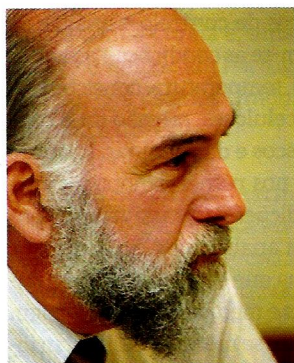




TECNICELPA

Associação Portuguesa
dos Técnicos das Indústrias
de Celulose e Papel

ARTIGOS DE OPINIÃO



CELSO FOELKEL

Sócio n.º 842

Caminhando na Construção de uma Imagem mais Favorável ao Setor de Celulose e Papel

A produção de celulose e papel é considerada intensiva no consumo de recursos naturais e financeiros, tais como, por exemplo: água, terras, energia, produtos químicos, ar e capital. Também gera significativas quantidades de resíduos de fabricação, entre os quais os efluentes hídricos, as emissões atmosféricas e os resíduos sólidos. A maioria desses últimos é tratada, reciclada, aterrada, diluída ou eliminada, mas sempre são causas de apreensão às comunidades vizinhas.

Apesar de o setor ter como contrapartida a grande geração de riquezas (salários, compras, impostos, parcerias e resultados), os relacionamentos conflituosos com a sociedade costumam acontecer desde há algumas décadas, principalmente nos temas de problemas socioambientais e no uso da terra e da água.

Certamente, a sociedade entende os benefícios dos produtos de papel para ela, mas deseja estar bem informada e segura em relação aos problemas que possam ser trazidos por essa industrialização em relação à sua saúde, segurança, bem-estar e compartilhamento no uso dos recursos naturais, cada vez mais escassos ou limitados. Basicamente, qualquer grupo social tem a postura de querer entender melhor e ter garantias de que as operações industriais e florestais sejam seguras, pouco impactantes e que os benefícios advindos da atividade possam também ser usufruídos por outros além das empresas e empresários do setor.

Frente às diversas situações conflituosas que aconteceram em passados não muito distantes, entre os anos 1960's a 1990's, esse setor ainda tem sua imagem com algumas máculas e gera dúvidas nas comunidades, tanto quanto às suas florestas plantadas como às suas fábricas e produtos.

Apesar da significativa melhoria em relação à imagem setorial, principalmente a partir do início do século atual, ainda há um longo caminho na busca de uma mais ampla aceitação desse setor pelas partes interessadas da sociedade. Não restam dúvidas de que as certificações ambientais e florestais, bem como as modificações tecnológicas introduzidas nas fábricas, florestas e na logística de transporte foram responsáveis pela atenuação dos conflitos e na melhoria da imagem setorial. Também, a maior transparência, os comprometimentos empresariais e os mecanismos de diálogo florestal e empresarial colaboraram para que esteja acontecendo uma gradual melhoria no entendimento da sociedade em relação a esse setor.

A percepção pública sobre qualquer setor é construída pelo que as pessoas ouvem e acreditam sobre as coisas desse setor. Atualmente, com a explosão dos meios de comunicação, principalmente pelas redes sociais, televisão, rádio e jornais impressos ou digitais, as pessoas são literalmente bombardeadas por informações, muitas das quais são do tipo "fake news". Portanto, está cada vez mais fácil a disseminação de informações sobre qualquer coisa; e a custos insignificantes. Infelizmente, a capacidade de se viralizar uma informação negativa é muito maior do que se disseminar uma informação sobre coisas boas e úteis para a sociedade. Talvez isso seja fruto da própria cultura que os veículos de comunicação vêm praticando há décadas.

As percepções podem variar desde aquilo que um único indivíduo possui sobre algo, até à percepção coletiva, que pode ser entendida como algo que se transforma em crença pela maioria de uma comunidade regional, nacional ou internacional. Isso conduz então à formação de uma imagem setorial, ou seja, de como um setor é enxergado pela maior parte dos cidadãos.

Existe atualmente uma enorme facilidade disponibilizada ao setor para que ele possa se pronunciar e informar acerca de seus benefícios, ou para esclarecer dúvidas ou mitos arraigados nas percepções das pessoas. É uma questão apenas de usar e de saber usar esses canais. E de ter coragem para fazer isso - e de forma bem feita. Lembrar apenas que os canais atuais de comunicação são de mão dupla; eles podem ser facilmente utilizados pelo setor e seus amigos; bem como pelas partes contrárias, que não acreditam ou desaprovam o setor.

O importante nesse processo de comunicação não é de buscar o conflito, mas de disponibilizar a informação de “grão-em-grão” de forma segura, confiável e honesta ao longo de um processo permanente e qualificado.

Procurarei a seguir elencar 26 passos que entendo possam ajudar nesse caminho de tornar a imagem do setor mais favorável em futuro próximo:

- a) O primeiro passo é melhorar a comunicação e a informação dentro do próprio setor, junto às pessoas que trabalham no setor, sejam funcionários próprios ou terceiros de relação direta. Isso para que cada pessoa relacionada ao setor possa se converter em uma espécie de “porta-voz” bem informada sobre coisas importantes de sua empresa e setor.
- b) Selecionar os temas a esclarecer e as informações críticas e vitais a serem divulgadas e consolidadas.
- c) Utilizar uma linguagem acessível, capaz de ser entendida por qualquer público, desde acadêmicos e intelectuais até um cidadão comum, simples e até mesmo analfabeto. Infelizmente, esse é um dos maiores problemas das empresas e associações de classe, que tendem a ter mais uma linguagem empresarial, técnica ou até financeira, destinada a acionistas, bancos, engenheiros e investidores.
- d) Trabalhar coletivamente para a geração e divulgação das informações e não cada organização apenas por si própria, tentando mostrar ser melhor e mais qualificada que as demais.
- e) Ter exemplos palpáveis e significativos para corroborar seus benefícios à sociedade.
- f) Ser claro, transparente e honesto em relação ao que for informar, ainda que seja um tema polêmico e que possa mostrar fragilidades do setor ou da empresa.
- g) Estar aberto ao diálogo, principalmente com os principais interlocutores da sociedade (jornalistas, legisladores, técnicos, acadêmicos, políticos, etc.). Jamais faltar ou enviar pessoa não preparada a um compromisso de diálogo.
- h) Buscar o consenso e não o confronto, nem que seja para obter apenas um pequeno avanço em relação ao tema sendo questionado ou identificado como problema a solucionar.
- i) Direcionar o processo de comunicação de forma mais informal, valendo-se menos da propaganda paga (e cara) e mais das informações honestas e claras divulgadas através dos veículos de redes sociais (Twitter, FaceBook, LinkedIn,

YouTube, WhatsApp, etc.) e dos websites das empresas e de associações de classe e instituições científicas (técnicas, ambientais e empresariais).

- j) Ter absoluta certeza de que a informação a ser veiculada está correta, é adequada e verdadeira, principalmente se for para abordar temas conflituosos ou críticos, tais como: plantações em monocultivos, transgenia, utilização da terra rural, toxicidade dos resíduos, planos de evacuação em casos de acidentes ambientais, etc.
- k) Nunca falsear dados, procrastinar, adulterar informações ou documentos. Jamais apresentar só a versão positiva de um fato, ocultando os potenciais problemas. Não se constrói uma imagem positiva a “partir de meias verdades”.
- l) Ter consciência e identificação dos problemas causados pelo setor e buscar soluções adequadas. Nem que o problema seja considerado “pequeno por afetar poucas pessoas”.
- m) Procurar balancear os “aspectos negativos inevitáveis no momento” com efeitos positivos ímpares da atividade, de forma que a sociedade possa entender o processo compensatório entre perdas e ganhos.
- n) Desenvolver mais a obtenção dos conhecimentos em falta para explicar melhor ou resolver os problemas que são razões das ansiedades da sociedade. Valer-se de pesquisas científicas e publicações qualificadas de autores renomados e com alta credibilidade.
- o) Compartilhar benefícios com as comunidades próximas aos empreendimentos, tais como: comprar localmente; empregar trabalhadores da região; parcerizar com produtores rurais pequenos, médios e grandes; desenvolver empresas locais recicladoras de resíduos; compartilhar terras com produtores rurais; promover a agrossilvicultura, etc.
- p) Promover e fortalecer a educação das comunidades próximas, apoiando as escolas regionais também para esclarecimento de dúvidas sobre o setor e para obter novos inputs que venham da sociedade.
- q) Criar fóruns de diálogos locais e regionais para comunicação aberta e entendimento com as partes interessadas.
- r) Jamais fugir do diálogo, estimulá-lo para que aconteça, desde que respeitoso por parte de ambos os lados para acelerar a solução de problemas e geração de benefícios para todos.
- s) Fortalecer e melhorar a qualidade e a “entendibilidade” da comunicação através de bem elaborados e claros relatórios de sustentabilidade, websites, veículos nas redes sociais, jornais, noticiosos, etc. Procurar a deselitização no processo de comunicação, envolvendo e sensibilizando os interlocutores de forma a que todos colaborem para a consolidação da imagem e percepção setorial de maneira a mais positiva possível.
- t) Lembrar sempre que “toda a unanimidade é burra”, como afirmara o saudoso dramaturgo brasileiro Nelson Rodrigues. As diferenças de opinião e as diferentes visões sobre um mesmo fato nos ajudam a melhorar, entender, engrandecer e resolver, caso estejamos assim querendo fazer.



TECNICELPA

Associação Portuguesa
dos Técnicos das Indústrias
de Celulose e Papel

E agora, algumas finalizações:

- u) Abrir e não fechar portas e janelas.
- v) Ser proativo e não apenas reativo.
- w) Gerar credibilidade e não desconfianças.
- x) Parceirizar onde for possível, até mesmo no processo de comunicação institucional, em especial com os websites e canais de comunicação à sociedade.
- y) Manter uma postura de alto desempenho, evitando aquela conhecida atitude de “low-profile” e de deixar “as coisas caminharem no andar da carruagem” ou de ir “empurrando com a barriga para ver como elas se ajeitarão”.
- z) Lembrar finalmente que tudo isso pode ser feito nos dias atuais de maneiras simples, baratas e efetivas, sem ter que

se gastarem fortunas em propagandas pagas aos veículos tradicionais de comunicação.

Em resumo, devemos manter um canal permanente de comunicação e diálogo de alta qualidade com as partes interessadas ou não da sociedade; porém esse canal deve ser claro, decodificado, compartilhado, honesto e produzido coletivamente pelas organizações do setor, sejam empresas, associações de classe, institutos de pesquisa, conselhos, federações de indústrias, sindicatos, etc.

Será que isso tudo daria certo e seria feito pelos atores do setor? Acredito que sim, com certeza a situação melhoraria em muito. E até que isso está em grande parte já acontecendo, não é mesmo? Até outras ansiedades e problemas poderiam surgir para serem trabalhados. Com isso, iremos todos pavimentando nossos caminhos em direção à almejada sustentabilidade setorial.

Vamos abraçar isso, então? Será que daria para ser logo?



CARLOS BRÁS

Sócio n.º 474

Carta aberta aos mais jovens



É com muito agrado que vos vejo a abraçar novos projetos de vida, juntando-se a esta nobre atividade de transformar uma matéria-prima natural (fibras da madeira) em produtos de pasta, papel e outros derivados, necessários à nossa vida.

A vossa escolha é uma prova de que a Indústria de pasta e papel em Portugal não está em declínio, antes pelo contrário, tem um futuro promissor. Fizeram-no porque perceberam que as empresas portuguesas deste setor estão a apostar no desenvolvimento de projetos sustentáveis assentes numa maior harmonia entre as pessoas, a tecnologia, o ambiente e as preocupações crescentes dos clientes em consumir produtos que, para além da sua utilização mais básica, possum uma marca de responsabilidade ambiental e social.

A vossa contribuição, na medida em que fazem parte de uma geração mais informada, mais digital e também mais consciente da urgência em preservar este planeta em que todos vivemos, é preciosa para modernizar a nossa indústria, transformando-a numa atividade crucial para o salto qualitativo necessário para a melhoria do bem-estar das pessoas.

Sei bem que gostam de ser desafiados e é por isso que vos escrevo esta carta.

Um novo mundo está a acontecer todos os dias, um mundo fascinante mas ao mesmo tempo incerto. A revolução tecnológica em curso está a acontecer a uma velocidade estonteante, mas o que está para acontecer é muito mais do que qualquer um de nós possa imaginar. São vocês que são já hoje e serão no futuro os agentes desta mudança.