Mercado gráfico aguarda resolução que estabelece regras para o **papel imune**

Instituída em 1946, a imunidade tributária privilegia a impressão de livros, revistas e demais materiais destinados à promoção da cultura. No entanto, o uso irregular, para fins comerciais, vem sendo identificado pelo mercado e pelas autoridades há mais de 30 anos.

Ada Caperuto

Estabelecida na Constituição Federal de 1946 e mantida até hoje, a imunidade tributária visa a baratear a produção de livros, jornais e periódicos como forma de estimular a atividade intelectual, científica, artística e a divulgação da cultura de maneira geral. O uso impróprio do papel imune de impostos, porém, desvirtua as nobres intenções da lei original e é um dos fatores que contribuem para desequilibrar a concorrência saudável entre as empresas do setor gráfico. A solução para o uso irregular desse papel em atividades de impressão de cunho comercial depende não só de uma resolução normativa a ser definida pela Receita Federal, mas também de conscientização por parte dos empresários.

Quando essa imunidade tributária foi criada, o objetivo era subsidiar a impressão de livros didáticos. O diretor do departamento jurídico da Cia. Melhoramentos de São Paulo, Accassio de Jesus, relata que, em 1946, a empresa, então proprietária de uma gráfica e de uma editora, possuía uma filial no Rio de Janeiro, ainda a capital da República e sede da Câmara dos Deputados. Interessado em baratear os livros que imprimia e ampliar a distribuição desse material para todo o País, um dos diretores da empresa, Evaristo Bianchini, pleiteou na Câmara aquilo que veio a ser instituído pela Constituição. Essa legislação ordinária regulou pela primeira vez a imunidade de papel linha d'água importado — a marca era feita durante a produção, com a compressão da massa do papel por um cilindro, criando uma imagem visível na observação em contraluz. O texto, porém, não mencionava que esse papel livre de impostos deveria ser utilizado para impressão de livros, revistas ou jornais, como acontece hoje; apenas o papel tinha imunidade, e somente o importado.

A partir daí, as gráficas que imprimiam jornais e revistas, e também as editoras, passaram a importar papel linha d agua para se beneficiar dessa lei. Havia um controle rígido da Recebedoria Federal (a atual Receita Federal). "Essas empresas deveriam registrar em um livro de controle o papel recebido e o utilizado. As aparas só poderiam ser

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.

destinadas a uma fábrica de papel para reutilização, jamais para outras empresas. Na década de 1950, era freqüente as gráficas venderem para os açougues as sobras de papel linha d'água usado na impressão de livros e revistas. Isso deu muito problema", informa Accassio. Outra exigência era o envio para a Recebedoria, então com sede em Santos, no Estado de São Paulo, de um exemplar de cada publicação impressa em papel linha d'água — a prova do uso legal do insumo.

Os livros, jornais e revistas, no entanto, continuavam tributados. Com a imunidade do papel, barateava-se uma parte dos custos, obtendo-se uma economia de aproximadamente 15% graças ao não recolhimento do Imposto de Importação e do Imposto de Vendas e Consignações — calculados no desembaraçar da mercadoria — e do IPI, na época denominado Imposto de Consumo.

Mais tarde, o governo do Estado de São Paulo criou uma isenção — e não imunidade — para livros, jornais e revistas. "Isso não constava da Constituição Federal. São Paulo foi pioneiro ao criar isenção do Imposto de Vendas e Consignações, o que hoje é o ICMS. Esse imposto, que tinha alíquota de 6%, era aferido por meio de selos colados nas duplicatas", explica o diretor da Melhoramentos. Também havia outro imposto municipal, Indústria e Profissão (IP), recolhido pelas empresas de prestação de serviços e, por conta dos trâmites burocráticos vigentes, pago dois anos depois de apresentada a declaração.

Em 1954, o então prefeito Jânio Quadros isentou livros, jornais e revistas do IP, determinando ainda que 10 exemplares de cada publicação fossem destinados às bibliotecas públicas. Essa legislação vigorou até 1967, quando a nova Constituição Federal imunizou papéis e publicações — resolução mantida na última reforma, de 1988.

Atualmente, fabricantes, distribuidores, importadores, empresas jornalísticas e editoras, bem como as gráficas que realizarem operações com papel destinado à impressão de livros, jornais e periódicos e que possuam o registro especial na Secretaria da Receita Federal do Ministério da Fazenda, estão obrigados a apresentar o dispositivo legal da imunidade — a Declaração Especial de Informações Relativas ao Controle do Papel Imune (DIF), instituída pela IN SRF n? 71/2001.

ALERTA AO MERCADO

Para a Receita Federal, o uso indevido do papel imune representa a perda de aproximadamente R$ 500 milhões ao ano na arrecadação de ICMS. Diante desse quadro, autoridades e o setor gráfico, por intermédio de suas entidades representativas, iniciaram um trabalho de conscientização e esclarecimento do uso do papel imune. Como principal entidade do setor no País, a Abigraf engajou-se no combate a essa prática ilegal. Juntamente com associações e sindicatos representativos de fabricantes e distribuidores de papel, a associação divulga informações ao mercado, esclarecendo sobre os riscos e penalidades inerentes ao desrespeito à legislação.

Juntamente com associações e sindicatos representativos de fabricantes e distribuidores de papel, a Abigraf divulga informações ao mercado, esclarecendo sobre os riscos e penalidades inerentes ao desrespeito à legislação.

De acordo com Mário César de Camargo, ex-presidente da Abigraf Nacional, que vem acompanhando esse processo desde 2001, quando do início de seu primeiro mandato, as investigações da Receita Federal transcorrem há pelo menos seis anos, com o objetivo principal de criar um novo parâmetro para a DIF. Nesse sentido, a entidade forneceu expressivo volume de informações sobre o setor, em especial, para demonstrar quais são as empresas usuárias de papel imune. Com esses subsídios torna-se possível para a Receita fazer cruzamentos de dados e definir esses novos parâmetros. No entanto, até o mês de maio esse assunto continuava sem novidades. "Não houve evolução alguma nas últimas reuniões das quais participei na Receita, mas acredito que tenham informações suficientes para fiscalizar empresas que consomem e compram papel imune", declara Camargo.

O que a Abigraf fez foi apenas demonstrar à Receita os métodos utilizados para desvio de papel, o funcionamento da DIF e os caminhos para fiscalizar, além, é claro, de cobrar um retorno por parte das autoridades. Para o empresário, uma opção seria chamar"' a atenção dos fiscos estaduais: "São órgãos física e geograficamente mais próximos das empresas. Devido à menor área de abrangência, a fiscalização poderia ser mais rápida. Esse trabalho, porém, seria uma responsabilidade das regionais da Abigraf".

De acordo com Andrés Romero Gonzalez, presidente da Associação Nacional dos Distribuidores de Papel, entidade aliada à Abigraf em suas ações perante a Receita Federal, havia um erro de entendimento acerca do que o papel imune representa em termos de usuários e também em relação ao volume e aos caminhos pelos quais este é desviado. Ele acredita que um importante avanço no tema foi a sugestão de refazer o cadastro da Receita das empresas inseridas nesse regime especial. "Solicitamos o aperfeiçoamento na redação da nova instrução normativa quanto ao assunto, mas esse é o último *status* que temos".

Embora a resolução seja aguardada pelo mercado, Mário César de Camargo considera que o trabalho empreendido nestes seis anos foi fundamental. "Tomamos uma atitude empresarial transparente, em nome de um país correto, mais justo e de uma concorrência equitativa. A Abigraf fez sua parte ao expor o problema publicamente e concitar os empresários a um comportamento equânime. Isso agora fica no nível da consciência de cada um", declara Camargo.

Coragem para ser grande

Existe uma percepção ao redor do mundo de que os americanos fazem tudo com excessiva grandiosidade: residem em casas com muito mais espaço do que o necessário, consomem porções enormes ao jantar. E claro que isso não passa de generalização improcedente. No entanto, a máxima "quanto maior, melhor" se aplica perfeitamente à indústria gráfica dos EUA quando se fala da coragem necessária para investir pesado em equipamentos.

[Mark Michelson, EUA]

Todo empresário gráfico consciente sabe que seus contínuos investimentos em equipamentos altamente automatizados irão capitalizar dividendos enormes sob a forma de maior produtividade e significativas reduções no desperdício de material e nos custos de mão-de-obra, o que resultará em produtos de alta qualidade, preços menores e prazos mais curtos. Já os gráficos que ainda não se modernizaram — e também aqueles que não avaliaram com profundidade suas opções — estão colocando em risco o futuro de suas organizações. Tanto para os que estão na liderança quanto para os que se mantêm na retaguarda, o ano de 2008 oferece uma oportunidade única de testemunhar o poder da impressão na maior das escalas. Em nenhum outro lugar do mundo haverá mais "aço pesado" montado em um único evento do que na Drupa, em Düsseldorf, Alemanha, de 29 de maio a 11 de junho.

As empresas gráficas dos Estados Unidos encaram os mesmos desafios que suas assemelhadas em outras partes do globo. Investindo em uma nova impressora offset plana ou rotativa, os impressores americanos — desde uma gráfica de bairro até gigantes da indústria, como RR Donnelley e Quad/Graphics — percebem que a única forma de se manterem competitivos em uma indústria de grande concorrência é manter plataformas de produção de última geração e automatizar os fluxos de trabalho. Para muitas empresas daquele país, em anos recentes isso tem significado substituir por completo o equipamento ultrapassado, em vez de simplesmente acrescentar máquinas à capacidade de produção existente.

Por exemplo, uma impressora offset plana moderna com trocadores de chapa totalmente automatizados, dispositivos automáticos de lavagem dos cilindros de blanqueta e de impressão, pré-acerto das chaves do tinteiro, controles de cor e conectividade CIP4-JDF pode substituir, muitas vezes com maior produtividade, diversos modelos mais antigos. Nos Estados Unidos, impressoras de seis cores equipadas com vernizes são comuns no mercado de impressão offset plana comercial de folha inteira. Mas, em virtude da incessante busca de diferenciais, as gráficas agora estão optando por modelos de 8, 10 e 12 cores, dotados de recursos como impressão UV plena ou híbrida, reversão de folha, alimentadores do tipo bobina-para-folha, unidades duplas de verniz e acabamento em linha.

Essas novas impressoras "bombadas" permitem que designers criem

Euroman, da MAN Roland

peças que incorporam cores, vernizes e efeitos especiais extraordinários. Elas também ajudam as gráficas a expandir seus negócios além do mercado de *commoãities* para outros nichos, podendo utilizar novos substratos, como plásticos e cartões. E, mais importante, o uso dessas máquinas reduz os custos fixos — graças à redução do desperdício e da mão-de-obra necessária — e aumenta a capacidade de produção, o que por sua vez cria oportunidades para que os vendedores conquistem trabalhos de melhor qualidade e maior margem de lucro.

Novos modelos de impressoras planas de formato menor incorporam muitas opções para acelerar os acertos, bem como reduzir a maculatura de papel e o desperdício de produtos químicos durante o arranque e as trocas de serviço. As tendências atuais nessa categoria de impressoras incluem aumento do tamanho de formato, para processamento de folhas maiores e ganho de produtividade, maiores velocidades de impressão e avanços em automação que aumentam a saída. Como a impressão com baixas tiragens continua a proliferar, a capacidade de fazer dinheiro realmente se resume na velocidade dos acertos da impressora e no número total de serviços que podem ser produzidos durante um turno normal. Esta tendência ficou clara na recente feira Graph Expo, em Chicago, na qual o movimento de sustentabilidade ambiental que varre os Estados Unidos também foi fortemente enfatizado. No evento, Komori, xpedx (distribuidora da Ryobi) e Sakurai apresentaram impressoras de formato menor incorporando automação e avanços na redução de resíduos. Um exemplo é a Komori LSX29 de meia-folha, que processa folhas de até 24 x 29,5 polegadas. Ela apresenta uma função de arranque de alta velocidade de 12 mil folhas por hora para redução da maculatura; limpeza dos cilindros de blanqueta e de impressão por simples toque de botão; troca de chapa totalmente automática em menos de 40 segundos; e um novo design de unidade de molha para a impressão livre de compostos orgânicos voláteis.

A série Ryobi 920 de formato maior também estreou. A plataforma de 24 x 36 polegadas permite a impressão de serviços com oito múltiplos tanto no formato A4 quanto no formato carta, em velocidades de até 16,2 mil folhas por hora. Recursos padrão e opcionais englobam

Anúncio

troca de chapa semi-automática; lavagem automatizada de blanqueta e rolos de tinta; tintagem programada e controle de densidade de tinta; e conectividade CIP4-JDF. A Sakurai também lançou uma impressora de formato maior, com o modelo 96, série SD, de 25x38 polegadas. Ela está disponível em configurações de quatro a seis cores com verniz e reversão, e pode rodar em velocidades de até 16 mil folhas por hora.

A Heidelberg exibiu uma Speedmaster SM 52-4+LX de 20 polegadas e quatro cores, com sistema Anicolor. A tecnologia pode reduzir a maculatura de papel de acerto para 20 folhas ou menos e reduz o tempo de acerto. Com quatro impressoras Anicolor SM 52 em operação, a Taylor Corporation, de Minnesota, é o primeiro cliente dos Estados Unidos, e já fez pedido para muitas mais. Fala-se que, até a realização da Drupa, a tecnologia Anicolor não irá além da plataforma SM 52 de 20 polegadas, mas as novas configurações exibidas na feira irão incorporar mais unidades de impressão e opções de reversão.

DRUPA DO FORMATO GRANDE?

A grande novidade da Heidelberg, no entanto, são as impressoras de formato extragrande Speedmaster XL 145, de 56 polegadas, e Speedmaster XL 162, de 64 polegadas, programadas para estrearem na Drupa. A KBA tem dominado esse segmento nos EUA até agora, e alguns analistas prevêem que a Drupa 2008 ficará na história das artes gráficas como a "Drupa do Formato Grande" (a Drupa 2004 ficou lembrada como a "Drupa do JDF"), acreditando que, em resposta, os concorrentes da Heidelberg colocarão mais ênfase nas ofertas de impressoras planas de formato grande em seus estandes.

Desenvolvimentos mais recentes na faixa de impressoras de 40 polegadas incluem a Roland 700 DirectDrive, da MAN Roland. Impressoras equipadas com tecnologia de servomotor individual podem cortar os tempos de acerto em até 60%. Ideal para a impressão de pequenas tiragens, todas as chapas podem ser trocadas simultaneamente ao processo de lavagem. Uma impressora Diamond 3000 LS de oito cores, equipada com tecnologia SimulChanger, foi o centro das atrações no estande da Mitsubishi. O SimulChanger permite trocar as chapas de todas as unidades de impressão ao mesmo tempo em aproximadamente um minuto.

Rapida 130, alimentada a bobina, da KBA

As rotativas offset comerciais brilharam no estande da Goss, onde a empresa anunciou que a tecnologia de tintagem digital DigiRail agora é oferecida como opcional nos modelos novos de rotativas M-600 e Sunday sem canal, ou como pós-equipagem para algumas impressoras Goss existentes.

A tecnologia substitui o tradicional fornecimento de tinta analógico do tipo "tinteiro aberto" por dispositivos digitais *inkpack,* que alojam bombas a engrenagem de baixo torque em linha. As bombas alimentam pulsos de tinta ao trem de tintagem por meio de válvulas individuais controladas digitalmente. Cada *inkpack* para aplicações de rotativas comerciais possui um motor sincrônico de corrente alternada e 12 válvulas dosadoras de tinta individuais, que operam no modo binário liga/desliga. Cada válvula é pulsada por sinais digitais separados, permitindo o fornecimento preciso de volumes de tinta.

A rotativa comercial 4x4 Euroman, da MAN Roland, também está sendo oferecida agora ao mercado norte-americano. A Euroman substitui a tradicional impressora comercial de 38 polegadas de banda dupla por um design mais eficiente de banda simples e quatro unidades. A gráfica Hi-Liter/Inland Graphics, em Wisconsin, é a primeira instalação da Euroman na América do Norte.

Como de costume, ao se aproximar o evento mais importante da indústria gráfica, os fabricantes de impressoras em geral evitam revelar antecipadamente suas estratégias de produtos específicos para a Drupa. Mas eles, com certeza, não deixarão de proporcionar uma visão da tecnologia atual e, especialmente, vislumbres dos desenvolvimentos futuros da indústria.

A família e a empresa

Os palestrantes (E/D) Carlos Alberto Gramani, Olga Stankevicius Colpo e Luiz Kignel

A Abigraf, com apoio da ABTG e do Sindigraf, promoveu palestra sobre governança familiar e planejamento sucessório, assuntos sempre presentes no cotidiano dos empresários gráficos.

Provavelmente você já ouviu falar em governança corporativa — conjunto de políticas, leis e regulamentos que estabelecem a forma como uma empresa é dirigida. Esse mesmo modelo começa a extrapolar o âmbito empresarial, já existindo no Brasil consultorias especializadas em governança familiar, que visa justamente a administrar a organização familiar e o uso dos bens com o objetivo de preservar o patrimônio para as gerações futuras.

Para falar sobre esse tema que engloba questões sucessórias, a Abigraf promoveu a palestra *Governança Familiar e Family Office,* patrocinada pelo Safdié Private Banking, no dia 6 de maio, em sua sede, no bairro do Paraíso. Cerca de 70 pessoas participaram do evento, conduzido por Carlos Alberto Gramani, economista, contador e administrador de empresas; Luiz Kignel, advogado; e Olga Stankevicius Colpo, sócia-diretora da PriceWaterhouseCoopers.

Carlos Gramani, que dedicou os últimos cinco anos ao desenvolvimento e implantação de modelos de governança familiar, iniciou sua palestra lembrando que a família é uma instituição de longo prazo, que necessita de mecanismos especiais para ser preservada com conforto, harmonia e respeito ao patrimônio comum. Explicando os objetivos da governança familiar, Gramani comentou que, diferentemente da gestão corporativa, que tem como obrigação a geração de resultados, a meta da governança familiar é o conforto aliado à preservação do patrimônio: "Não se pode pensar em resultados à custa da dissolução da família, nem em conforto à custa da destruição do patrimônio".

Um projeto nessa área envolve em primeiro lugar a coleta de informações sobre as pessoas que compõem a família, suas necessidades e aspirações e os bens de que dispõem. O passo seguinte é o diagnóstico da situação, a determinação das alternativas e a montagem de um modelo de governança familiar e, quando viável, a implantação de um *family office,* descontaminando a operação empresarial dos assuntos familiares.

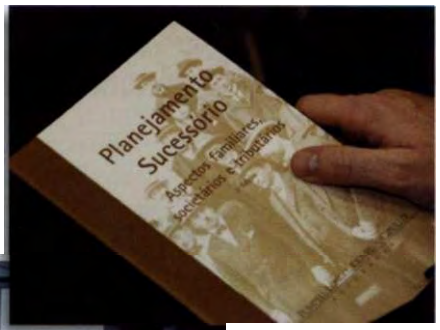
ASPECTOS JURÍDICOS

Luiz Kignel, autor do livro *Planejamento Sucessório - Aspectos Familiares, Societários e Tributários,* falou sobre estruturas jurídicas preventivas para a sucessão patrimonial e o novo Código Civil. O advogado abordou os regimes de casamento e as mudanças trazidas pelo atual Código Civil, como a possibilidade de alteração do regime de casamento. Levantou também questões que envolvem a união estável (convivência duradoura, pública e contínua de um casal) e seus reflexos para o patrimônio, além das principais diferenças entre doação e testamento na transmissão e partilha de bens.

Os desafios das empresas familiares foi o tema abordado por Olga Colpo, especialista em gerenciamento de mudanças, reestruturação organizacional e negócios familiares. Segundo ela, as tarefas mais difíceis em uma empresa familiar é a transferência de comando e a solução de problemas de desempenho: "No processo sucessório, o fator mais crítico é a harmonização dos interesses, e nesse momento ferramentas, como a existência de um conselho de família, de um acordo de acionistas e uma visão clara do futuro ajudam muito".

A palestrante ressaltou a necessidade de capacitar os herdeiros desde cedo. Eles podem ser preparados não só para assumirem a empresa, mas igualmente para ocuparem o posto de acionistas, deixando a administração da companhia nas mãos de executivos.

Olga Colpo fez o encerramento da palestra pontuando questões-chaves para os fundadores e acionistas de empresas familiares, como qual o legado a ser deixado às futuras gerações, definição de estratégias de sucesso, análise de abertura de capital e quando a venda da empresa faz sentido. ^



CARLOS GRAMANI
gramanii8gramani.com

LUIZ KIGNEL
kignel@plkc.adv.br

OLGA STANKEVICIUS COLPO
olga.colpo@br.pwc.com

Fonte: Revista Abigraf, ano XXXIII, n. 235, p. 40-48, maio. 2008.