

Por Thais Santi
Especial para *O Papel*



EXPEDIENTE

Redação e Administração em São Paulo:
Av. São João, 326 - 4º andar
Telefone: 4-6004

Administração no Rio de Janeiro:
R. L. de Moraes, 11 - 1º andar
Telefone: 43-2456

Administração em Curitiba:
ENGELEBARDF
R. 412 - Telefone: 2233
Administração em Buenos Aires:
R. 1110 - Telefone: 7513

SUMÁRIO

PORTA-FOLHA DO ARQUIVO DA

ABTCP: O PAPEL PRANH

"O PAPEL" e a sua Tercelina. An

de estatísticas

2. A reciclagem mecânica como estrutur

3. A celulose será transformada em alim

4. Distribuidores de Pasta mecânica

5. Custeio de celulose e papel e híbrido

nas várias modalidades de produ

Cristiano

de Viedor

para entender m

de Papel

o Impres

o PAPEL



A ABTCP e a história das publicações técnicas do setor de celulose e papel

Neste primeiro capítulo, de um total de seis que serão contados nesta série histórica **ABTCP+50 Anos**, você conhecerá o importante papel das publicações técnicas lançadas pela Associação e as que foram adquiridas no decorrer do tempo, para manter a atualização sobre o mercado, os profissionais e as tecnologias da indústria de celulose e papel do Brasil e do mundo. Nas próximas edições, este resgate histórico passará pelos Associados e, em seguida, pela área de Capacitação Técnica, o Congresso Anual Internacional e a Exposição, finalizando com a história do Prêmio Destaques do Setor. Não perca!

Gerar e perpetuar o conhecimento nas páginas da história do setor de celulose e papel, pode-se dizer, nasceu com a própria fundação da ABTCP no Brasil. Isso porque, a cada capacitação promovida pela Associação visando ter a mão de obra necessária para movimentar as máquinas, os conceitos precisavam ser impressos para leitura dos alunos dos cursos. Os autores eram diversos colaboradores voluntários que ainda estão seguindo juntos na história da ABTCP ao lado dos demais profissionais da comunicação que foram se integrando à entidade no decorrer dos tempos.

Dessa maneira nasceram novas literaturas, algumas inéditas, outras traduções de materiais estrangeiros, o que era mais comum de se ter no caso de estudos técnicos da fabricação de celulose e papel há 50 anos no Brasil.

Indiretamente, a ABTCP assumia naquele momento o papel fundamental de organizar e comunicar toda uma indústria, produzindo o máximo possível de informações técnicas aos profissionais. E assim o faz até hoje, com suas publicações que serão recordadas...

Em 1967, iniciou esse processo pela redação de seu próprio estatuto e também em cada um dos encontros presenciais que reuniam seus fundadores, a fim de discutir as soluções encontradas para os problemas no dia a dia com a operação das máquinas. No mesmo ano, congressos e seminários tornavam-se o grande momento, para então tratarem do que havia sido trocado entre cartas e comunicados ao longo dos tempos.

Poucos anos depois, em 1971, surgia a publicação do primeiro anuá-

rio, reunindo um resumo de todo esse material. A cada ano, a Associação estava mais preparada. Outro marco importante a demonstrar esse caminho foi a edição do primeiro documento técnico: *Soluções na Fabricação de Papel*, em 1977.

A importância da ABTCP para o setor se consolidou e tornou-se reconhecida a partir da literatura técnica produzida, entre outras atividades que serão apresentadas nesta série **ABTCP +50 Anos**. Principalmente quando não existiam materiais produzidos localmente sobre os processos e tecnologias das fábricas de papel e celulose, havia um grande esforço para se traduzir artigos técnicos do exterior, como os vindos da Alemanha e dos países nórdicos, tradicionais na fabricação do papel.

Paralelamente, a Associação alcançava seus associados e demais profissionais do setor por meio de uma importante publicação da época, mas um tanto quanto mais tradicional que a própria ABTCP: a revista *O Papel*, hoje com 78 anos! Era na revista *O Papel* que a ABTCP ampliava seus canais de comunicação técnica e institucional, encartando um caderno mensal. Esse processo se iniciou em 1967 e prosseguiu até 1969, ano em que a revista completou 30 anos de existência no mercado.

Nesse período, Paulo Engelberg, então proprietário da publicação e da Editora Orientador, propôs que a revista *O Papel* e a ABTCP formassem um só conjunto. Trabalhando de forma integrada desde então, a ABTCP ficou responsável por toda a avaliação sobre a qualidade técnica dos artigos, deixando a parte operacional e publicitária da revista a cargo de Engelberg, que a vendeu para a Associação em 1993. A revista *O Papel* e a ABTCP, integrada à sua história, consagrou-se como o principal veículo de informação de qualidade, sendo mais de 930 edições e um universo de milhões de leitores.

“Em seus 78 anos de circulação no Brasil, já ouvi de alguns leitores, mais seniores do setor, que a revista *O Papel* foi por muito tempo uma das únicas literaturas técnicas de artigos que liam e que tinham para se atualizar profissionalmente. Além disso, foi pela revista que eles acompanharam as histórias das empresas e do próprio setor sendo contadas; ou seja: o desenvolvimento da indústria de celulose e papel acontecendo no Brasil; as tecnologias do exterior sendo anunciadas pela seção de lançamentos e artigos técnicos traduzidos”, afirma Patricia Capó, coordenadora de publicações da ABTCP e jornalista responsável pela revista *O Papel*.

Em um tempo sem todas as facilidades de comunicação de hoje, como a internet e o que mais as tecnologias nos proporcionam, a revista *O Papel* contava com correspondentes internacionais e tinha sucursais em diversos Estados do Brasil. “Por isso, durante muitos anos funcionou como o meio condutor único do conhecimento sobre a indústria de celulose e papel do Brasil e também como o meio divulgador da indústria de celulose e papel mundial para quem estava aqui”, destaca Patricia.

Para Célia Santos, da área de Comunicação e Arquivos Técnicos da Andritz, um veículo de comunicação só sobrevive tantos anos no mercado se atuar de forma íntegra, respeitando seus leitores e veiculando conteúdo de elevada relevância e confiabilidade. “Por isso, a revista *O Papel* chega

aos 78 anos mantendo-se como referência nacional e internacional no setor de celulose e papel, divulgando o crescente potencial do mercado, das empresas e dos profissionais brasileiros”, enfatiza.

Paulo Aguiar, gerente de Vendas e Marketing da Valmet South America, completa, resgatando a importância da trajetória histórica da revista *O Papel*: “A revista sempre foi um veículo de integração e desenvolvimento do setor. Por meio de reportagens e artigos técnicos, profissionais tiveram a oportunidade de aprender e compartilhar boas práticas, desenvolvimentos tecnológicos e contatos que levaram a indústria de papel e celulose brasileira a se tornar uma das mais competitivas do mundo”, disse.

Rodolfo Rodrigues, do Departamento Comercial da CBC Indústria Pesadas, destaca ainda a importância da revista em relação à sua relevância para o acompanhamento estatístico e de evolução tecnológica do setor de celulose e papel.

O aniversário dos 78 anos de circulação da revista *O Papel* é exatamente neste mês – abril de 2017. Pode-se dizer que a publicação já desenvolveu diversas reportagens técnicas, publicou artigos técnicos inéditos sobre Pesquisa & Desenvolvimento e entrevistou personalidades dos meios acadêmico, executivo e governamental. A credibilidade é um dos pontos-chave da revista, reconhecida pelos profissionais que a acompanham mensalmente, como foi destacado por Júlia Salce, da área de Comunicação da Pöyry Tecnologia: “É a principal publicação impressa do setor de papel e celulose, principalmente pela credibilidade que adquiriu no decorrer dos anos, trazendo matérias de qualidade e informações relevantes do setor”.

A sua modernização também não poderia ficar de fora. Desde que passou a ser publicada pela ABTCP, a revista foi revitalizada, ganhando novo projeto editorial, novas colunas e abordagens diferenciadas. Segundo Patricia, porém, uma publicação nunca pode perder a sua essência se pretende sobreviver às mudanças dos tempos. “Quando falamos em modernização, estamos nos referindo a melhorias na forma do produto, em como fazê-lo e na sua disponibilização aos leitores. Falamos em melhorar os conteúdos, trazendo novidades em editoriais e abordagens, entre outros aspectos. A essência, contudo, é a sua razão de existir, o motivo pelo qual o produto foi criado, com seus objetivos claros e com o propósito de manter uma qualidade essencial do jornalismo que contém, na apuração e na veracidade da notícia a partir de fontes confiáveis. É a essência que sustenta o produto original através dos tempos”, destaca.

Para Adalberto Marchiori, coordenador de Marketing da TGM, o tempo de circulação da revista e a linguagem acessível são alguns dos pontos de destaque para este sucesso. “Ao se falar em revistas para um público específico, logo imaginamos longos artigos difíceis de entender, mas não é isso o que encontramos em *O Papel*: as matérias são dinâmicas, interessantes e esclarecedoras”, comenta o executivo da TGM.

Ana Gabriela Saut Schroeder, coordenadora de Marketing da Albany International, chama a atenção para o conjunto da obra e também para a

inovação por meio da abordagem de diferentes temas, citando a Série Internacional Setor Mundo Afora, lançada em agosto de 2016, como exemplo. “Sem dúvida, a revista tem um papel importante para o crescimento e o desenvolvimento do setor, estimulando reflexões e contribuindo para a competitividade do mercado de celulose e papel”, afirma Ana.

Esse conjunto, por sua vez, permitiu não só o fortalecimento editorial, como também deu suporte para o crescimento comercial da publicação, como ressalta Marco Gallo, supervisor de Atendimento ao Cliente da Xerium Technologies. “A revista desempenha um papel essencial, que é a viabilização de um vital canal de comunicação entre os fabricantes de papel e celulose, técnicos do setor e seus fornecedores. Considerando esse segmento delicado no qual atuamos, a veiculação através da revista nos proporciona uma divulgação focada, assertiva e com total abrangência de nossos produtos e serviços”, afirmou.

“No Brasil, a revista é o principal veículo do mercado e serve de referência para seus leitores, que obtêm informações de cunho comercial e técnico. Para nós, acaba sendo um canal importante para divulgarmos nossas mais recentes tecnologias e informações”, disse Caio Mori, gerente de Marketing da Kemira.

Na opinião de Ana Carolina Carvalho, gerente de Marketing da Contech, a revista é um forte canal que ajuda a unir a rede de profissionais do setor com o propósito de atender cada vez melhor ao segmento de

papel e celulose. “É um prazer receber a revista todo mês e constatar que há tantos profissionais dedicados a preparar um material tão exclusivo para este mercado”, enfatiza.

A experiência de leitura também é destacada por Janaina Polatto, profissional de Marketing da Voith Paper. “Com o passar dos anos, a revista *O Papel* consolidou-se como o principal canal de comunicação do setor de papel e celulose do Brasil e expandiu sua influência a outros países e continentes. Ao longo de sua história, sempre proveu informações confiáveis, análises úteis e opiniões credenciadas, produzindo boas reportagens, entrevistas interessantes e colunas que movimentam e repercutem no mercado. Com isso, tem sido uma ferramenta importantíssima para fortalecer tanto a integração entre os profissionais do setor quanto a atuação da ABTCP”, disse. (**Confira no quadro os depoimentos com as expectativas dos profissionais para os próximos anos da revista**)

Além da revista *O Papel*

Sempre tendo a qualidade técnica como ponto focal de suas publicações, a ABTCP buscou desenvolver seus conteúdos de forma a contribuir com a capacitação dos profissionais e também dar suporte à geração de negócios. Para tanto, lançou em 1996 o *Guia de Compras Celulose e Papel*, atualmente disponível para consulta aberta dos mais conceituados fornecedores da indústria de base florestal em www.guiacomprascelulosepapel.org.br. Anualmente, também é gerada uma publicação impressa do *Guia ABTCP de Fornecedores & Fabricantes de Celulose e Papel*, que há 18 anos facilita o relacionamento entre cliente e consumidores.

Cumprindo seu papel social para levar informações a públicos de diversos níveis, em 2004 a ABTCP lançou a revista *Nosso Papel*, um grande sucesso que atingiu tiragem bimestral de 70 mil exemplares e distribuição gratuita em praticamente todas as empresas de celulose e papel desde os colaboradores da área florestal até as coordenações. “A publicação oferecia conteúdo técnico básico sobre fabricação de celulose e papel, gestão, liderança, comportamento e mercado, entre outras editoriais. Foi um projeto inesquecível, até hoje solicitado por antigos leitores desde que a publicação deixou de circular”, recorda Patricia, editora da *Nosso Papel*, que trazia o personagem Zé Pacel como protagonista.

Em 2008, a ABTCP lançou-se como editora com seu primeiro título, inédito no mercado editorial: *A História do Papel Artesanal no Brasil* (2007), que faz um resgate da história da produção de papel no País e dos pioneiros do artesanato do papel. Em 2011, publicou o livro *Perini Brasil: a história das histórias*; em 2012, *45 Anos da ABTCP*. Agora, em 2017, prepara-se para lançar, em comemoração aos seus 50 anos, um novo e ainda mais completo livro sobre a evolução tecnológica do setor de celulose e papel.



O papel da área técnica para a produção de conteúdo

Enquanto o setor se desenvolvia, a Associação também crescia, em especial na década de 1990 e nos anos 2000. Com a criação das Comissões Técnicas e as Comissões de Estudos, um grande volume de informação passou a chegar ao setor. Vale ainda destacar a evolução da indústria, quando registrou um salto de produtividade, transformando temas relativos a competitividade e eficiência energética em importantes documentos para a cadeia produtiva. A produção de *position papers* (artigos de posicionamentos técnicos, documentos e relatórios gerados) seria fundamental (*confira esses materiais em <http://abtcp.org.br/produtos-e-servicos/positions-papers/>*). Os relatórios de benchmarking, lançados em 2006, 2009 e 2010, em parceria com a Bachman Associados, foram bastante requisitados, bem como o *Guia Técnico de Eficiência Energética na Indústria de Celulose e Papel*, a *Revisão da NR-13*, o *Guia de Produção Mais Limpa* e os *POPs – Poluentes Orgânicos Persistentes no Setor de C&P*, apenas para citar alguns desses materiais.

“Foi um importante período para a ABTCP, que participou ativamente desse crescimento, contribuindo com a produção de materiais que traçavam o perfil do setor e permitiram ajustes na configuração das fábricas e na tomada de decisões”, destacou Viviane Nunes, coordenadora da área técnica.

“Hoje, toda essa produção está disponível em um acervo técnico on-line (www.abtcp.org.br/acervotecnico). Os demais conteúdos produzidos pela área técnica em cursos, seminários e *workshops* são rapidamente disponibilizados e distribuídos aos participantes de cada uma das atividades”, disse a coordenadora técnica sobre o dinamismo conquistado com os recentes investimentos realizados para este novo momento, em que o conteúdo no meio digital alcança um maior número de pessoas e já é uma realidade, como o portal EducABTCP (www.educabtcp.org.br), por exemplo, que oferece acesso à capacitação e conteúdo on-line para todos os profissionais do setor.

“Certamente, a ABTCP desempenha um importante papel na geração de conteúdo de qualidade para toda a cadeia produtiva dessa indústria, tendo sempre como base a preocupação da informação técnica



e precisa sob o respaldo de profissionais especializados e com muita experiência no setor. As publicações para a ABTCP têm um papel essencial em nossa missão como associação técnica para o setor, e é nosso compromisso continuar contribuindo com esse tipo de informação”, conclui Darcio Berni, diretor executivo da ABTCP.

Por trás da notícia

O lado humano da relação entre quem escreve e seus leitores também influencia na produção editorial. Ao longo dos anos, o editor desenvolve uma sensibilidade que permite entender as expectativas do seu público. Para Patrícia, editora e jornalista responsável de *O Papel*, que está no setor há mais de 20 anos – e à frente da publicação desde 1998 –, o mais gratificante, acima de tudo, é a consideração recebida dos leitores que interagem com a redação, enviando sugestões e comentando as matérias lidas, e aqueles que acabam desenvolvendo certo carinho fraterno por enxergar o ser humano além do profissional. “Um fato inesquecível neste sentido foi quando um leitor muito querido, certa vez, esperou dar meia-noite em ponto para me enviar uma mensagem de feliz aniversário. Fiquei muito emocionada com a sua atitude, alguém que admiro e que sempre compartilha comigo as conquistas de sua carreira e família”, destacou Patrícia.



A revista *O Papel* do futuro: como seria?



Rodolfo Rodrigues – CBC Indústrias Pesadas

“Nós esperamos e desejamos vida longa à revista O Papel. Para nós, uma questão importante que poderia constar na pauta da revista seria uma matéria regular mensal ou mesmo trimestral que venha a informar a performance de geração de energia elétrica da área de utilidades das plantas de celulose no Brasil e sua contribuição para o grid de energia elétrica do País.”

“Imagino a revista O Papel em seu centenário utilizando os mais modernos recursos digitais para que seu conteúdo chegue aos leitores em tempo real, contando sempre com o apoio e respaldo da ABTCP.”

Célia Santos – Andritz



“Com a chegada da era digital, inovação é algo que não pode faltar na receita de sucesso da revista. Outro importante ponto é se manter no caminho do conteúdo participativo, sempre em sintonia com as novas tendências e demandas, permitindo e atraindo cada vez mais a colaboração de seus leitores e anunciantes.”

Marco Gallo – Xerium Technologies

“Desejo que a revista continue inovando com novos temas e colunas, trazendo as mais diversas realidades do setor, pois, com certeza, estará no caminho certo para chegar ao centenário com sucesso ainda maior.”

Ana Gabriela Saut Schroeder – Albany International



“Para o futuro, desejo que a revista continue superabundando informações relevantes que atendam a toda a cadeia de profissionais ligados ao setor e que possamos permanecer firmes no propósito de construir juntos, por meio da parceria empresa-associação, o futuro do segmento de celulose e papel.”

Ana Carolina Carvalho – Contech

“O mundo digital está cada vez mais presente no dia a dia das pessoas – e esse é o modelo de sucesso que chegou para ficar. O formato revista é ainda muito apreciado, principalmente pela geração X e parte da Y, com conteúdo mais robusto e completo, porém a nova geração está mais conectada com as versões digitais, site e mídias sociais, buscando informações de forma rápida, notícias que possam ser lidas (ou assistidas) pelo próprio smartphone em qualquer lugar, a qualquer momento. É nesse mundo digital que os jovens – futuros executivos de sucesso – se mantêm informados. Esse é o futuro (já presente) do jornalismo.”

Júlia Salce – Pöyry Tecnologia



“Que a revista consiga manter sua qualidade mesmo em uma fase de grande questionamento da existência da revista digital x impressa e que atinja um aumento considerável do número de anunciantes para poder melhorar os planos de anúncios.”

Caio Mori – Kemira

“É importante que a revista mantenha foco na divulgação de desenvolvimentos técnicos, mas também na adoção de boas práticas de gestão, logística e infraestrutura, além de servir como vitrine para provedores de tecnologia. A revista também deve continuar focando na busca e na divulgação de macro-tendências que deverão ditar o futuro do desenvolvimento do setor no Brasil, na América Latina e no mundo.”

Paulo Aguiar – Valmet



“Mesmo com a forte presença da internet, o desejo que aparece é que a revista continue firme e atuante. Adequações e mudanças são necessárias em qualquer lugar e em qualquer tempo, porém sem perder o conteúdo e a grandeza que encontramos na revista. Desejamos que ela se perpetue.”

Adalberto Marchiori – TGM

“A revista tem que continuar cumprindo sua missão como provedora confiável de informações e notícias do mercado, apresentando as tendências que estejam em sintonia com a nova revolução industrial. Em relação ao seu formato, com o incremento das mídias eletrônicas, a revista pode intensificar sua participação nas mídias sociais, porém mantendo sua versão impressa em qualquer circunstância.”

Janaina Polatto – Voith Paper

