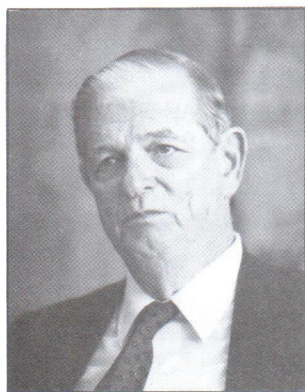


ENTREVISTA

BORIS TABACOF
Presidente da Bracelpa



*"O Distribuidor
Independente
é peça
indispensável
na cadeia
produtiva
do papel.
Sou a
favor do
fortalecimento
desses
Distribuidores,
imprescindíveis
para o
crescimento e
melhor
atendimento
ao mercado."*

Qual a atual situação do mercado de celulose e papel? Inicia-se um novo ciclo de desenvolvimento?

Já é forte a recuperação dos preços da celulose e identificam-se também os primeiros sinais de recuperação dos preços do papel. Embora seja necessário aguardar um pouco para que essa situação se confirme como uma tendência, acreditamos que durante 1999 o preço se recuperará de forma gradual.

Um dos fatos que indicam essa perspectiva é a presença mais forte no mercado dos países do Sudeste Asiático, que tiveram o consumo abalado depois da crise e estão retomando pedidos.

A situação atual é decorrente da racionalização internacional dos negócios envolvendo papel e celulose. Houve redução da oferta mundial de celulose, em razão do fechamento, especialmente nos Estados Unidos e na Europa, de algumas fábricas. Além desse longo período de preços baixos, a decisão de fechamento dessas unidades considerou que, sendo antigas, essas fábricas se tornaram obsoletas, inviabilizando custos competitivos e incompatibilizando produção e meio ambiente. Com o fechamento, a oferta mundial de celulose foi reduzida em cerca de 7 a 8%.

A entrada em operação de novas máquinas de papel foi outro fato que contribuiu para a recuperação dos preços. Começaram a operar três novas unidades de papel na China (cerca de 400 mil toneladas cada uma) e uma similar na Indonésia. Reduziram-se, portanto, os estoques de celulose nesses países que, então, precisaram recorrer ao mercado internacional.

Quais os reflexos dessa situação no mercado interno?

O setor de celulose e papel tornou-se globalizado muito antes de que se falasse em globalização como uma tendência. Mercado interno e externo são vasos comunicantes tanto para o bem como para o mal, ou seja, preços internos e externos evoluem de maneira semelhante. Apesar de termos registrado internamente um fraco desempenho durante o primeiro trimestre, já há sinais de recuperação de consumo e de preços.

No âmbito brasileiro, há planos de investimentos em celulose e papel? O que o setor precisa para viabilizar esses projetos?

Em razão desse longo ciclo de declínio de preços

e também da demanda interna fragilizada, os projetos brasileiros mais significativos estão em compasso de espera. Este ano serão revistas posições nesse sentido e há probabilidade de retomada desses projetos. Nitem que não há um plano setorial; cada empresa definirá sua estratégia em função das tendências do mercado.

Para a retomada dos investimentos, o setor conta com a recuperação do mercado, mas também serão necessárias melhores condições de acesso ao capital, sejam linhas de crédito ou financiamento, porque esta indústria requer capital intensivo. Precisamos de recursos compatíveis àqueles de que dispõem nossos competidores internacionais. A questão tributária é também muito relevante.

Há algum tempo, em um Fórum da Anave sobre globalização, o senhor repetia um estu­dioso que dizia mais ou menos assim: “Só não me venham pedir empregos”. Parece-nos que realmente será cada vez menor o número de oportunidades de emprego. Que considerações o senhor faria hoje a esse respeito?

Hoje, o ritmo de crescimento do emprego industrial não é o mesmo do passado. À medida que a indústria evolui tecnologicamente, buscando cada vez melhores condições de competitividade, diminui o nível de emprego.

Entretanto, se o emprego industrial hoje caminha mais devagar, as oportunidades na área de serviços são maiores e melhores. Nos setores não-industriais, onde se situam a Distribuição de Papel e muitos outros, o nível de emprego tende a evoluir positivamente.

No processo de consolidação do mercado, há espaço para o distribuidor independente?

Sim, há espaço. O Distribuidor Independente é peça indispensável na cadeia produtiva do papel. Sou a favor do fortalecimento desses Distribuidores, imprescindíveis para o crescimento e melhor atendimento ao mercado.

O setor precisa necessariamente de uma rede de distribuição, porque grandes máquinas não têm flexibilidade para atender à enorme variedade de usuários de papel existente. Isto é, sendo o universo de consumidores de papel bastante pulverizado e milhares os pontos a serem atendidos - pequenas gráficas e outros estabelecimentos - é de fundamental importância uma eficiente rede de distribuição.

Novos Rumos para o Canal Sinapel

Este informativo do SINAPEL, quando criado, objetivava levar ao mercado de distribuição de papel informações que permitissem visualizar as ocorrências econômicas de maneira clara, auxiliando a rápida tomada de decisões diante das mudanças em nossa economia. Abriu-se espaço para mostrar o perfil de empresas do setor de distribuição, bem como suas iniciativas e também para que fabricantes e fornecedores apresentassem novos produtos. Publicaram-se artigos assinados por militantes do setor. Temas como importação, ex-

portação, crédito, economia, estatística, produção de papel e muitos outros foram versados pelos melhores articulistas.

A medida que as publicações do Canal se sucediam, introduziram-se nele outros assuntos e matérias que reputávamos de interesse geral. Assim, foram comentados os mais importantes dispositivos do novo Código de Trânsito e alguns leitores descobriram que acender as luzes dos veículos nos túneis é obrigatório mesmo durante o dia. A língua portuguesa também mereceu destaque e temos certeza de que, hoje, muitos preferirão

escrever *cuchê*, em vez de *'couché'*; *ofsete*, em vez de *'offset'*; etc...

A partir do próximo número do Canal SINAPEL, pretendemos dar novos rumos ao Informativo que, muito em breve, esperamos tornar-se revista. Para que isso ocorra, necessitamos de colaboração, de sugestões e de críticas, que sempre serão bem-vindas. Que também não falem voluntários dispostos a cooperar redigindo artigos para publicação. Portanto, é fundamental, para nós da Diretoria do SINAPEL, ouvir os Associados.

VAS

VAPT-VUPT

A SPP-NEMO, contribuindo para que o setor gráfico-industrial seja cada vez mais profissionalizado e bem informado, vem promovendo trabalho bastante útil. No ano passado, realizou 'workshop' intitulado "O futuro e a Evolução do Mercado Gráfico e Papeleiro" e, recentemente, propiciou a equipes de vendas de gráficas das principais capitais brasileiras um esclarecedor seminário sobre produtos auto-adesivos. Outra relevante iniciativa da Distribuidora foi o lançamento, com exclusividade, do catálogo da linha de *cuchê* procedente da França, da Arjo Wiggins, de suma utilidade a 'designers' gráficos, impressores e compradores.

A CIA. SUZANO promoveu o I Encontro Nacional dos Distribuidores e, durante o jantar realizado em 16 de abril, premiou os cinco distribuidores que registraram o melhor desempenho em vendas durante os seis meses da campanha "Conquista do Espaço":

- FABRIPEL
- BUONANNO
- RIO BRANCO
- LABATE
- MERCANTE PAPÉIS

Cinco profissionais de vendas dessas empresas também foram contemplados: uma viagem para Cabo Canaveral (EUA), com direito a um acompanhante.

EMBALAGEM PAPEL CARTÃO – APROVADA PELA NATUREZA -

Aumentar o consumo de cartão é o principal objetivo da campanha institucional lançada neste mês de maio. Ela envolve oito fábricas do produto e é coordenada pela Bracelpa – Associação Brasileira de Celulose e Papel. Fundamentalmente, o apelo publicitário pretende conscientizar a população sobre a importância e as vantagens do uso de embalagens de cartão, ecologicamente corretas, por serem biodegradáveis e recicláveis. Além disso, o cartão é eficiente sob o ponto de vista mercadológico porque apresenta características adequadas ao acondicionamento dos mais diversos produtos e é perfeitamente compatível com todos os tipos de impressão gráfica, abrindo múltiplas possibilidades para a criação de embalagens, também no que diz respeito a formato. O projeto é abrangente. Compreende quatro anúncios impressos, estratégia promocional em festas tradicionais, exibição de 'outdoors' em São Paulo, Curitiba, Rio de Janeiro e Porto Alegre e ações educativas em estabelecimentos de ensino. No ano passado, foram produzidas 473 mil toneladas de cartão, 4,5% a mais do que em 1997.

24º FÓRUM DA ANAVE

Nos dias 23, 24 e 25 de agosto, no Auditório do Hotel Ca'd'Oro, será realizado o Fórum de Análise que anualmente é promovido pela ANAVE – Associação Nacional dos Profissionais de Venda em Celulose, Papel e Derivados. Neste ano, será analisado o futuro da indústria de celulose e papel, procurando-se delinear "A Busca de Caminhos para a Próxima Década".

Para mais informações sobre o Fórum da ANAVE, entre em contato com a secretaria da Associação, pelos telefones: (011) 279-8570 ou 279-7908.

EXPEDIENTE

CANAL SINAPEL - Publicação mensal do Sindicato Nacional do Comércio Atacadista de Papel e Papelão - **Presidente:** Vicente Amato Sobrinho - **Jornalista Responsável:** Gracia Matin - Reg. Prof. 14.051 (Fone: 6421-8124) - **Fotos:** Nelson Brunel's - **Produção, Arte, Fotolito e Impressão:** De Sá Copiadora Ltda. (Fone: 232-1858) - **Redação:** Praça Sílvia Romero, 132 - 7º andar - cj. 72 - Fones: 6941-7431 / 293-0922 - São Paulo - SP.



GOTAS DE VERNÁCULO (IV)

Aganemê

4.1 NÓS POR EU

Por modéstia, imposta pela tradição, é comum o emprego de **NÓS** por **EU**. Por isso se diz: "Nós seremos **ouvido**", ao invés de "Eu serei ouvido". O uso de "NÓS" em lugar do presunçoso "EU" é denominado "plural majestático". Nesse caso, o verbo vai para o plural porque concorda, em número e pessoa, com o sujeito "**nós**"; "**ouvido**" permanece no singular (não o plural **ouvidos**), concordando com **eu**, subentendido e substituído por **nós**.

Não fosse eu o sujeito substituído e a ação tivesse sido praticada por duas ou mais pessoas, diríamos: **Nós** (várias pessoas e eu) somos **ouvidos**.

4.2 CLEÓPATRA – CLEOPATRA

Em "Gotas de Vernáculo" (III), ao discorrermos sobre a sílaba tônica de **RECORDE**, lembramos que, hoje em dia, não obstante a preferência dominante por **CLEÓPATRA** (sílaba tônica: **Ó**), alguns (nós, humildemente) ainda insistem em **CLEOPATRA** (sílaba tônica: **PA**), invocando o latim, o grego, o espanhol e o italiano. Na verdade, a predominância de **CLEÓPATRA** não desanimou os que, desfilando lições razoáveis, continuam, inutilmente, defensores de **CLEOPATRA**. Vejamos:

- **DICIONÁRIOS/ENCICLOPÉDIAS**: Nos verbetes **cleopatrina** e **cleopatrizar** (o "Aurélio" ignora esses dois vocábulos nas duas edições e nas dezenas de reimpressões), encontramos referência ao nome da sedutora rainha egípcia, que se suicidou com picada de áspide.

- **PREFEREM CLEÓPATRA**: Cândido de Figueiredo, Larousse Cultural, Melhoramentos, Vocabulário da Academia de Ciências de Lisboa.

- **OPTAM POR CLEOPATRA**: Álvaro Magalhães, Enciclopédia e Dicionário Internacional, assim como Laudelino Freire.

- **CALDAS AULETE**: **CLEÓPATRA** E **CLEOPATRA**

- **ANTENOR NASCENTES**: Admite **CLEÓPATRA**, mas ensina que **CLEOPATRA** seria o correto.

Entre os nossos cultores do vernáculo, dignos de respeito, Mário Barreto e Júlio Noqueira

aconselham **CLEOPATRA**, enquanto Napoleão Mendes de Almeida professora **CLEÓPATRA**.

Para que todos os paladares sejam satisfeitos, "Nos Garimpos da Linguagem" (pág. 23), Luiz Autuori e Oswaldo Proença Gomes decidem-se por **CLEÓPATRA**. Teria sido erro de impressão ou de deslocamento consciente e proposital do acento diacrítico (do **o** para o **e**), isto é, uma arrepiante silabada?

Seja o que for, estamos convencidos de que prevalecerá **CLEÓPATRA** e restará, aos que porfiaram em lutar por **CLEOPATRA**, o consolo de repetir Cândido de Figueiredo, filólogo português e dicionarista, a propósito das infrações gramaticais em geral: "Ainda que seja tarde para o corrigir, a obrigação dos que estudam e amam a língua é apontar o erro, para remorso de todos nós." ("A Ortografia no Brasil", página 107).

Por derradeiro, não podemos esquecer a lição dos doutos: se a prosódia (parte da Gramática que estuda os acentos) já se firmou ou se generalizou em um sentido, a esse sentido devemos obedecer.

Que seja **CLEÓPATRA** para todo o sempre. Amém.

4.3 – "ONE-TIME"

Proposta sugerida pelo Sr. Vicente Amato Sobrinho: vamos dar tratos à bola para substituir a expressão "one-time" (tipo de papel usado uma só vez) por outra de cunho vernáculo.

Nós, despretensiosamente, submetemos à discussão:

- Descartável
- Uantaime
- Única Vez
- Univez.

Preferimos **UNIVEZ** (papel carbono Univez). Ridículo? Estrambótico? Neologismo inaceitável por não presente uma das condições de sua formação: não ter sido criado por autoridade no linguajar português?

Não desanimemos com a possível extravagância. Queimem todos os leitores as circunvoluções cerebrais e remetam outros

"neologismos" para a nacionalização do "one-time". Que o ramo papelero se distinga por ter obrigado futuros dicionaristas a acolher uma das suas criações, já que "Pretensão e água benta, cada um toma o que quer."

A propósito de neologismos, vem-nos à pena a censura de Mário Barreto aos que sentem horror a novidades: "Não fazemos guerra aos neologismos como os puristas acadêmicos ou academizantes, ou como certos gramáticos que, à vista de termos novos, rompem em gritos e gestos de antropopitecos selváticos. Todo neologismo parece-lhes blasfêmia."

Que seria dos idiomas, perguntamos nós, se, caturramente, histericamente, as pessoas se acastelassem nos limites de seu pobre vocabulário e rejeitassem os neologismos? Principalmente hoje, no chamado mundo globalizado em que vivemos?

4.4. ILUSTRAÇÃO

Esta coluna vem encimada por ilustração que trai o subconsciente de quem a criou. A pena usada nos tempos de antanho, espetada no velho e aposentado tinteiro, traz-nos à mente tempos há muito sepultados nas brumas do passado. Parece que o criador da imagem impressa quis apregoar aos quatro cantos: "Que ranço, que mofo, que caduquice trazer à luz do dia questiúnculas de portugueses que ficariam bem postas no início deste século."

Não é essa a nossa opinião porque entendemos, como insiste também o presidente Vicente Amato Sobrinho, que todos devemos porfiar no estudo permanente e sistemático do idioma pátrio. Mais do que um cartão de visita artística e cuidadosamente impresso, vale o falar fluente e correto e, tanto quanto possível, escoimado de solecismos e barbarismos. Tanto quanto possível, ressaltamos, pois todos nós sempre erraremos: uns quase nada, outros um pouco e os demais, muito. Repetindo emérito professor: "... nisto do falar e do escrever, como nas outras coisas, o bom peca sete vezes no dia e setenta vezes sete o mau."

CANAL SINAPEL

Praça Sílvia Romero, 132 - 7º and. - cj. 72
CEP 03323-000 - São Paulo - SP.

IMPRESSO