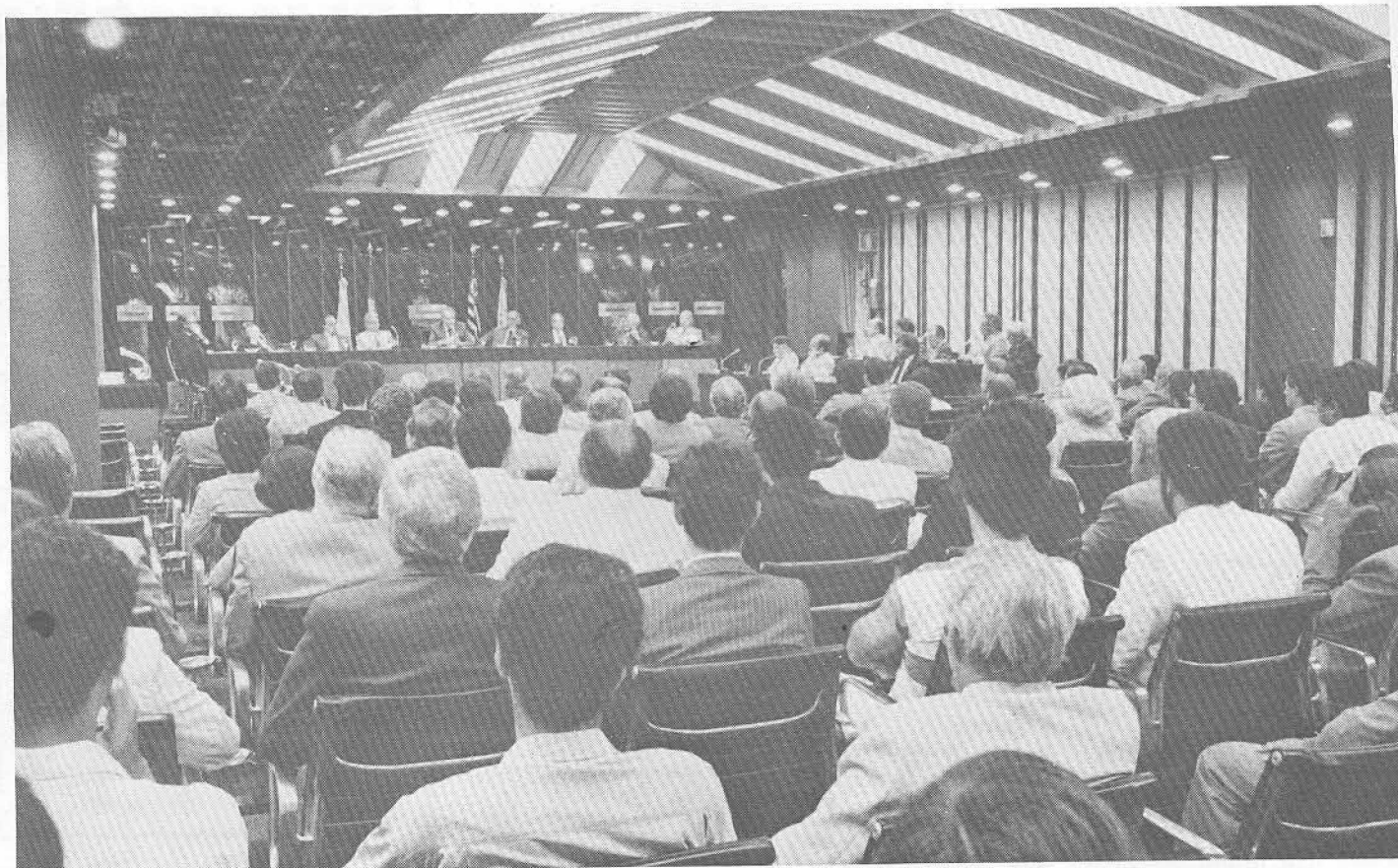
A digitação é rápida e você só imprime a quantidade necessária de etiquetas. Utilize a TP II na identificação de resmas e bobinas. Afinal, seu produto merece mais destaque.

Consulte a Novelprint e venha fazer bons negócios.

(011) 869-0540
Divisão de Sistemas

Etiquetas e Fitas **Novelprint** Ltda.
Av. Dracena, 450 - Jaguaré - S. Paulo - SP
Cep 06329 - Cx. Postal 9799
Tel. 268-4111 - Telex (011) 31189 EFNL BR

Novelprint
Sistemas de Etiquetagem



Curso Superior: mais uma conquista do segmento gráfico

PROFISSIONALIZAÇÃO

*Um curso superior na área gráfica
permitirá ao Brasil alcançar a
vanguarda na tecnologia de impressão.*

Evolução no setor gráfico

Com uma crescente exigência por parte dos clientes em termos de velocidade e qualidade da informação e em função da competição com outros meios de comunicação extremamente sofisticados, a indústria gráfica e suas áreas correlatas de suprimento e clientes vem registrando anualmente uma acelerada evolução tecnológica.

Apesar da evolução, evidencia-se no setor a falta de pesquisas próprias e o desconhecimento de processos operacionais, para atingir uma produtividade que justifique os investimentos em equipamentos sempre mais sofisticados e dispendiosos e identifica-se a necessidade de técnicos em condições

de acompanhar o avanço de conhecimentos nas respectivas áreas industriais.

Para solucionar este problema, a partir deste ano, a exemplo de outros países de expressão na indústria gráfica, que mantêm cursos regulares nos mais diversos níveis de atualização, especialização, bacharelado etc., onde destacam-se os Estados Unidos, atualmente com mais de 477 diferentes cursos, o Brasil passa a contar com o Curso Superior de Tecnologia Gráfica, o primeiro do gênero de que se tem conhecimento na América Latina, fato que permitirá ao país chegar à vanguarda da tecnologia gráfica.

O projeto para a criação de um curso superior de artes gráficas merecia atenção já há alguns anos, mas no início de 1985, a ABTG – Associação Brasileira da Tecnologia Gráfica, mantendo contatos com a indústria gráfica e áreas afins, constatou que este problema era levantado com alguma veemência e decidiu retomar o assunto, criando um grupo de trabalho de ensino para este fim.

Portanto, idealizado nos meios da ABTG e com o total apoio da Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, através da Fundação para o Desenvolvimento Tecnológico de Engenharia FDTE, surgiu este curso que

O NOSSO PRINCIPAL PAPEL É NÃO FAZER PAPELÃO



Com uma completa linha de produtos, a PLEXPEL tem o melhor atendimento e muita rapidez na entrega.

CONHEÇA NOSSA LINHA DE PRODUTOS

AG - Alta Alvura - Adesivo - Copel - Grafic - Marfim - Couche

Duplex - Ficha - Flor Post - Jornal - Kraft - Monolúcido - Off-Set

One Time - Security - Sincarbon - Self Copy - Sulfite

Super Bond - Report Copier - Envelopes



DISTRIBUIDOR SINCARBON-MATARAZZO

PLEXPEL Comércio e Indústria de Papel Ltda.

Rua Cachoeira, 906 - Pari
Fone: (011) 291-9711 (Tranco chave)
CEP: 03024 - São Paulo - SP



PAPEL FANTASIA EM GERAL

- PAPÉIS PARA PRESENTE EM BOBINAS e RESMAS NO FORMATO DE:
BOBINAS: 25 - 40 e 60 cm
FOLHAS: 50 x 70 e 60 x 90
LISOS e ESTAMPADOS
- PAPEL ESPELHO — (P/ TRABALHOS ESCOLARES, FORRAÇÃO, ETC.) EM RESMA ou BOBINA.
- PAPEL SEDA COLORIDA (P/ TRABALHOS MANUAIS, ENFEITES, BALÕES, PIPAS, ETC.), NAS CORES LISAS, LISTADAS e DISTINTIVOS DE CLUBES (DA CAPITAL SP), OUTROS CLUBES, SOBRE CONSULTA).
- ESTES PAPÉIS PODERÃO TER SUAS EMBALAGENS EM PLÁSTICOS ou CELOFANE (PARA ATACADISTAS), (RESMAS C/ 100 FLS. SOBRE CONSULTA).
- SUPORTE EXPOSITOR PARA RESMAS DE PAPEL, NO FORMATO DE 50 x 70 ou 60 x 90.
- SUPORTES PARA BOBINAS DE PAPEL DE QUALQUER TAMANHO (25-40 e 60 cm).



AGASSETE - Comércio e Indústria Ltda.

Rua Cel. Emidio Piedade, 273 - Pari - SP

Fones: 292-6377

CONSULTE-NOS SEM COMPROMISSO

PROFISSIONALIZAÇÃO

deverá atender às necessidades atuais, sob a égide de uma das mais conceituadas faculdades de engenharia do país.

Segundo pesquisa realizada no eixo Rio-São Paulo, há uma necessidade de cerca de 300 pessoas no núcleo básico e 170 pessoas no Núcleo de Especialização, para suprir a demanda imediata. A demanda anual é de aproximadamente 160 alunos novos no Núcleo Básico e 100 alunos no Núcleo de Especialização. Nota-se, portanto, que tais números ultrapassam as condições iniciais de atendimento, porém, será apenas um começo, a partir do qual espera-se atingir o domínio completo da tecnologia gráfica.

RETORNO A CURTO PRAZO

A criação de um curso de tal envergadura não é fácil, porém tornou-se realidade a partir de um esquema razoavelmente simplificado que possibilitará retornos a curto prazo e criará o caminho para uma evolução futura mais completa.

O Grupo de Trabalho de Ensino da ABTG, analisando o assunto juntamente com a Politécnica da USP, identificou cinco questões básicas:

- Quais as áreas industriais a que se dirige o curso?
- Qual é a necessidade destas áreas em termos de formação superior especializada?
- Qual é a forma indicada para o curso?
- Qual é a definição das disciplinas e da carga horária?
- Qual a disponibilidade de recursos humanos e materiais para ministrar o curso?

Decidiu-se que o curso se destinará a alunos que tenham formação superior e será dirigido para o desenvolvimento de conhecimentos teóricos, apoiado em trabalhos práticos, nas áreas operacionais, relativos à indústria gráfica e áreas correlatas como papel e celulose, tintas e vernizes, blanquetas, formas de impressão, filmes, colas, equipamentos e outros insumos, bem como áreas afins: editorial, de propaganda, *merchandising*, *design* e comunicação em geral.

A forma ideal foi identifi-

cada na base de cursos de atualização e de especialização, com apoio de fundações, institutos de pesquisa e escolas técnicas, com vínculos oficiais junto à Escola Politécnica da USP.

As disciplinas estão montadas de tal forma que permitem a formação do aluno nas mais diversas especializações técnicas e empresariais, com retorno a curto prazo, prevendo-se dobramentos regionais, avanços curriculares e o encaminhamento para as pesquisas pura e aplicada. A carga horária das diversas disciplinas de atualização é de 24 horas, das disciplinas técnicas de 16 horas, das disciplinas de adaptação 24 horas e, enquanto, o tempo de todo Núcleo Básico é de 192 horas o tempo mínimo para um curso completo de especialização é de 416 horas.

O núcleo básico tem como finalidade proporcionar aos alunos uma visão ampla e geral sobre todas as atividades da indústria gráfica e seus envoltórios mercadológicos, administrativos e técnicos, e o Núcleo de Especialização, prover o aluno com conhecimentos específicos e mais aprofundados de sua área de atuação.

ABERTURA SOLENE

A abertura solene do curso de especialização em tecnologia gráfica foi realizada em 27 de fevereiro passado, no Salão Nobre da Federação das Indústrias de São Paulo - Fiesp, e contou com a presença de diversas personalidades, dentre elas Ignaz Johann Sessler, Plácido Loriggio e Peter Rohl, respectivamente presidente honorário vitalício, presidente do Conselho Diretor e presidente da Diretoria Executiva da ABTG - Associação Brasileira



Plácido Loriggio (à esq.) e prof. Jurandyr de Carvalho prestigiaram a solenidade.

de Tecnologia Gráfica; Sidney Fernandes, presidente da ABIGRAF - Associação Brasileira da Indústria Gráfica; prof. Jurandyr de Carvalho, diretor da Escola Senai Theobaldo De Nigris; Paulo Lobo Pimentel, representante do secretário da Indústria e do Comércio, Einar Kok e Adhemur Pilar Filho, presidente da Diretoria Executiva da ANAVE - Associação Nacional dos Homens de Venda em Celulose, Papel e Derivados.

A solenidade contou com uma aula inaugural, ministrada pelo prof. Jurandyr de Carvalho, acompanhada atentamente pelos presentes.

"A nova tecnologia se desenvolve como resposta aos seguintes desafios: melhoria de impressão em menor tempo, alta velocidade e redução de custos", explicou o professor que questionou também o impacto da eletrônica nos meios de informação mais tradicionais, como o livro; apontando dados importantes sobre o futuro das indústrias editoras.

Falando sobre os diversos processos de impressão e suas perspectivas nos Estados Unidos, ele comentou: "No que concerne à formação profissional, escasseia o pessoal que compreenda as inovações que estão surgindo e que saiba transmitir seus conhecimentos. As escolas profissionais não estão suficientemente equipadas tecnicamente para fazer frente à nova tecnologia. A tendência é aumentar a entrada de pessoal técnico de outros segmentos industriais no setor gráfico".

Quanto à situação da indústria gráfica no Brasil, dentre outros aspectos ressaltou: "É certo que a palavra impressa será ainda o principal meio de informação", e destacou a necessidade de se investir no aperfeiçoamento de recursos humanos, pois "a inovação e por consequência a produtividade, estão intimamente ligadas ao desenvolvimento de recursos humanos, tanto para diretores e gerentes, como para subordinados".

Encerrando, o prof. Jurandyr de Carvalho declarou: "O curso que ora se inicia é um investimento para o futuro da indústria gráfica".

INFORMAÇÕES:

Associação Brasileira de
Tecnologia Gráfica -
ABTG
Rua Bento Freitas nº 178 - Conj. 73 -
CEP 01230 - São Paulo - SP
Fone: (011) 220-0819

O Fórum de Análise, através de palestras e debates, proporcionará ao setor celulósico-papeleiro reflexos amplamente positivos.

Anave promoverá o 11º Fórum de Análise

O 11º Fórum de Análise do Mercado de Celulose, Papel e Artes Gráficas, promovido anualmente pela ANAVE, será realizado de 03 a 05 de junho de 1986, no Palácio das Convenções do Parque Anhembi, em São Paulo.

Nesta entrevista, Clayrton Sanchez, diretor cultural de nossa associação, revela como será o fórum deste ano, que segundo ele, gerará "para o futuro melhores condições de comercialização".

P. Qual o objetivo fundamental do 11º Fórum de Análise?

O nosso objetivo fundamental é, através de palestras de pessoas com intensa vivência, se discutir amplamente a situação dos mais diversos segmentos em que se subdivide a indústria celulósica-papeleira. Essas palestras, a nível material, provocarão discussões que, com certeza, esclarecerão dúvi-



Clayrton Sanchez, diretor cultural da ANAVE

das de muitas pessoas interessadas, o que trará como resultado um conhecimento maior do segmento, com maior número de pessoas, proporcionando, em decorrência, uma elevação do nível de compreensão do setor e gerando para o futuro melhores condições de comercialização.

P. Desde o ano anterior, temos paralelamente ao evento uma exposição de painéis. Qual a importância dessa mostra e que tipos de empresa deverão estar participando?

O Fórum da ANAVE já se tornou um evento esperado pelos militantes, clientes e vendedores do setor; nada mais natural que mostrar a um público selecionado, empresas, produtos, serviços, lançamentos etc . . . , pois sendo o fórum um evento dirigido, deve a empresa aproveitar esta oportunidade de divulgação. Acredito que esta mostra deve ser ampliada a nível de fornecedores da indústria gráfica (máquinas, filmes, tintas, fotolitos, cha-

COMISSÃO ORGANIZADORA

Diretor do Fórum:

Clayrton Sanchez

Coordenador de Palestras:

Adhemur Pilar Filho

Coordenador de Relações Públicas:

Neuvir Colombo Martini

Coordenador de Convites:

Alberto Fabiano Pires

Coordenador Financeiro:

Marco Antônio Novaes

Coordenador de Divulgação:

Caetano Labbate

Coordenador Social:

Wagner Alberto Assumpção

Coordenador de Coquetel:

José Tayar

Coordenador de Painéis:

Hércules Coelho do Nascimento

Coordenadora de Expediente:

Gracia Martin



Aspecto geral da exposição de painéis realizada durante o 10º Fórum de Análise

PROGRAMAÇÃO

pas...), agências de navegação, trading companies, fabricantes de artefatos de papel (sacos, caixas, cadernos...) etc...

P. Quais as suas expectativas com relação ao número de participantes?

Acredito que os temas propostos para este Fórum despertarão uma atenção maior que nos anos anteriores, mobilizando, conseqüentemente, um maior número de pessoas. Este foi, sem dúvida, um dos motivos que nos levaram para o Anhembi, que é um local que oferece melhores condições, tanto nos seus auditórios, quanto à licalização etc. Acredito que ao final do fórum, teremos ultrapassado a marca de 1.000 pessoas.

P. Houve mudanças no sistema de inscrições? Por quê?

Sempre fui inconformado com o sistema de solicitação de donativos às empresas, para a estruturação de um evento tão importante para o setor. Na gestão do atual presidente, Adhemur Pilar Filho, tivemos condições de propormos a mudança no sistema de inscrições, com a venda de credenciais às empresas de pequeno, médio e grande portes, e aos autônomos. Queremos que os interessados tenham acesso ao fórum e que a ANAVE propicie fóruns e demais eventos cada vez melhores. O sistema proposto nos parece a melhor forma para se alcançar este objetivo.

P. Durante o evento, terão outras novidades?

Para este fórum estamos introduzindo uma nova figura, que é a do relator. O objetivo principal do relator é o de sintetizar o que foram as palestras anteriores e fazer um depoimento pessoal, dando uma visão calcada na sua experiência.

EXPOSIÇÃO DE PAINÉIS

As empresas interessadas em participar da exposição de painéis, que será realizada paralelamente ao 11º Fórum de Análise, devem entrar em contato com a ANAVE: Rua Alabastro nº 165 - Aclimação - São Paulo - SP - FONE: (011) 279-8570.

O temário básico deste 11º Fórum de Análise será constituído de 10 palestras sobre os mais importantes segmentos relacionados a papel e celulose, que serão apresentadas por personalidades altamente gabaritadas.

Dentre os aspectos a serem analisados, em cada segmento, figuram dados estatísticos de produção e consumo; crescimento sobre o ano anterior; avaliação da performance das diferentes empresas

no ano de 1985, salientando os aspectos específicos das pequenas, médias e grandes empresas; perspectivas para o ano de 1986; análise de sensibilidade para o segmento, em função de algumas variáveis como: alteração na taxa inflacionária, expansão das exportações, políticas governamentais, preços congelados, aspectos promocionais...; e ainda, recomendações e sugestões de comportamento para o segmento.

TEMÁRIO BÁSICO

03/Junho/1986

16:00 - Horas	- Abertura Solene
Convidado	
de Honra:	Deputado Paulo Maluf
Tema:	Brasil - Momento Econômico e Perspectivas
17:00 - Horas	- Segmento de Celulose fibra curta-Eucalipto e Papéis para Imprimir e Escrever
Convidado:	Dr. Aldo Sani, diretor superintendente da Riocell - Rio Grande Cia. de Celulose do Sul
18:00 - Horas	Segmento de Celulose Fibra Longa e Sacos Kraft para Emblagens
Convidado:	Dr. Luiz Fernando Gomes Franco, diretor da Celulose Irani S/A

COQUETEL DE CONFRATERNIZAÇÃO

04/Junho/1986

16:00 - Horas	Segmento de Formulários Contínuos
Convidado:	Dr. Charles Raphael Levy, diretor da Interprint Formulários Ltda.
17:00 - Horas	Segmento de Papelão Ondulado
Convidado:	(a ser confirmado)
18:00 - Horas	Segmento Caderneiro
Convidado:	Dr. José Aidar Filho, diretor da Propasa Produtos de Papel S/A
19:00 - Horas	Segmento da Revenda
Convidado:	(a ser confirmado)

COQUETEL DE CONFRATERNIZAÇÃO

05/Junho/1986

16:00 - Horas	Segmento Editorial
Convidado:	Prof. Wander Soares, diretor comercial da Editora Ática S/A
17:00 - Horas	Segmento de Papéis Descartáveis
Convidado:	Dr. Murilo Ribeiro de Araújo, diretor de marketing, papéis e produtos industriais da Cia. Melhoramentos de São Paulo
18:00 - Horas	Canais de Distribuição de Artefatos de Papel
Convidado:	(a ser confirmado)
19:00 - Horas	A Propaganda como estímulo ao Consumo
Convidado:	Dr. Petrônio Cunha Corrêa, diretor presidente da MPM Propaganda São Paulo S/A
20:00 - Horas	Conclusões e Recomendações
Relator:	Dr. Gastão Estêvão Campanaro, gerente da Divisão de Vendas da Champion Papel e Celulose Ltda.

COQUETEL DE ENCERRAMENTO

A palestra sobre auto-adesivo promovida em fevereiro, pela Divisão Cultural da Diretoria Executiva, mereceu elogios dos participantes.

Palestra sobre auto-adesivo



O campo de aplicação de auto-adesivos revela uma tendência de rápido desenvolvimento no Brasil, diante desta realidade, a palestra promovida pela Divisão Cultural da Diretoria Executiva da ANAVE, em 27 de fevereiro passado, sobre o tema "Auto - Adesivo - O que é? - Da Fabricação à Aplicação" despertou grande interesse, atraindo significativo número de participantes.

Durante a palestra, apresentada por Demerval Alves de Souza, técnico em artes gráficas e supervisor da Jac do Brasil Ltda, além de professor de produção gráfica do Senac e instrutor de impressão offset no Senai, foram analisados, dentre outros, aspectos relacionados à classificação dos adesivos, características e função do papel protetor, campos de aplicação e penetração do mercado nacional.

A palestra foi ilustrada com slides, transparências, contando também com outros materiais de apoio. Os participantes indagaram sobre diversas questões relacionadas ao assunto

AUTO ADESIVO: FABRICAÇÃO E APLICAÇÃO

O auto adesivo já conquistou uma fatia correspondente a 44% do poten-

20 - ANAVE

cial do mercado brasileiro, mas considerando-se as vantagens de sua utilização e o vasto campo de aplicação, este é um segmento que no futuro deve crescer significativamente.

Todos os produtos necessitam ser rotulados; máquinas devem ser identificadas; propagandas e mensagens afixadas, etc... Este trabalho é facilitado quando se utiliza o auto-adesivo, pois basta destacar, retirar o papel protetor e encontrar-se uma área pronta para colar.

A função principal do auto adesivo é fixar a imagem do cliente; sua perfeita aderência é imprescindível e está diretamente relacionada com a classificação, que os divide em adesivo acrílico e adesivo de borracha.

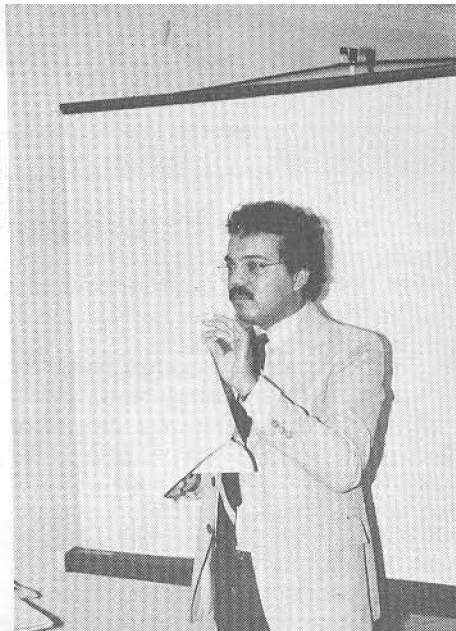
O adesivo de borracha se amolda à superfície com maior facilidade e tem um custo inferior ao acrílico, porém, é mais suscetível a temperaturas elevadas.

Já o adesivo acrílico, tem um poder de adesão muito mais rápido e é menos suscetível à elevação de temperatura, é fabricado à base de solvente, ou água.

Todavia, a adesividade, ou seja, o período que o adesivo ficará colado, deve ser o mesmo tanto para os adesivos acrílicos, quanto para os de borracha.

A impressão sobre o papel auto-adesivo é igual ao processo utilizado em qualquer outro papel, exemplo: parte de um cromó, onde é feita a seleção de cores, em seguida são realizadas as devidas correções; máscaras, se necessário; aplicações de texto; enfim uma montagem inicial. Passa-se então, à elaboração do fotolito, montagem final, grava-se a matriz e finalizando, passa-se à impressão. Para impressão de auto-adesivo em máquina offset, há necessidade de se verificar a espessura do papel.

A qualidade do papel é um outro



Souza fala sobre auto-adesivo

item importante no processo de impressão, pois será um fator determinante da nobreza do produto.

Também são necessários cuidados especiais no corte do papel auto-adesivo. Devem ser cortadas quantidades pequenas de folhas, com pressão moderada, para se preservar as características do adesivo.

O papel protetor é considerado o segredo do auto-adesivo. É utilizado no verso do produto, com a finalidade de proteger e preservar a adesividade em diferentes graus de resistências, dependendo de suas fibras.

O protetor de maior resistência pode ser submetido à impressão com máquinas em bobinas, enquanto que o de maior gramatura destina-se à impressão em folhas.

Como citamos no início, o campo para aplicação do auto-adesivo é bastante amplo e são muitas as vantagens de sua utilização, dentre elas podemos citar:

rapidez: porque podemos esquecer a cola, o pincel, a água, o aquecimento e o tempo de espera para secagem.

menor utilização de mão-de-obra: hoje existem máquinas automáticas para aplicação de auto-adesivos, e mesmo manualmente a aplicação requer menor especialização do que a exigida no manuseio de cola quente.

limpeza: Não há excesso de cola nas bordas, não existem borrões, nem manchas.

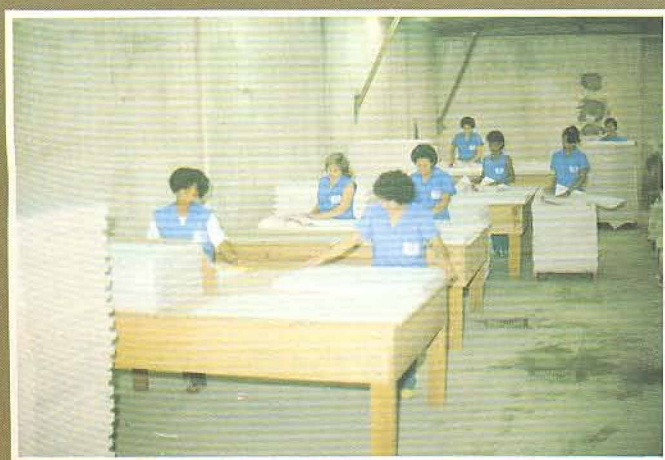
segurança: Há uma adesão absolutamente firme e desde o primeiro instante, inclusive sobre materiais sintéticos, onde muitos outros métodos de colagem falham.

São estas vantagens que devem proporcionar um crescimento significativo no uso dos auto-adesivos em curto espaço de tempo.

CORTE COM SOLUÇÃO!



CORTE: máquinas bem aparelhadas com funcionários altamente especializados.



ESCOLHA: escolhedeadas treinadas e formadas nas maiores fábricas de papel.



EMPACOTAMENTO: serviço esmerado e fino acabamento.



enbalapel

Beneficiadora de Papéis Ltda.
Av. General Porfírio da Paz, 929 - Sapopemba
CEP 03461 - São Paulo - SP
Fone: 216-7390

Com a participação de numerosos convidados, a ANAVE promoveu em março mais um almoço reunião, quando foi homenageado John Warren.

Anave promove almoço reunião



John Warren ao lado de Adhemur Pilar Filho (à dir.)

John Warren, diretor comercial da Champion Papel e Celulose Ltda. foi o convidado de honra do almoço reunião promovido pela divisão social da Diretoria Executiva da ANAVE, no último dia 19 de março, no Salão Nobre do Ipê Clube, em São Paulo.

Na ocasião, Warren dirigiu uma mensagem aos convidados, destacando a importância da atividade do vendedor no contexto empresarial e principalmente na atual conjuntura, com o decreto

governamental regulamentando os preços.

Warren comentou que neste ano deverá se aposentar e declarou-se verdadeiramente satisfeito por haver se dedicado profissionalmente ao setor de celulose e papel, onde adquiriu grande experiência e cultivou sinceras amizades. Encerrando ele afirmou:

– Eu espero que minha ausência dessas reuniões, que são realmente muito satisfatórias, não venha a cortar a continuidade desta amizade.

O presidente da Diretoria Executiva, Adhemur Pilar Filho, agradeceu a presença do ilustre convidado, cumprimentando-o em nome da ANAVE e dos vendedores do setor.

O evento contou com a participação de numerosos convidados, dentre eles o presidente do Sindicato do Comércio Atacadista do Papel e Papelão de São Paulo, Nelson Rubino de Oliveira, e transcorreu em clima de muita descontração e alegria.

RIO BRANCO

RIO BRANCO

RIO BRANCO

RIO BRANCO

O NOVO CONCEITO EM DISTRIBUIÇÃO

O nosso objetivo é formar um elo entre o fabricante e nossos clientes, só assim poderemos garantir a certeza de um melhor atendimento e rapidez na entrega.

- PAPÉIS PLANOS
- FORMULÁRIOS CONTÍNUOS
- CARTÕES E CARTOLINAS
- BOBINAS P/TELEX
- ENVELOPES E TINTAS
- PAPÉIS XEROGRÁFICOS

RIO BRANCO Comércio e Indústria de Papéis Ltda.

Rua Padre Raposo, 1015 - Mooca - S. Paulo - CEP. 03118

Tel.: 294-0377 - Interior (DDG) 011-8002010 e 8002003 - Telex: (011) 36642

O negócio não é apenas imprimir, é o que conclui esta análise da tecnologia das comunicações na indústria gráfica

Perspectivas da indústria gráfica

Peter Rohl

A indústria gráfica deve procurar a sua razão de ser nos meios de comunicação. É este enfoque que deve ser aplicado sobre a amplitude real do marketing neste ramo. No entanto, concordamos que isso é fácil de propor aos mercadólogos, mas, bastante difícil de ser analisado com profundidade.

Porém, tal fato apenas significa um estímulo para nós, para que transmitamos algumas idéias válidas. O campo de comunicações, essencialmente é um campo apaixonante, abrangente e intrigante, mexendo com as próprias raízes das civilizações.

Um estudo atual demonstrou que a metade do produto nacional bruto, incluindo transportes, correio e energia correspondente, nos Estados Unidos, é gasto em comunicações. Daí podemos concluir que a recente onda, tantas vezes criticada, em procurar Faculdades de Comunicação, não era tão desproporcional à realidade. Crítico, realmente era que estivessemos apenas diante de mais uma onda. Continuou-se a ensinar cinema, televisão, jornalismo etc, e não comunicação.

Além disso, a alta percentagem gasta em comunicações efetivamente, principalmente para o ramo gráfico, desde que exista a consciência que o negócio não é apenas imprimir, que tais atividades são conjunturais e podem mudar com as necessidades de mercado, é altamente animadora.

Entretanto, não estamos nos antecipando sobre uma possível queda da demanda de papel e serviços gráficos. Essas conclusões devem ser tiradas da análise a seguir que, talvez, não consiga sugerir as alterações com muita clareza, mas, apenas colocar indicadores.

COMUNICAÇÃO

A comunicação é o meio de ligação único e necessário da interação social

na vida comunitária. Embora podemos afirmar que exista a comunicação do indivíduo para o próprio indivíduo, do indivíduo para o meio ambiente e vice-versa, para não nos perdermos em estudos de uma filosofia bastante profunda, em termos técnicos definimos que há comunicação sempre que tivermos a interação social de mais do que um indivíduo.

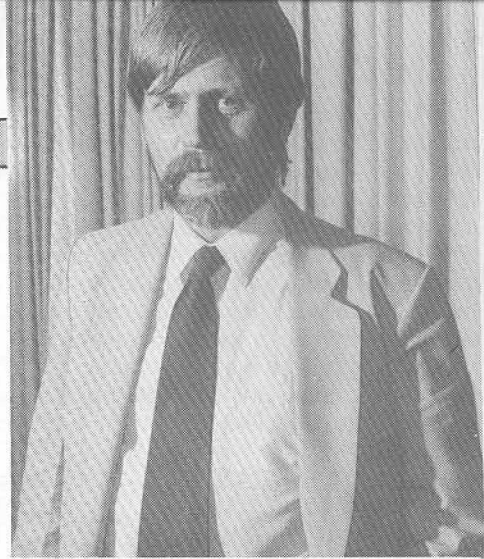
Desta forma a comunicação é o ato ou efeito de emitir, transmitir e receber mensagens por meio de métodos e/ou processos convencionais, quer através de linguagem falada ou escrita, quer de outros sinais, signos ou símbolos, quer de aparelhamento técnico especializado, sonoro e/ou visual.

Percebemos que a comunicação se atém principalmente a dois sentidos do homem: a visão e a audição. Fundamentalmente, ignorando a percepção extra-sensorial, todos os cinco sentidos do homem, isso é, mais o tato, gosto e olfato, estão ligados à comunicação embora os últimos três, pouco explorados para a comunicação em massa, utilizados apenas para apelos de propaganda ou círculos restritos, embora existam experiências isoladas, como impressão em relevo, filmes tridimensionais etc., apelando para o tato, tinta aromatizada na impressão e odores condizentes às cenas de determinados filmes, insuflados na sala de audição, para atender ao olfato.

O sentido do gosto, até agora, somente chegou a ser explorado por sugestões psicológicas, baseado fundamentalmente na teoria de Iwan Petrovitch Pawlow.

Assim, definimos que os principais métodos ou processos de comunicação convencionais se baseiam na expressão corporal (gesticulação, mímica), expressão sonora (língua falada, outras expressões sonoras) e sinais (escrita, desenhos técnicos, ilustrações).

Os principais sistemas técnicos podem ser enumerados como impressão,



Peter Rohl: "o negócio não é apenas imprimir"

rádio, televisão, cinema, telefone, telex e, ultimamente, sistemas computadorizados.

Existem ainda outras técnicas de comunicação como exposição e cursos falados, com apoios audio-visuais etc., ou não, teatro, música, etc.

As maneiras de comunicações são infinitas e, além dos sistemas não mencionados, como gravadores, toca-discos etc., desenvolveram-se técnicas sempre mais avançadas, como transmissões por satélites e raio laser. E, duvidamos que vamos parar neste estágio de desenvolvimento. As modernas técnicas de comunicação apenas estão no seu início de desenvolvimento. Podemos afirmar que estamos começando a saber nos comunicar, mas infelizmente, ainda estamos longe de saber nos entender. Desta forma, definimos que o uso efetivo de sistemas técnicos mais modernos está intimamente ligado à absorção social das novidades, pois, as novas técnicas de comunicação perdem totalmente a sua finalidade, se não levarem a uma maior compreensão mútua. Elas não têm sentido para nos confrontar apenas com um número maior de problemas, mas sim, em facilitar-nos a compreender o mundo de forma racional, baseado numa quantidade sempre maior de informações que temos de absorver.

Para a nossa análise é fundamental observarmos com mais atenção os meios técnicos baseados na comunicação audio e/ou visual. O nosso mundo está exigindo informações sempre mais rápidas, de volume sempre maior e com constante inovações. O homem atual é obrigado a absorver uma quantidade sempre maior de informações e de se atualizar constantemente. Isso, aparentemente, favorece muito as novas técnicas, principalmente, as mídias eletrônicas.

No entanto, as coisas não se processam com tanta facilidade quanto apa-

rentam. Existe uma série de empecilhos a ser vencida, baseada na própria interação social e em última análise, na comunicação. Além disso, as inovações constantes não deixam prever um quadro com uma configuração muito segura. Sabemos apenas com certeza, que a comunicação movimenta nossa vida em sociedade, e que as alterações são processadas por intermédio da própria comunicação.

EVOLUÇÃO SOCIAL DO CONHECIMENTO

Possivelmente, uma discussão sobre a dúvida, se a "comunicação" se desenvolveu em função de "aldeia global" (uma interação sempre maior do mundo) ou a "aldeia global" em função da "comunicação", deve ser tão infrutífera como querer descobrir o que veio antes: a galinha ou o ovo. Sabemos apenas que sem a galinha não tem ovo e sem ovo não tem galinha. Portanto, estamos numa situação de uma constante interação, onde os fatos se realimentam mutuamente.

Outrossim, sabemos que a introdução de novidades técnicas se efetua algum tempo depois da consolidação dos novos conhecimentos. Tal introdução depende fundamentalmente da educação, da instrução e da flexibilidade social. Para que isso aconteça, necessita-se de meios de comunicação sempre mais modernos. No entanto, as novidades da "comunicação" sofrem os mesmos problemas de introdução que outras novidades técnicas. A sociedade, de certa forma oferece bloqueios contra as novidades, de um lado por simples conservadorismo, medo às mudanças, ou fatores econômicos desfavoráveis a curto e médio prazo a certas classes sociais ou à própria nação, de um lado simplesmente, devido aos altos custos industriais de investimentos ou devido ao imobilismo ou a inflexibilidade administrativa e, por absurdo que possa parecer, devido ao atraso dos sistemas de comunicação na educação e na instrução e sistemas de atualização da comunidade. Afirmamos, portanto, que novos conhecimentos não significam necessariamente o seu uso, e mais, a sua introdução é diferente em espaço e tempo.

É um traço comum na nossa civilização, que os bens de conhecimento se desenvolvem e, que tal desenvolvimento leva as sociedades ao progresso. É também um fato, que os conhecimentos humanos se multiplicam em velocidade exponencial.

É, outrossim, verdade, que a estag-

nação de conhecimentos, dentro deste quadro exposto, significa regresso.

Portanto, uma nação, ou uma empresa, que não se adapta adequadamente às novas necessidades, tende a desaparecer do plano econômico.

Assim, quem quer sobreviver tem que progredir, sendo que o progresso faz parte de um conjunto em constante evolução.

a) Tudo parte de um conhecimento:

Uma pedra redonda rola com facilidade, enquanto uma pedra retangular fica presa na suas arestas.

b) A partir deste conhecimento surgem idéias:

Unindo duas pedras redondas por um eixo, pode-se construir um veículo de fácil movimentação.

c) As idéias são entendidas:

Um veículo sobre duas pedras redondas, ligadas por um eixo, movimenta-se facilmente.

d) As idéias entendidas são aplicadas às necessidades:

Em vez de carregar objetos nos ombros, se constrói um veículo sobre duas pedras redondas, para que os objetos sejam transportados com maior facilidade.

e) Chega-se a uma situação de progresso, que realimenta os conhecimentos:

Da incômoda atribuição de carregar seus objetos nos ombros, o homem sabe que pode facilitar tal tarefa, utilizando um veículo, construído sobre duas pedras redondas, às quais são ligadas por um eixo.

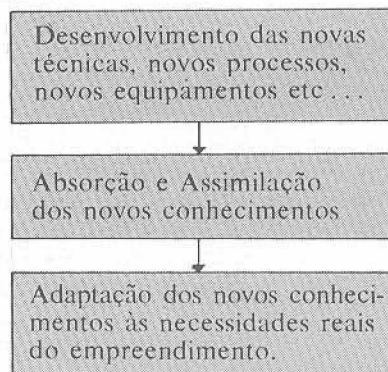
Esta situação torna-se novamente um conhecimento estático. Assim, com outros conhecimentos estáticos formam-se novas idéias, evoluindo para um próximo estágio de progresso. Desta forma sabe-se que o boi é mais forte do que o homem. O conhecimento do boi mais forte que o homem e a existência de um veículo, leva à idéia, que este poderia ser puxado por um boi. Entende-se que um veículo puxado por um boi reduziria mais os esforços do homem em transportar sua carga. A necessidade de carregar cargas pesadas levam a utilizar veículos puxados por um boi. Assim, o homem facilitou a sua vida mais ainda em utilizar veículos sobre duas pedras redondas, puxadas por um boi.

O homem sabe que muito esforço é gasto porque o próprio veículo é mais pesado que a carga puxada. Surge a idéia de que trocando as rodas de pedra por rodas de madeira, pode-se reduzir o peso do veículo e aumentar assim, o peso da carga puxada pelo boi.

Já estamos dentro do conjunto constituído pelo processo humano e é fácil

derivar a sua evolução. É fácil também derivar o que acontece àqueles que não se adaptam aos novos conhecimentos. Outrossim, é importante constatar a distância existente entre o conhecimento estático e dinâmico e quanto mais complicado se torna chegar de um ponto a outro, com conhecimentos evoluídos e mais variados.

Transportando o sistema retro citado para círculos mais restritos de empreendimentos como as empresas, podemos identificar três momentos importantes:



A) Desenvolvimento de novas técnicas, novos processos e novos equipamentos:

Existe sempre uma forma melhor e, em seu conjunto, mais simples, de executar uma tarefa com finalidade determinada. Dentro deste esquema há sempre alguém estudando as possibilidades de melhoria e surgem constantemente novas idéias, que se tornam conhecimento comum de todos. Podemos identificar três grupos principais que fornecem novos dados aos empreendimentos, sendo que o trabalho individual e isolado se torna sempre menos importante.

Os empreendimentos como grupos isolados, preocupados em melhorar seu trabalho.

Os fornecedores de equipamentos e matérias primas, indo ao encontro da preocupação de alcançar um produto economicamente mais forte.

As entidades especializadas de pesquisa, procurando atender tanto empreendimentos como fornecedores de equipamentos e matérias-primas e o próprio mercado comprador.

B) Absorção e assimilação dos novos conhecimentos:

A existência de uma maneira melhor de se executar determinada tarefa é absolutamente inútil, enquanto não é conhecida. Mas, o conhecimento apenas continua não tendo utilidade sem que a nova idéia seja perfeitamente entendida.

Portanto, para que uma nova idéia seja levada a um sucesso dentro de um empreendimento, esta deve chegar a

uma fase de adaptação, subdividida em dois estágios intimamente ligados. — A fase da absorção, isso é, o conhecimento da idéia.

— A fase de assimilação, isso é, a compreensão da idéia.

C) Adaptação dos novos conhecimentos às necessidades reais dos empreendimentos:

Compreendo as novas idéias, deve-se compreender também as necessidades do empreendimento. Não se deve aplicar as idéias a um empreendimento porque são novas, mas porque o empreendimento as precisa.

Assim, o conhecimento das necessidades do empreendimento deve determinar a aplicação das novas idéias. Isso pode levar a um ponto de ignorá-las total ou temporariamente ou aplicá-las com adaptações adequadas.

A nossa finalidade específica é deixar clara a distância existente entre o conhecimento e sua aplicação genérica. Estamos nos defrontando com uma crise nítida de adaptação da sociedade. Desse modo não compartilhamos o medo frequente que o homem chegue a ser dominado pelas máquinas, mas sim, que seja incapaz de absorver espiritualmente o desenvolvimento científico. O medo das novidades e dos progressos científicos mais avançados chega a formar verdadeiras neuroses sociais.

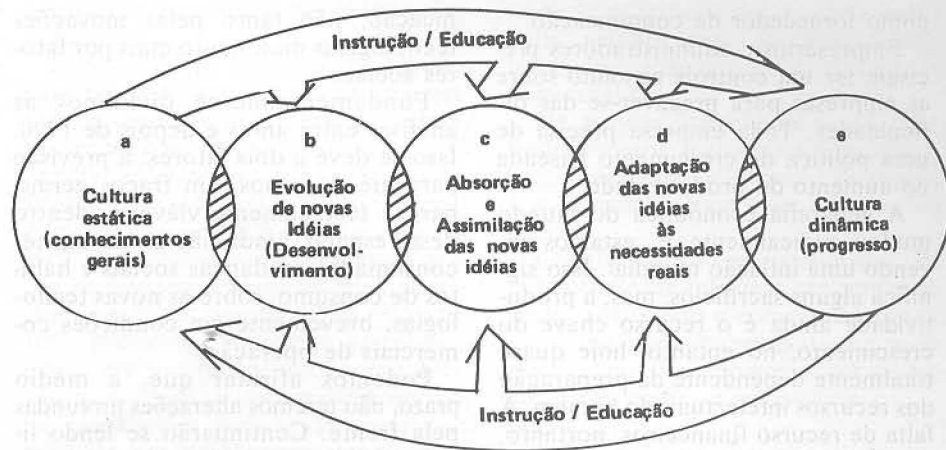
No entanto, às vezes, tal medo não é tão injustificado, diante a incapacidade de administrar as novas conquistas. Podemos afirmar que a verdadeira crise, diante as novidades, é uma crise de falta de capacidade empresarial.

Essa crise é muito mais acentuada nos países em desenvolvimento, com uma menor estrutura social, ainda, para absorver as modernas técnicas.

A ERA DA COMUNICAÇÃO

O Clube de Roma, ao apontar os perigos de uma redução dos padrões de alfabetização nos países industrializados e o fato de que os 800 milhões de analfabetos existentes no mundo, são a mais provável causa das diferenças entre países desenvolvidos ou não, considera três fases básicas de desenvolvimento: a era da agricultura, onde o fator principal de produção foi o trabalho; a era industrial, onde o fator principal de produção foi o capital e a atual era da comunicação, onde o fator imperativo são os recursos humanos.

A era atual, portanto, a nossa era, exige um investimento sempre maior nas faculdades intelectuais da humanidade como condição única de garantir



o desenvolvimento alcançado e, dentro deste quadro, nós a indústria gráfica, ainda somos a parcela mais expressiva para garantir tal feito. É de extrema importância começar a nossa análise com o próprio homem, pois reside nele todo o sim e todo o não que nos espera no futuro. Sua formação e sua atuação tem uma importância preponderante sobre qualquer número, analisando disponibilidade de matéria-prima e seu consumo. A sociedade incapaz de se preocupar com o futuro do homem não precisa se preocupar com produção, consumo e o suprimento de matéria-prima. A atual crise econômica que está abalando o mundo não tem explicações econômicas e não reage adequadamente às mudanças de variáveis econômicas. Verificamos diante destes fatores uma certa perplexidade e, exatamente essa perplexidade é explicativa pelas reais causas. Não estamos entendendo a profundidade dos acontecimentos.

Desenvolvemos este mundo freneticamente, a velocidades sempre maiores. Encontramos soluções miraculosas. A ficção científica está assumindo conotações de verdade presente. No entanto, no meio disso temos o homem boquiaberto, diante sua própria capacidade, com medo dos seus inventos. Estamos com receio que as máquinas nos dominarão, no entanto, a máquina é criação do homem e, portanto, nunca o ultrapassará. A verdade é, que devemos ter medo do próprio homem, incapaz de manejar a máquina para seu próprio benefício.

Não devemos estar desenvolvendo este mundo, pelo prazer em possuir ferramentas mais modernas, mas para torná-las úteis à humanidade. Estamos sim, cometendo uma grave engano, desenvolvendo os meios científicos sem que o homem acompanhe os inventos em capacidade intelectual e readaptação social. Estamos criando um grave hiato entre o desen-

volvimento técnico-científico e o desenvolvimento intelectual do homem. Estamos prestes de nos tornar, em massa, os aprendizes de feiticheiro.

A crise atual não é nada mais do que a incapacidade do homem em dirigir seus próprios inventos. A crise atual é pura e simplesmente uma crise gerencial, em proporções mundiais. Enquanto não estivermos cientes disso, lutando para inverter a situação atual, pouco sobrará para comentar sobre o futuro.

OS NOVOS RUMOS DO MARKETING

Os conceitos de marketing têm se modificado nos últimos tempos e, realmente, as preocupações sobre as reais finalidades do marketing estão requerendo maior tempo dos técnicos e teóricos do que os problemas práticos propriamente ditos. Afirmações que nada prova que o melhor produto vende bem, que nada prova que o produto mais barato vende bem, e que nada prova também, que o melhor produto pelo menor preço vende bem, já tiraram muitos mercadólogos do sério.

Os tempos são de readaptações e de redefinição, mas, não acreditamos que houve uma queda generalizada nas vendas. As vendas de papel, por exemplo, não caíram. No entanto, existem quedas de vendas em determinadas áreas e, em muitas delas, não temos nada a fazer para enfrentar tal situação, nem com o melhor desenvolvimento do marketing.

O mais importante é identificar onde está o problema e prever as mudanças onde for possível. É importante a indústria gráfica se compenetrar que está inserida num contexto maior, a indústria de comunicações e que, em muitos casos, o mais importante não é apenas saber imprimir, mas adaptar-se às exigências da sua parte de mercado,

como fornecedor de comunicação.

Empresários e administradores precisam ter um controle absoluto sobre as empresas para precaver-se das dificuldades. Toda empresa precisa de uma política de crescimento baseada no aumento de produtividade.

A geografia econômica do mundo mudou radicalmente e, estamos vivendo uma inflação mundial. Isso significa alguns sacrifícios, mas, a produtividade ainda é o recurso chave do crescimento, no entanto, hoje quase totalmente dependente da preparação dos recursos intelectuais do homem. A falta de recurso financeiros, portanto, não é tão alarmante. O mercado nunca teve dinheiro suficiente e, isso, não o fez parar. Como sempre acontece, a composição, as expectativas e os valores da população estão mudando. Dentro dessas mudanças devemos definir as novas atribuições do marketing:

- A) Atender às necessidades gerais do consumidor;
- B) Contribuir para o bem estar da comunidade;
- C) Dar ênfase maior em serviços e vantagens comparativas.

O que fica patente é, que a moderna mercadologia está se conscientizando diante os hábitos de consumo em mudança. Ressalta à vista a certeza de uma remodelação dos conceitos consumistas praticados até hoje nos países industrializados e nos seus pobres seguidores em desenvolvimento.

O progresso não pode ser apenas material, mas, tem que ter uma contrapartida espiritual. O consumo não deve continuar a ser uma atitude irracional, isso é, baseado em conceitos provocados por pressões supérfluas. A própria situação de escassez de matéria-primas tende a inverter esta situação. O consumo não pode mais continuar na base de apelos emocionais, mas deve se apoiar no conceito de utilidade efetiva. O consumo de bens deve se dirigir para uma utilização racional de matérias-primas e apoiar o homem na racionalização de sua vida profissional, de reatualização e de lazer.

PERSPECTIVAS GERAIS DA COMUNICAÇÃO

É impossível analisar o futuro da indústria gráfica, sem levar em conta toda a comunicação no sentido mais amplo. A indústria gráfica, fundamentalmente, deve ser considerada um dos vários meios técnicos da comunicação. No entanto não é de todo fácil traçar um perfil seguro sobre a comu-

cação, não tanto pelas inovações tecnológicas mas, muito mais por fatores sociais.

Fundamentalmente dividimos as análises entre antes e depois de 1990. Isso se deve a dois fatores: a previsão para até dez anos, em traços gerais, parece tecnicamente viável e, dentro deste espaço, ainda não se devem ter consumado mudanças sociais e hábitos de consumo, sobre as novas tecnologias, brevemente em condições comerciais de operação.

Podemos afirmar que, a médio prazo, não teremos alterações profundas pela frente. Continuarão se lendo livros, revistas e jornais, publicando folhetos, listas telefônicas, etc., confeccionando-se embalagens, da mesma forma como se continuará ouvindo rádio, vendo televisão e indo ao cinema e ao teatro. Apenas devem ocorrer flutuações e deslocamentos breves entre os diversos meios, diretamente ligados a situações conjunturais imediatas. No entanto, existem várias tendências críticas que vão influenciar a comunicação com sempre maior evidência e, os meios que sobreviverão ou se criarão, estão diretamente ligados a esses fatos:

- a) A grande parte das informações torna-se à obsoleta em tempo sempre mais breve. Isso exigirá sistemas de comunicação rápidos e de fácil assimilação;
- b) O homem tende a tempo de trabalho sempre mais curto. Tal disponibilidade de tempo será utilizada para o lazer e para a reatualização constante dos conhecimentos. Para isso deverão existir sistemas multiformes de lazer e de instrução complementar;
- c) A própria educação será sempre mais exigente, diante um mundo em constante mutação e acelerado desenvolvimento. Os sistemas de instrução devem atender a readaptações rápidas e a uma flexibilidade grande;
- d) Ao contrário que possa parecer, a vida do homem será sempre mais difícil e exigente. Diante desses fatores ele deve se tornar um consumidor consciente, mesmo em termos de propaganda e a comunicação deverá atender a uma elevada dose de necessidade de reflexão, como base necessária de adaptabilidade e flexibilidade espiritual;
- e) O mundo exigirá altíssimos níveis de produtividade econômica, tendo em vista a escassez de matérias primas tradicionais e a obsolescência acelerada de novas tecnologias. Dentro destes aspectos espera-se dos sistemas de comunicação, custos reduzidos e o mínimo de dispêndios em transporte tra-

dicional e matérias primas;

f) Os fatores ambientais de todos os tipos de produção serão controlados rigorosamente, para manter um equilíbrio ecológico da natureza em geral e biológico e espiritual do homem em específico. Os sistemas de comunicação devem estar cientes disso, em termos de produção e de contato com o consumidor.

Interrogando quais dos sistemas atuais, em operação e previstos, se adaptarão melhor a essas exigências, não poderá haver uma resposta definitiva. Primeiro, todos os sistemas procurarão se adaptar às tendências retrocitadas e, certamente, a indústria gráfica está fazendo grandes progressos neste sentido. Devido a sempre maior necessidade de informações, os novos sistemas, em muitos casos, não vieram para substituir por completo os velhos, mas, para complementá-los. Segundo, estamos diante de uma incógnita acentuada que é a sociedade. É quase que certo que, as atitudes consumistas de usar e descartar, tendem a desaparecer. Isso levará a uma demanda de comunicação consciente.

No entanto, no sentido mais lato, podemos dizer que a humanidade está na idade da puberdade. O que está para vir é impossível prever. Estamos na idade crítica de seguir o nosso caminho para a maturidade ou nos desviar para um futuro incerto. A única coisa que podemos adiantar é a necessidade de acreditar que realmente estamos caminhando para a maturidade e lutar por isso com todas as nossas forças. De outra maneira é melhor não se preocupar com o futuro, pois, seja o que for, aquilo que vem, seria apenas o caos. O que queremos adiantar é, que não é a época de futurologia, mas sim de empenho por um futuro certo, uma comunidade vivendo em harmonia.

TENDÊNCIAS CRÍTICO-ESPECÍFICAS

Estão se delineando claramente uma série de inovações no campo das comunicações as quais devem ser subdivididas em dois grupos: de uso individual e de uso industrial.

a) A comunicação Industrial:

É impossível, imaginar o desmantelamento das estruturas burocráticas, hoje existentes nas indústrias, a médio prazo. No entanto, os fatores principais deste fato se devem a condicionamentos sociais. Para mudar estas estruturas para controles computadorizados, que é a tendência natural, primeiramente devem ser aperfeiçoados, gradativamente, os controles convencionais.

O homem deve ser elevado a um nível de compreensão superior para programar e utilizar os novos sistemas adequadamente. A sociedade consumista deve ser desativada para permitir uma redistribuição da renda a todos, com horas mais reduzidas de trabalho. O lazer deve ter suas funções claramente definidas.

Com o desenvolvimento desses fatores, é indubitável que as decisões de produção rotineira, sempre mais serão dirigidas por sistemas computadorizados. Isso não será privilégio apenas das grandes indústrias, mas mesmo das pequenas, considerando o desenvolvimento do **hardware**, já começando a ser dirigido para consumo familiar.

Desta forma, o papel e o impresso devem sobreviver nesta área em nível mínimo, mais na parte anterior à fase de produção, quando estes dados já não são gerados em computadores também.

Portanto, devemos prever, já nesta década, a partir de cinco anos para frente uma redução gradativa em impressos burocráticos desde os níveis governamentais até os industriais.

A propaganda, seguindo instruções do marketing, deverá começar a atender novas necessidades de consumo. Ela continuará existindo na sua função básica, de intermediário entre fabricante e consumidor no entanto, seu enfoque deve mudar de aspectos subjetivos e persuasivos, para objetivos e racionais. Para atender a esses objetivos, durante um bom tempo, os sistemas impressos, devem-se tornar os veículos principais, pois, tendem a uma informação mais barata e eficiente para esse fim. Os sistemas de comunicação eletrônica servirão mais como meios de apoio.

b) A Comunicação Individual

Nesta área esperam-se mudanças extraordinárias. As principais mudanças são televisão por cabo, vídeo-texto, serviços de bancos de dados e centros de informações domiciliar.

A televisão por cabo, hoje já é uma realidade e, da mesma forma já estarão se iniciando os trabalhos com o vídeo-texto. As possibilidades por esses sistemas são incalculáveis, considerando, ainda, a possibilidade da utilização de gravação em vídeo-cassetes, para reter informações que desejam ser revistas. A prazos mais longos, isso é, já na segunda metade desta década, e serão possíveis interpelações inteligentes com os centros de informações, por mini-digitadores. Este desenvolvimento deve favorecer os serviços de bancos de dados e, poste-

riormente, os centros de informações domiciliar.

Explicando os sistemas em rápidas palavras podemos dizer que hoje já podemos escolher programas de televisão conforme nossas tendências e já receber boletins de informações via televisão em casa, podemos reter a imagem para o tempo necessário de leitura. Da mesma forma podemos gravar as imagens recebidas para posterior revisão ou reapreciação. Num futuro próximo poderemos escolher a nossa própria programação de televisão e solicitar as informações de que necessitamos e mais tarde programar planejar e controlar nossa própria vida por computadores domiciliares alimentados com os nossos dados ou por dados armazenados nos grandes centros de informações.

Dentro dos aspectos da comunicação, estes novos sistemas tendem a satisfazer necessidades novas de informação, em qualidade e velocidade e sobre os sistemas de comunicação atuais isso terá efeitos variados, desde o desaparecimento, remodelação até o fortalecimento.

Os sistemas de instrução devem mudar radicalmente, em detrimento do livro didático tradicional. Os sistemas eletrônicos tomarão um grande espaço da formação individual. Deverão surgir, sim, materiais impressos de apoio ao ensino. Em outro sentido, a formação será sempre mais individual, com uma preocupação grande na formação espiritual e filosófica, dirigida a um homem altamente intelectualizado, equilibrado e com grande poder de raciocínio, flexível diante das inovações. Neste sentido, a leitura continuará uma opção de extrema importância, presumindo sempre o maior tempo de lazer do homem.

De outro lado, obras ou serviços de consulta tendem radicalmente a desaparecer. Aqui se incluem obras enciclopédicas, dicionários e listas telefônicas, de endereços, etc., sendo substituídos na íntegra por sistemas mistos de vídeo-texto e serviços de bancos de dados. Os primeiros serviços a desaparecer serão provavelmente as listas telefônicas substituídas por terminais junto aos telefones. Editores e impressores de obras enciclopédicas já hoje, deverão se preocupar em reunir os conhecimentos, acumulados em bancos de dados, fornecendo amanhã os verbetes desejados aos consumidores por sistemas de vídeo-texto.

A quem possa preocupar, aqui, a situação da televisão tradicional neste panorama, podemos afirmar que esta deve subsistir como um fator impor-

tante de integração social, numa sociedade sempre mais individualizada tendo de readaptar a sua programação neste sentido.

Da mesma forma continuará existindo o teatro, o cinema e o romance, como expressão individual e de grupos e a necessária base para a expressão social.

Considerando os problemas de vídeo-texto de informar em profundidade, analisando e comentando fatos, com uma gradativa readaptação, revistas e jornais deverão preencher um papel ainda bastante importante.

c) Comentários

Existem ainda outros grupos dentro da indústria gráfica como embalagem, beneficiamentos industriais, como estampagem de tecidos, circuitos eletrônicos, etc., que não devem sofrer uma influência semelhante. Aqui teremos fatores de desenvolvimento tecnológico como maiores motivos de alterações.

De maneira geral, visualizamos uma redução drástica nos serviços burocráticos e de consulta na indústria gráfica, fatos que devem se impor gradativamente, com maior ou menor intensidade nas diversas áreas.

Os serviços de formação por meios impressos, devem subsistir, em termos bastante alterados, no entanto, embora possa haver um consumo maior, reduzido na sua importância global sobre os sistemas de instrução.

A propaganda e os impressos informativos devem passar por uma readaptação, sem redução acentuada de sua influência no mercado.

Os impressos culturais, ao contrário devem tender a um fortalecimento acentuado, dentro de uma sociedade consciente dirigida para o desenvolvimento em função do homem.

É provável, ainda, que os fatores relatados até agora, a inter-dependência dos sistemas de comunicações e os elevados valores de investimento, leve a empresas de comunicação integrada, fornecendo as várias formas de comunicação. As indústrias gráficas dessas empresas deverão tender em vários pontos, para redução dos custos de transportes, não tendendo a grandes complexos industriais centralizados, embora, a média empresa deverá tender a se extinguir como unidade individual. A pequena indústria deverá subsistir, no entanto, em quantidade menor.

A INDÚSTRIA GRÁFICA

Evidentemente, diante dos vários aspectos analisados até agora a indús-

tria gráfica já está começando a se adaptar tecnicamente às novas realidades de hoje para o futuro.

Nem todos querem ver, que já existem produtos claramente delineados, os quais nem o melhor marketing salvará. Poucos estão se preparando para sistemas alternativos, pois, ainda não enxergaram que a nossa principal função não é imprimir, mas comunicar. Da mesma forma o futuro da indústria gráfica e da própria comunidade, dependem fundamentalmente de nosso envolvimento de hoje.

Temos tido a possibilidade de nos confrontar com novas tecnologias dentro da indústria gráfica, tão revolucionárias quanto aos novos sistemas de comunicação apresentados.

Somos hoje capazes de passar do original para a forma de impressão, sem operações intermediárias. Os próprios sistemas de impressão estão mudando sensivelmente, já sendo cogitada a impressão eletrográfica em rotativa de jornais.

Podemos afirmar, neste sentido, que as únicas matérias primas críticas continuarão sendo papel e tinta. Na tinta, o que mais preocupa, é a dependência de subprodutos de petróleo. No entanto, já estão sendo apontadas soluções para substituí-los gradativamente, embora seu consumo efetivo não seja elevado.

No papel temos três grandes preocupações: O consumo de petróleo (parcialmente resolvido), material fibroso e poluição. Consideramos a substituição de petróleo por outras fontes de energia um problema encaixado em análises mais globais e acreditamos que soluções efetivas estejam em uso.

O suprimento de material fibroso, analisando a geografia econômica mundial demonstra grandes áreas aproveitáveis, sem problemas de desmatamento. Além disso, desenvolvem-se novas tecnologias para materiais alternativos, como bagaço de cana, bambu, uso efetivo de fibra curta, etc.

Um fator ainda não resolvido a contento, é a poluição provocada pela fabricação do papel. Realmente, alertamos aqui um dos fatores mais críticos no suprimento das matérias primas para a solução deste problema. Até alguns anos podemos prever uma situação bastante indefinida, em termos de suprimentos de matérias primas, produtos químicos, filmes, tintas e papel, para a indústria gráfica em geral. A partir disso devem-se fazer sentir as novas tecnologias introduzidas na indústria gráfica; novas tecnologias de tintas e as novas tecnologias de comunicação, reduzindo papéis burocráticos

cos e de listas telefônicas, etc.

Esta época, até a próxima década, deve impor mudanças profundas na indústria gráfica, com perigo de retração caso não esteja preparada.

A partir da próxima década, gradativamente, os sistemas de comunicação devem atingir estágios mais avançados dentro das tendências críticas assinaladas anteriormente.

No entanto, é importante repetir aqui a nossa opinião: o fim da época do consumismo. Este fato vai levar a estruturas sociais distintas das de hoje, combinando a retração de atividades com redução de custos sociais.

Portanto, o fator principal da melhoria do nível de vida, não será mais medido pelo aumento da produção, mas, pela redução de custos sociais. Isso evidentemente impõe análises totalmente inversas a nosso raciocínio atual.

TENDÊNCIAS CRÍTICAS DA INDÚSTRIA GRÁFICA

Foram identificadas dez tendências críticas da indústria gráfica, que podem ser subdivididas em dois pontos básicos:

a) As tendências técnicas

Realmente, a indústria gráfica está incorporando com sempre maior velocidade, as novidades técnicas existentes no mercado. A aplicação de computadores no processo de produção está se tornando comum, com uso sempre mais sofisticado.

De outro lado, fazendo frente aos elevados custos de transporte e de correio, temos o uso já difundido de transmissão de dados inclusive a aplicação de sistemas sofisticados de raio laser.

Outrossim, está se controlando melhor o processo de reprodução a cores, implantando sistemas mais racionais na composição de texto, principalmente, visando mais velocidade de informação, como procurando outras formas de impressão onde sistemas sem uso de chapas estão se impondo de forma mais efetiva.

b) Tendências administrativas e mercadológicas

Com toda a tendência do desenvolvimento atual, as gráficas médias e pequenas estão se desfazendo dos julgamentos intuitivos, largamente utilizados, a favor de decisões mais analíticas e de maior qualidade.

Os custos de materiais, energia e distribuição estão crescendo de forma

bem mais acentuada que os outros custos. Isso está forçando as empresas gráficas a desenvolverem melhores controles e novas técnicas para melhorar os resultados financeiros, desenvolvendo métodos alternativos para a distribuição e o uso da energia e reduzir o consumo de papel e tinta.

O mercado de impressão está mudando, com uma visão muito mais clara para o consumidor. De um lado existe a tendência de atomizar os trabalhos gráficos, mudando os aspectos mercadológicos dos impressos comerciais, baseado na necessidade de uma variedade de produtos crescentes por uma entrega sempre mais rápida, mais segurança e estoques reduzidos, o que está estimulando gráficos verticalizados (*in-house-printer*). De outro lado existe uma tendência de concentração, que um número menor de empresas grandes produzirá um maior volume de impressão.

A confirmação da tendência de gráficas verticalizadas dependerá muito da atuação mercadológica das médias e pequenas empresas gráficas. A maior concentração, principalmente em impressão de escala ou linhas fixas de produtos é natural para forçar uma redução dos custos operacionais. Devemos alertar que, dentro desse quadro, prevê-se um aumento considerável do sistema de rotogravura e uma redução proporcional do *letterpress*, mesmo num mercado tradicional como dos Estados Unidos, onde se prevê que até 1990, 25% do faturamento será oriundo da impressão rotogravura, principalmente, devido às vantagens deste sistema, operando com baixo custo variável e oferecendo impressos de alta qualidade a quatro cores em papéis de baixa gramagem, entre 50 a 60 g/m². No mesmo sentido existe um *trend* para rotativas off-set.

Certamente a propaganda é um dos grandes propulsores da indústria gráfica. Desta forma é interessante analisar seus gastos. No ano de 1978, aproximadamente 29% foi gasto em jornais, 6% em revistas e 20% na televisão, nos Estados Unidos, sendo ainda 45% dirigido para outros veículos. Em termos relativos temos que os gastos em jornais cresceram 14%, em revistas 20% e em televisão, 16%. No entanto, a previsão para os próximos anos é de uma transferência ainda maior de gastos de televisão para as revistas e, possivelmente, para os jornais.

Tal situação deve colocar o mercado americano de revistas e jornais, novamente numa situação invejável.

O mercado americano gráfico, editorial e indústrias afins, vem crescendo

MELHORE A QUALIDADE DE SEU PAPEL E O LUCRO DE SUA EMPRESA.



Você sabia que em todos estes produtos poderia usar PASTA MECÂNICA E TERMOMECÂNICA com grandes vantagens técnicas e econômicas? A Pisa está produzindo pasta de

primeiríssima qualidade, com garantia de fornecimento constante. Chame nosso representante técnico pelo Tel: (011) 815-9444 e comprove estes fatos.

VOCÊ NÃO PODE DEIXAR DE MELHORAR O RESULTADO DE SUA EMPRESA!



PISA-PAPEL DE IMPRENSA S.A.

Av. Brig. Faria Lima, 1.735 - 1º, 2º, 3º e 5º Andar - CEP 01451 - São Paulo, SP
Telex (011) 32214 PPIS BR - Fone: (011) 815-9444

O SISTEMA DE CORES QUE CHEGOU DO FUTURO

PANTONE MATCHING SYSTEM



Novo sistema de cores que, implantado em mais de 60 países, constitui a linguagem universal das cores.

A SUPERCOR, credenciada a operar o Sistema PANTONE no Brasil, amplia a gama de mais de 500 tonalidades existentes no Catálogo PANTONE, oferecendo o desenvolvimento de padrões tonais exclusivos para você e sua empresa.

Homens de marketing, diretores de arte, layoutmen e produtores gráficos poderão, agora, criar com liberdade e personalidade, levando ao infinito as aplicações de cores em seus trabalhos gráficos.

Da criação à arte final, sempre que as cores são envolvidas, PANTONE SUPERCOR proporciona a melhor solução.

Para receber já seu catálogo PANTONE – printed in USA – remeta agora o cupom ao lado ou dirija-se a um dos endereços SUPERCOR.

PANTONE SUPERCOR, o sistema de cores que antecipa o futuro.



PARA ARTES GRÁFICAS

Rua Viúva Cláudio, 247/260 – CEP 20970 – Rio de Janeiro – RJ
Tel.: (021) 201-2622 – Telex: (021) 31041 – TISU – BR

SÃO PAULO: (011) 220-6644
CURITIBA: (041) 252-5722

PORTO ALEGRE: (051) 42-0657/0377

BELO HORIZONTE: (031) 212-4448/4787

RECIFE: (081) 221-0385/231-3537

CATÁLOGO PANTONE® MATCHING SYSTEM
exemplar(es) do Catálogo PANTONE

Desejamos adquirir (Preço especial: Cz\$ 245,00).

Desejamos receber literatura técnica suplementar.

Nome Cargo

Empresa

Endereço

CEP Cidade UF

Anexo cheque n.º
em favor de **TINTAS SUPERCOR S.A.**

regularmente a uma taxa bastante superior ao crescimento geral. Com dados comparativos em mãos, desde 1973, constatamos um avanço considerável e contínuo, que garante hoje a este ramo industrial nos Estados Unidos o sétimo lugar em termos de faturamento.

Enquanto isso, a situação na Europa é de maior pessimismo, prevendo-se um crescimento, anual médio de aproximadamente 2,5%. Ao contrário, atribui-se às gráficas verticalizadas um crescimento anual de 11%. O principal fator do baixo crescimento da indústria gráfica em geral é a previsão pessimista sobre o crescimento dos produtos nacionais brutos e a elevação dos custos específicos dentro do ramo gráfico.

O mercado europeu, subdividido em uma série de países independentes e a vigilância sobre o mercado de emprego, que dificulta sobremaneira a redução dos custos industriais, realmente obriga as empresas a um imobilismo; a ponto de permitir, numa situação difícil, que cresça um mercado paralelo de gráficos verticalizados, três vezes mais que os próprios mercados. O grande problema dos custos de correio e de transporte não pode ser enfrentado da forma como nos Estados Unidos, imprimindo jornais em vários pontos, já que são mais regionalistas, devido às diferenças culturais e de idioma. Exceto o caso particular dos catálogos de venda, com tiragens de vários milhões de exemplares e até mil páginas, agora prejudicados pelos elevados custos de correio, no restante as tiragens médias são bastante inferiores aos Estados Unidos. O grande problema é, que a Europa ainda não é uma unidade como pretende ser e que há desânimo diante de vários anos de crise, que estão se configurando em situações sociais difíceis, diante da inflexibilidade das tradições, radicalizando as posições ou pressionando caminhos mais conservadores.

APLICAÇÃO DAS NOVAS TECNOLOGIAS

Os fornecedores de equipamentos, as associações, os institutos de pesquisas e os próprios departamentos de engenharia das empresas estão desenvolvendo constantemente novas máquinas e novos processos, visando aprimorar o ramo gráfico.

Os avanços feitos, nesse sentido, são algo de espetacular, observando o curto espaço de tempo em que foram realizados. Realmente, um ramo industrial que há pouco tempo era consi-

derado uma arte, hoje está se desenvolvendo para uma indústria de extrema complexidade tecnológica.

No entanto, a aplicação desses novos conhecimentos se defronta com uma série de dificuldades técnicas, administrativas e sociais.

As artes gráficas tem produzido no decorrer de sua história, uma série de profissões tradicionais que, hoje, perderam a sua importância ou, praticamente, deixaram de existir.

Evidentemente, conscientemente ou não, tal situação leva muitos profissionais a se oporem às novidades, por tradicionalismo, medo às mudanças e insegurança profissional. De outro lado existe o temor de perder o trabalho ou de ter que se submeter a reequadramento em outras profissões.

Tem sido uma das bandeiras do sindicalismo nos países desenvolvidos de lutar contra tais inovações, obrigando as empresas a soluções de compromisso, reduzindo de forma acentuada, a vantagem dos novos equipamentos, quando não, nos extremos, impossibilitando a sua introdução.

Certamente passam despercebidos, diante dos responsáveis dessas atitudes, as implicações mais profundas do marketing da indústria gráfica: como integrante de toda a Comunicação, ela necessita se manter competitiva diante os outros meios. Ao contrário, perderá seus mercados tradicionais e as implicações trabalhistas se tornarão mais graves ainda.

A conjuntura econômica atual, exige a redução dos desperdícios na transformação dos produtos. As novas tecnologias na indústria gráfica vão, de forma sensível, ao encontro de tal problemática: redução do custos operacionais em si, eliminação de uma série de matérias-primas, otimização dos equipamentos, redução dos desperdícios de produção, eliminação de produtos poluentes, etc.

Os equipamentos, nesse sentido, de alta velocidade operacional, reduzida intensidade de mão de obra, alta qualidade e versatilidade, já são realidade. Portanto, acreditamos que os problemas sociais, provenientes dessa situação, não são de ordem trabalhista, mas sim, baseados na redução dos custos sociais da produção, devem ser resolvidos no âmbito nacional. Não tardarão as proviências, que os incentivos fiscais do governo dirigirão para as indústrias que provoquem um mínimo de poluição, utilizarão ao máximo fontes baratas de energia, reduzirão ao máximo o uso de matérias-primas e a necessidade de transporte, isso é, tanto a eficiência como a eficácia das

empresas receberão os apoios oficiais, pois são essas que, realmente interessam à comunidade.

Para chegarmos a tal situação, estamos diante de um outro problema, ou seja, as próprias condições técnicas das empresas.

Percebe-se uma certa inflexibilidade dos quadros de educação e de instrução diante as novas situações, incapazes de acompanhar a velocidade das inovações tecnológicas. Isso significa que, muitas vezes, falta à mão de obra o conhecimento teórico, para se poder adaptar com a velocidade necessária às novas realidades. Somando a isso temos um quadro aperfeiçoamento, atualização e reequadramento, baseado em cursos promovidos pelas próprias empresas ou entidades mantidas por grupos empresariais, funcionando de forma inadequada a insuficiente. Como resultado estamos normalmente, diante de um quadro de técnicos despreparados para as novidades tecnológicas, utilizando o próprio equipamento alocado na empresa para treinamento, com um evidente tempo de carência de subutilização dos equipamentos. Isso pode significar, na velocidade que os novos processos são desenvolvidos, quando se sabe manejar os equipamentos de forma adequada, esses já estão obsoletos, devido às novas gerações que estão entrando nas empresas grandes que, no máximo, sentem a dificuldade de alocar mão de obra especializada no mercado de trabalho. No entanto, o ramo gráfico, mundialmente, é um setor industrial com elevada percentagem de empresas médias e pequenas.

Junto aos problemas técnicos puros, impõe-se fatores organizacionais, de ordem administrativa e financeira. Muitas empresas gráficas, médias e pequenas, carecem de condições gerais para absorverem de forma adequada a nova tecnologia. Frequentemente incorrem no erro de alocarem sistemas complexos demais para as suas necessidades, simplesmente atendendo a apelos de venda, sem análise sobre a operacionalidade dos equipamentos na sua empresa.

Assim, podemos resumir, que a aplicação das novas tecnologias na indústria gráfica, exigirão empresas organizacionalmente fortes, mão de obra de elevado nível de instrução, constantemente atualizada, e, uma atuação junto às políticas econômicas governamentais, para pressionar sistemas que façam reverter uma parte da produção, a custos sociais mais reduzidos, para poder contrabalançar possíveis problemas de ordem trabalhista.



**Apple II - Guia do Usuário
Apple II - Plus e Apple IIe**
Autores: Lon Poole, Martin Mcniff e
Steven Cook

Editora Mc Graw-Hill do Brasil - 1.985

Em sua segunda edição, revisada e adaptada pelo engenheiro da Unitron Eletrônica Ltda., Roberto Cosi Cardoso Jorge, este guia inclui um apêndice contendo instruções básicas sobre as características do Apple IIe - versão 64K e vem consolidar ainda mais sua posição de liderança no mercado.

Trata-se de um manual de especial interesse para os usuários do tradicional Apple II, II Plus e IIe, versão 64K e continua sendo uma ferramenta indispensável para todos os programadores da linha Apple.

"Com a publicação desta obra, o engenheiro Franz Allora traz relevante contribuição à literatura técnica, proporcionando aos profissionais, aos estudiosos e aos magistrados novo método simplificado de controle de custos de produção, cuja utilidade alcança grande segmento das empresas industriais, com inegáveis vantagens de implantação, em termos de evidência permanente e sempre atualizada da evolução dos custos. Igualmente válida e importante é a sua função como instrumento adequado à tomada de decisões no contexto geral dos problemas econômicos e financeiros da empresa industrial", afirma Américo Oswaldo Campiglia, mestre e empresário de renome internacional, na apresentação do livro.

Para chegar ao novo método de controle de custos de produção citado por Campiglia, o autor, partindo da obra de George Perrin, autor do método denominado "GP", evoluiu para a criação do método que convencionou



Engenharia de Custos Técnicos
Autor: Franz Allora
Livreria Pioneira Editora - 1.985

chamar "UEP" - Unidades de Esforço de Produção, qual medida quantitativa dos fatores utilizados na transformação, determinando-se ao fim do processo o valor de cada UEP em função da despesa geral periódica de fabricação contabilmente apurada.

Engenharia de Custos foi editado com o apoio da Fundação Universidade Regional de Blumenau - FURB, e das empresas Kohlbach S/A., Cotelplan Ltda. e Arno Bernardes Ltda.

Fotolitos a Laser.

Gráfica

FOTOLITO

**A qualidade
que seu impresso
merece.**

**RUA MESQUITA, 107
FONES: 270-2958 - 278-7342**



Todos sabem que a **papyrus** é uma empresa fabricante de cartões, processando a reciclagem de papéis usados, e para isso possui uma sofisticada tecnologia considerada das melhores e mais atualizada.

Porém o que alguns ainda não sabem é que, após muitas experiências, a **papyrus** conseguiu atingir um padrão de qualidade em seus cartões que está atendendo as necessidades dos consumidores de forma surpreendente.

Se você ainda não teve a oportunidade de conhecer estes novos cartões solicite amostras e comprove.

TBC

TRIPLEX BRANCO COUCHÉ
TRIPLEX BOARD · COATED

DBC

DUPLEX BRANCO COUCHÉ
DUPLEX BOARD · COATED

DBF

DUPLEX BRANCO
DUPLEX BOARD · UNCOATED

CTL

CARTÃO MARRON
CARDBOARD BROWN

papyrus indústria de papel s.a.

01452 – Av. Brig. Faria Lima, 1058 - 9º/10º and. - Cx. Postal 4523 – São Paulo
Telex (011) 25862 – PAPI – BR – Telefone: (011) 813-1011

Vendedor de Livros

Tem o vendedor normal, o de livraria. Aquele que espera, atende, informa.

Tem o que bate na tua porta, às vezes em horas impróprias. Quase sempre gente criativa, inventando mil motivos para que você o receba. Às vezes, são brilhantes, a gente cai.

Tem o que telefona, marcando hora, para te oferecer um negócio importante.

Tem o que chega com um pacote, avisando: "O senhor foi sorteado com uma coleção, só deve pagar o frete". Certa vez, paguei para ver (não era caro) e tive sorte, recuperei velhos romances de aventuras lidos na juventude.

Uns usam o reembolso, enviam catálogos. Há círculos e clubes com revistas sofisticadas.

Há editoras que vendem diretamente, passando por cima das livrarias.

Vende-se na igreja ou na feira nordestina (afinal, o ABC também é livro).

Cada um inventa um método, idealiza um sistema, fuça a cabeça, a fim de descobrir um modo de furar, no Brasil, o bloqueio representado pela escassez de livrarias e pontos de vendas. Um país onde se lê relativamente pouco, pois o analfabetismo é muito. Imaginação, imaginação: o poeta marginal, o contista alternativo, vão de bar

em bar, café em café, vão aos teatros, aos restaurantes, oferecendo o produto. O símbolo deles é o Plínio Marcos que carrega sua banquinha, vendendo e autografando na hora.

Há quem venda livros normais, best-sellers, novidades.

Há quem venda livros raros e caros.

Há quem venda livros eróticos e pornográficos.

Quem venda livros cor de rosa, biblioteca de moças.

Quem venda técnicos, sobre computador, boi, milho, batata, pregos.

Quem venda coleções.

Quem venda livros usados, recusados, ensebados.

Quem venda Bíblias, somente.

Quem venda álbuns ilustrados.

Existe de tudo, porque o mundo do livro é abrangente, infinito. E é aí que se vê uma coisa diferente das outras profissões. O vendedor de livros, não importa se técnico, erótico, didático, raro, é sempre um ser diferenciado. Tenho convivido com eles e percebi.

Há, em todos, um ponto em comum, espécie de orgulho, prazer. Uma consciência firme de que ele é uma pessoa importante, um

elo na estrutura cultural. Não está vendendo coisas triviais, batata, farinha, goiabada, fio elétrico, tijolos, gilete.

Não. Ele sabe que batendo à tua porta, está trazendo muito mais.

Traz o sonho, a fantasia, o divertimento, a ilusão, o aprendizado, o conhecimento, o prazer. Ele sabe que pode te carregar para fora do mundo, com um romance escapista, pode te afastar dos problemas cotidianos com uma aventura ou com amor, pode te dar uma noção da sociedade em que vive com livros de ciência, política, economia, pode te excitar, ajudar, levantar, caminhar, sorrir.

Que outra coisa, senão o livro, com tal poder?

Um poder que se transmite. O livro move o mundo, abre a cabeça, envolve a vida, e o seu vendedor sabe disso. Por isso repõem no ar desta gente. É este ar que tem mostrado a diferença. Algo que julguei indefinível durante anos, até descobrir. É uma gente iluminada.

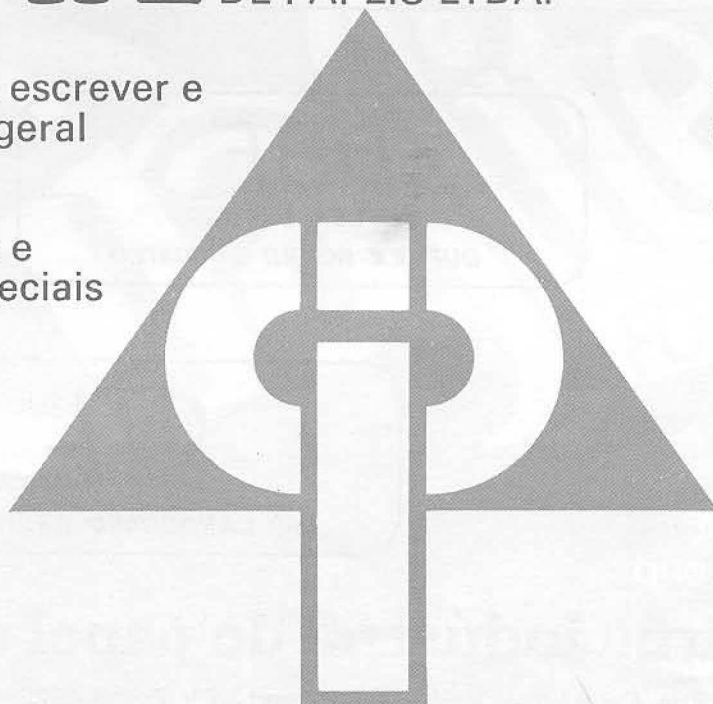
Crônica de Ignácio de Loyola Brandão,

divulgada pela Câmara Brasileira do Livro, visando comemorar o "Dia do Vendedor de Livros - 14 de Março"

IPÊ INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE PAPÉIS LTDA.

- Papéis para escrever e imprimir em geral
- Envelopes
- Cartolinas
- Papel ofício e formatos especiais

- Distribuidor autocopiativo Sincarbon
- Distribuidor auto-adesivo Fasson

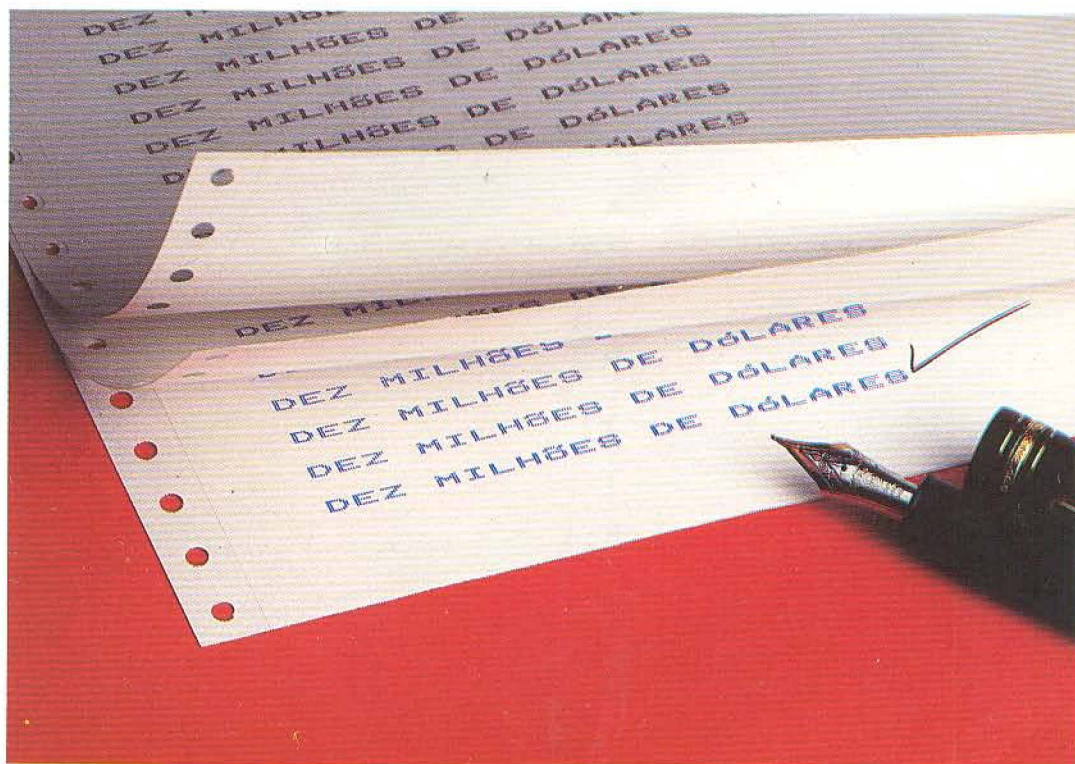


IPÊ INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE PAPÉIS LTDA.

Av. Eng. Armando de Arruda Pereira, 1.868 - Jabaquara - SP

FONE: (PABX) 578-3822

SABE QUANTO CUSTA UM FORMULÁRIO EM EXTRA COPY?



Dez milhões de dólares
Parece muito dinheiro. E é mesmo.
Foi quanto o Grupo Simão investiu
na tecnologia de produção de papel
autocopiativo. Em equipamentos,
treinamento de pessoal no exterior,
materiais, testes, etc.

Mas valeu a pena. Hoje, no Brasil, o
papel autocopiativo Extra Copy
apresenta um padrão de qualidade
que se equipara aos melhores do
mundo e já está sendo exportado
para vários países da Europa e
Estados Unidos.

Agora, com Extra Copy,

você pode tirar o carbono da vida da
sua Empresa. Seus relatórios vão
sair da impressora em quantas vias
forem necessárias.

Com menor volume, sem sujeira,
sem quebra de sigilo e com perfeita
copiabilidade.

Tudo muito mais rápido e prático.
E sem carbono.

Utilize uma das melhores
tecnologias em papel autocopiativo
do mundo, sem gastar 10 milhões
de dólares.

O Grupo Simão já fez isso
por você.



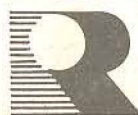
**INDÚSTRIA DE PAPEL
PIRACICABA S.A.**
Grupo Simão

CHEGOU RILISA DISTRIBUIDORA

O NOVO PAPEL DA RIPASA.

A Ripasa, uma das maiores e mais conceituadas indústrias integradas de celulose e papel, está agora muito mais perto de você. Ela está inaugurando, no mais tradicional centro pa-
peleiro de São Paulo, a "RILISA DISTRIBUIDORA". São 13.000 m² especialmente preparados para atender a todas as suas necessidades: estacionamento privativo, local adequado para embarque de mercadorias, central de computação, PABX e gente que sabe o que está falando e fazendo. Mas o mais importante é que na RILISA você tem sempre a certeza de encontrar qualquer tipo de papel, cartolina e cartão, de qualquer marca, dos melhores fabricantes.

Agora que a RILISA chegou até você, dê uma chegada até a RILISA. Você vai ver que ela veio para ficar.



RILISA DISTRIBUIDORA

Rua Brigadeiro Machado, 175/215
CEP 03050 - Brás - São Paulo - S.P.

Telefone PABX/292-8066
Telex (011) 53 089 RILI BR.