

Coisas boas e coisas a melhorar

Tenho, com alguma constância, visto nossos líderes empresariais se ufanarem do setor brasileiro de celulose e papel. Junto a uma avalanche de elogios feitos em geral a nós próprios, pergunto-me como deve se sentir o cidadão comum quanto a esse auto-orgulho verde/amarelo. Sabemos que temos vantagens inigualáveis na celulose de fibra curta, fruto de uma tecnologia florestal que nos garante taxas de crescimento de árvores e custos de madeira imbatíveis. Essas vantagens se propagam também para nossos papéis brancos, que são muito competitivos; só não os alavancamos mais pelo nosso receio em participar em um mercado mundial onde nosso "market share" ainda é pequeno. Nossos produtos da linha marrom de fibra longa também se mostram atrativos em custos de fabricação, mesmo com o recente encarecimento da madeira de *Pinus*. Mas isso não chega a preocupar; afinal, o setor de papel de embalagem tem a maior das taxas de reciclagem do país – só no papelão ondulado atinge cerca de 75%, uma das maiores do mundo.

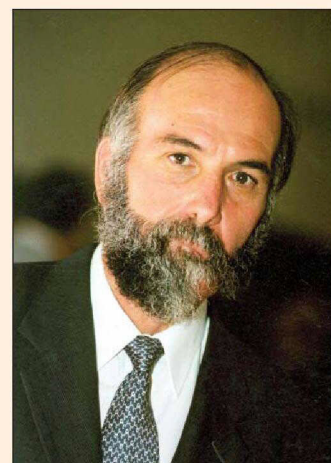
Temos, ainda, empresas classe mundial ou estado-da-arte. Isso significa que elas são modernas e se comparam em tecnologia e performance às melhores disponíveis. É claro que temos também uma diversidade grande de fábricas, algumas muito carentes de tecnologia e de qualificação de recursos humanos, mas também nelas há otimismo e crescimento. Sempre nos acostumamos a trabalhar no Brasil na máxima capacidade de produção das máquinas, em quaisquer dos segmentos papeleiros, ou seja, com o pé no acelerador e abrindo mercados dentro e fora do país.

Para alcançar tudo isso, precisamos de talentosos recursos humanos. Nossa indústria atrai estudantes desde a

sua iniciação acadêmica. Programas de estagiários e de trainees motivam os melhores a nos procurarem na busca de oportunidades futuras em um setor competitivo. Excelentes cursos técnicos de graduação e de pós-graduação se completam para dar a necessária qualidade ao nosso capital intelectual. Tenho tido a felicidade de participar desse processo e orgulho-me do que ajudei a construir em universidades como UFV, USP e UFSM, além da ABTCP. Paralelamente ao talento técnico, temos mostrado competência empresarial com a implementação de modernos sistemas de gestão. A excelência é perseguida por todos e as certificações se multiplicam: ISO 9000, ISO 14000, OHSAS 18000, FSC, CERFLOR, FPNQ, PGQP, selos verdes, etc.

Nosso parque gráfico é moderno e bem equipado. Nos anos 90, graças à abertura comercial das fronteiras, ele se modernizou e cresceu. Estamos prestes a participar muito ativamente da exportação de produtos gráficos de qualidade com a base sendo nossos papéis. Somam-se a esse mar de coisas boas as perspectivas econômicas favoráveis no Brasil e também no mundo. Em resumo, um mundo cor de rosa, onde o mais e o melhor sobrepujaram o menos e o pior. Há evidentemente os tradicionais reclamos dos empresários quanto à tributação excessiva, juros altos, custo Brasil, etc. Isso é muito mais algo a negociar em bloco, do que ficar reclamando pelos cantos com a cara amarrada.

Curiosamente, todos esses atributos maravilhosos anteriormente relatados são assim enxergados por uma parcela diminuta da população. Faltam muitos esclarecimentos sobre nosso setor para a sociedade brasileira, a qual ainda mostra desconfianças para conosco. Preocupo-me quando vejo nossos líderes da indústria dizerem



SÉRGIO SANTORIO

Celso Foelkel

É vice-presidente da ABTCP e consultor da Grau Celsius/Celsius Degree
www.celso-foelkel.com.br
 email: celso@abtcp.org.br

www.celso-foelkel.com.br/artigos5.html

abertamente que o setor brasileiro de papel e celulose "não mostra quaisquer tipos de impactos ambientais", isso de forma textual e enfática. Acredito que isso fica muito difícil de ser entendido pelo cidadão que ainda sente o odor de nossas fábricas, vê a enorme quantidade de resíduos sólidos gerados, e se preocupa com a qualidade de nossos efluentes em quantidade e qualidade. Além disso, há ainda os tradicionais reclamos sobre as "grandes áreas plantadas" pelo setor e seus efeitos desconhecidos pela sociedade. Nessa área de relações com a comunidade, ainda temos muito a crescer e amadurecer. Sabemos de nossos avanços ambientais e sociais, basta dar uma espiadela nas fábricas e florestas dos anos 70 e 80. Melhoramos muito, mas ainda há um espaço a conquistar para se alcançar a decantada sustentabilidade ambiental, que é sempre mencionada em nosso setor. Ser ambientalmente correto é algo muito difícil de



ser conseguido, até mesmo porque temos muitos impactos a controlar no solo, água, ar e biodiversidade. Alguns desses impactos são inclusive positivos e merecem ser estimulados. Outros são negativos e requerem atenção e controle constantes. Muitas vezes, o controle precisa ser radical na origem do problema, outras vezes atenuado com sistemas de tratamento de efluentes e de emissões.

Alegro-me quando vejo que nossas empresas estão começando a se abrir para a população, na busca não apenas de serem ambientalmente corretas, mas sim, de serem reconhecidas como ambientalmente corretas. O relacionamento sério, transparente, somado à aprofundada argumentação técnica e científica nos ajudarão a conquistar cada vez mais esse reconhecimento. Mas precisamos estar sempre melhorando e com o canal aberto ao diálogo. Mais ainda, é preciso incentivar fóruns de debates e de esclarecimentos. Não podemos também nos esquecer que esse tema envolve muito

mais do que razão e técnica. A emoção também faz parte do jogo. Nada melhor então do que contarmos com a emoção positiva de nossos colaboradores para ajudarem a propagar nossa imagem com esclarecimentos sobre nosso setor para seus relacionamentos comunitários. Será que temos sabido usar esse canal? Será que nossos empregados estão conscientes de nossos impactos e de nossas ações para a sustentabilidade que queremos alcançar? Será que conhecem o setor em que trabalham? Audiências públicas internas oportunizam respostas a perguntas que às vezes inquietam nossos colaboradores. Praticar a transparência é algo notável de se fazer, basta começar para ver como se refletem em mais respeito e mais confiança. Isso em quaisquer tipos de relacionamento, pessoais ou profissionais.

A conquista dos mercados e da competitividade já sabemos como fazer. Os caminhos são conhecidos, a prática também. Para o reconhecimento e a admiração da comunidade ainda nos falta muito. Não será só com

campanhas publicitárias na mídia que seremos competentes para mostrar valor ambiental e social. Precisamos mais engajamento e mais participação, inclusive da comunidade, a nos auxiliar em nossas melhorias contínuas. Temos uma indústria de norte a sul do país, mais de 200 empresas e quase 250 fábricas, como afirma a Bracelpa em suas estatísticas. Se cada uma delas conquistar sua comunidade, conquistaremos, por extensão, o respeito de toda a sociedade brasileira. Só depende de nos organizarmos e de sermos realmente ambientalmente e socialmente responsáveis.

Amigos, um setor empresarial vitorioso e admirado pelo mundo dos negócios merece ser entendido como ambientalmente correto e socialmente justo. Abramos nossas portas e nossos corações a isso. Envolvamos nossos colaboradores nessa tarefa. Afinal, razão e emoção fazem parte disso: esse tema eu conheço muito bem, pois já vivenciei como poucos esse processo. E sempre foi algo altamente motivador. 🌱

SULZER - FOTOLITO