

QUADRIMESTRAL | Maio a Agosto | 26

 **api**graf

PREÇO 8,00€

ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DAS  
INDÚSTRIAS GRÁFICAS  
DE EMBALAGEM E DE  
COMUNICAÇÃO DIGITAL

# t&g

ENCONTRO APIGRAF:  
O FUTURO EM DEBATE

**#SOMOS  
#TODOS  
GRAFICOS**

 **api**graf

FESPA 2026:  
TECNOLOGIA,  
AUTOMAÇÃO  
E NOVOS MERCADOS

APIGRAF NA ESTRADA:  
SETE EMPRESAS,  
VÁRIAS REALIDADES  
DA INDÚSTRIA GRÁFICA

ACABAMENTO  
**GRUPO UV**

No. 293



A hand is shown splashing paint against a solid orange background. The hand is positioned in the lower-left quadrant, with fingers slightly curled. It is splashing two colors of paint: a vibrant blue and a bright orange. The paint is captured in mid-air, creating dynamic, fluid shapes that spread across the frame. The blue paint forms a large, central splash, while the orange paint is more concentrated in the upper-right and lower-left areas. The overall composition is energetic and visually striking.

# JUNTOS CAUSAMOS BOA IMPRESSÃO

COMMUNICATING  
TOGETHER



## PARTICIPAÇÃO | INFORMAÇÃO | FORMAÇÃO

A APIGRAF – Associação Portuguesa das Indústrias Gráficas, de Embalagem e de Comunicação Digital foi fundada em 14 de dezembro de 1974, sendo a representante a nível nacional dos interesses destas indústrias. Representa um setor constituído por 2110 empresas, que empregam mais de 23.000 trabalhadores e têm um volume de negócios global de 2,2 mil milhões de Euros.

A APIGRAF desenvolve uma importante atividade de **informação, formação, representação, sensibilização e promoção** relativa às empresas associadas e ao setor, tão necessária quanto efetiva.



Contacte-nos:

218 491 020 | 222 003 939 | [geral@apigraf.pt](mailto:geral@apigraf.pt)

# WWW.APIGRAF.PT



# SUMÁRIO

**EDITORIAL**  
Lopes de Castro

**ARTIGO CAPA**  
Encontro APIGRAF 2026

**EVENTO**  
SCREEN

**FESPA**  
FESPA 2026

05



08



34



36







## PRÉMIOS

Vencedor do Prémio  
"Jovens Gráficos"

## VISITAS

APIGRAF na Estrada



## CONDICIONAMENTO INDUSTRIAL

Grémio Nacional dos Industriais Gráficos

## AGENDA



## CONSELHO JURÍDICO

PPWR, O "REGULAMENTO  
DAS EMBALAGENS"

EDIÇÃO Nº. 293 – MAIO A AGOSTO DE 2026

PERIODICIDADE: QUADRIMESTRAL

DIRETOR: Paulo Dourado

PREÇO: 8€. Distribuição gratuita aos associados da APIGRAF.

REDAÇÃO: Jorge Lopes, Paulo Dourado, Pedro Santos

FOTOGRAFIA: Pedro Santos; Rafael Antunes

NÚMERO DE REGISTO NA ERC 127 383 | PROPRIETÁRIO E EDITOR APIGRAF, Associação Portuguesa das Indústrias Gráficas, de embalagem e de comunicação digital | NIPC 500 910 154 SEDE DO EDITOR E DA REDAÇÃO Largo do Casal Vistoso, 2-D, Esc. D 1900-142 Lisboa | DIREÇÃO EXECUTIVA NACIONAL Presidente - José Manuel Lopes de Castro / Tita Fernandes, Mário Gomes, José Paiva, Bruno Moluras, José Martins, Jaime Siopa, Sérgio Albuquerque | DEPÓSITO LEGAL 654/82 | TIRAGEM 1300 exemplares | PAGINAÇÃO BigUp Design Factory – BigUp Group | IMPRESSÃO E ACABAMENTO Jorge Fernandes, Lda. | SEDE Rua Quinta Conde de Mascarenhas, n.º. 9 2820-652 Charneca da Caparica | ACABAMENTO DA CAPA Grupo UV | PAPEL Soporset, fornecido pela The Navigator Company

Os artigos assinados expressam a opinião dos autores e não representam necessariamente a opinião da APIGRAF.

Estatuto Editorial disponível em [www.apigraf.pt/estatuto-editorial](http://www.apigraf.pt/estatuto-editorial)

# A Torraspapel agora é Polyedra



Uma nova identidade que reflete a solidez  
de um grupo de distribuição mais integrado,  
coordenado e preparado para crescer consigo



Visão **global**,  
ação **local**



Proximidade e  
**especialização**



Capacidade e  
**compromisso**

Centro de Atendimento ao Cliente: 211 900 201



## JUNTOS SOMOS MESMO MAIS FORTES!

Há momentos em que uma decisão institucional representa muito mais do que uma alteração estatutária. Representa uma forma diferente de olhar para o futuro de um setor. Vem isto a propósito da recente viabilização da adesão de empresas fornecedoras à APIGRAF, como associados extraordinários.

Há já vários anos que diversas empresas manifestaram o seu interesse em fazer parte da comunidade APIGRAF, apostando na vinculação como associados extraordinários para demonstrarem o seu efetivo compromisso com a evolução do setor e o sucesso das empresas suas clientes. Tal requeria, no entanto, um conjunto de etapas formais, em termos estatutários e institucionais, que permitem a partir do passado dia 30 de junho que tal se concretize. A APIGRAF vai agora divulgar a estas empresas as condições de adesão e a proposta de valor associada.

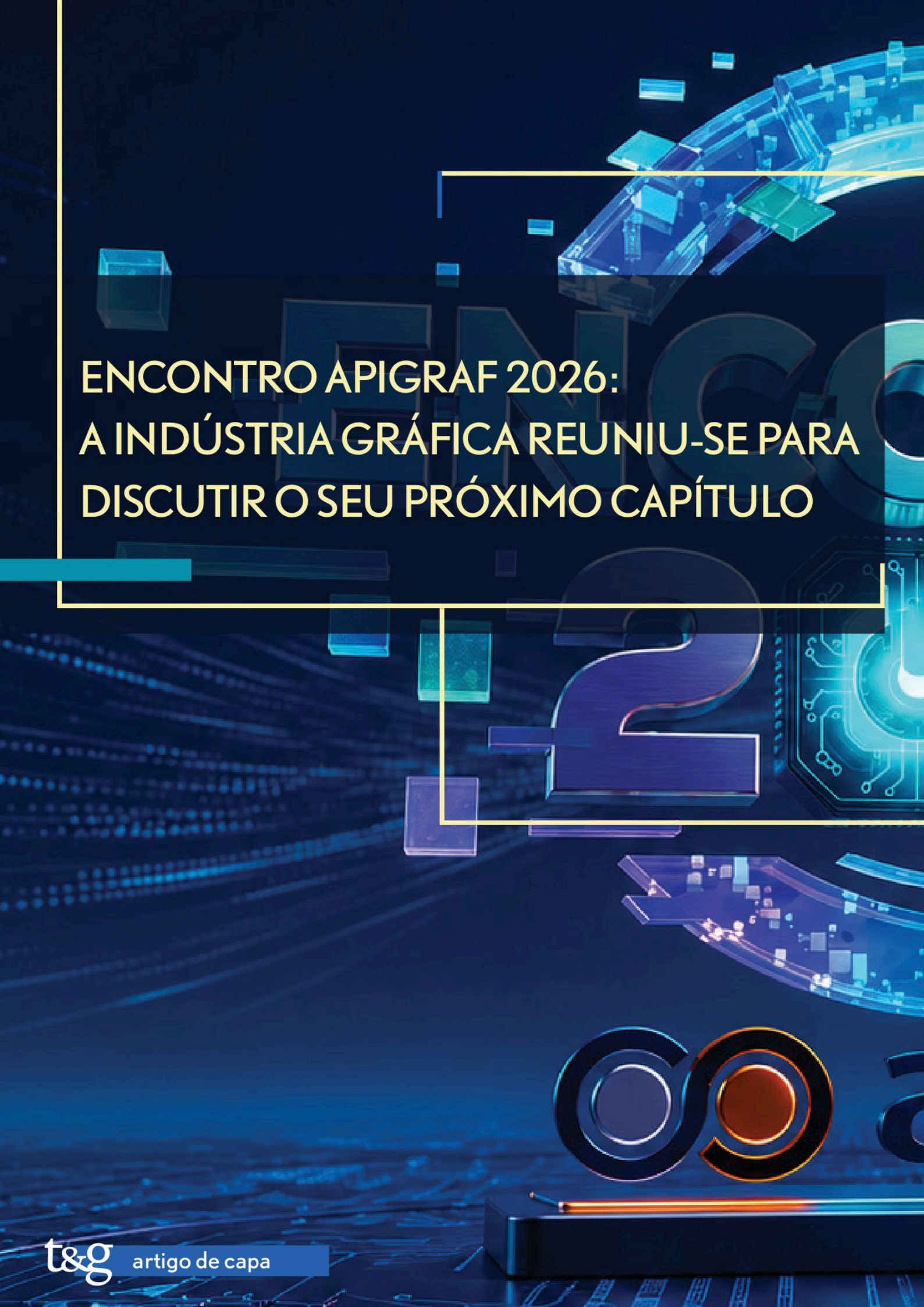
Este processo requereu também que olhássemos para a própria APIGRAF e analisássemos a proposta de valor que apresentamos às empresas associadas efetivas, ou seja as empresas gráficas em sentido lato, incluindo as de embalagem e de comunicação digital. Podemos sempre melhorá-la e que o dinamismo da realidade requer que ponderemos constantemente os novos desafios que as empresas sentem e a forma como poderemos contribuir para lhes dar resposta. Mas devemos, também, evidenciar junto de cada associado a vantagem de pertencer a uma organização que o mantém informado e integrado no grupo dos seus pares, que representa os interesses das empresas junto dos legisladores nacional e europeu, que promove e potencia a rede de contactos dentro e fora da indústria, que historia e divulga os indispensáveis contributos desta indústria para a evolução da sociedade e o muito que pode fazer no mundo interconectado em que vivemos. Ou seja, se é importante evidenciarmos a quem vem de novo a proposta de valor a que vai aderir, não o é menos fazê-lo junto de quantos são a fundamental razão de existir da APIGRAF, as empresas gráficas, de embalagem e de comunicação digital, as nossas associadas efetivas.



E temos uma profunda convicção de que o papel das associações é cada vez mais importante. A própria APIGRAF faz parte de um conjunto de associações e confederações que trabalham áreas setoriais ou temáticas diversas, contribuindo com informação e conexão para que possamos servir da melhor forma os nossos próprios associados. Se o lobbying é um excelente exemplo de como a união de esforços resulta em soluções mais adaptadas à realidade das empresas e menos “fechada em gabinetes”, a quantidade e qualidade da informação que obtemos destas entidades é fundamental para podermos responder a questões que por vezes só à escala nacional ou europeia se conseguem perceber.

A ideia central é, e continuará a ser, a de que quando fortalecemos uma comunidade, fortalecemos cada um dos seus membros, cada uma das empresas que dela fazem parte. É esta a convicção que continuará a orientar a ação da APIGRAF nos próximos anos.





# ENCONTRO APIGRAF 2026: A INDÚSTRIA GRÁFICA REUNIU-SE PARA DISCUTIR O SEU PRÓXIMO CAPÍTULO



# ONITRO

No Encontro APIGRAF 2026, em Ílhavo, o setor discutiu papel, design, inteligência artificial, aprendizagem e cooperação empresarial a partir de uma ideia comum: a transformação tecnológica não dispensa conhecimento técnico, cultura material nem ligação entre empresas.

# apigraf





“por um lado,  
espaço de reflexão  
sobre temas que  
já condicionam  
a vida das  
empresas; por  
outro, lugar de  
contacto direto,  
reconhecimento  
e confiança entre  
pares”

O Encontro APIGRAF 2026 realizou-se em Ílhavo num momento em que o setor gráfico, da embalagem e da comunicação digital tem poucos motivos para olhar o futuro com simplicidade. A instabilidade internacional pesa sobre cadeias de abastecimento, energia, matérias-primas e confiança económica. A pressão tecnológica altera processos, modelos de negócio e perfis profissionais. A inteligência artificial entrou no vocabulário das empresas com a velocidade de uma promessa e o risco de uma ilusão. E, ao mesmo tempo, o papel, o livro, a embalagem, a impressão, o design e a cultura visual continuam a exigir aquilo que nenhuma transformação digital substitui: conhecimento de materiais, rigor de produção, capacidade de leitura do mercado e experiência acumulada.

Foi nesse cruzamento que o Encontro deste ano ganhou densidade. Não foi apenas uma reunião anual de associados, nem uma jornada de apresentações justapostas. Três décadas depois do primeiro Encontro anual de associados, realizado em 1996, a edição de Ílhavo mostrou uma associação preocupada em colocar as empresas perante o que está a mudar, mas também em recordar aquilo que permanece estrutural. E isso foi visível logo na composição do programa: geopolítica, papel, design, inteligência artificial, aprendizagem, networking, cultura, prémios empresariais e distinções de percurso. Vistos de fora, poderiam parecer temas dispersos. Vistos a partir de dentro das empresas, são exatamente as peças do mesmo problema.

O encontro reuniu 114 participantes na sessão de trabalhos e 141 no jantar, números que ajudam a explicar a dupla natureza do evento: por um lado, espaço de reflexão sobre temas que já condicionam a vida das empresas; por outro, lugar de contacto direto, reconhecimento e confiança entre pares. A edição integrou ainda a cerimónia dos Prémios APIGRAF Excelência Empresarial, os Prémios Carreira e o APIGRAF Prémio Prestígio, dando ao programa uma dimensão não apenas técnica, mas também institucional e cultural.









Na sessão de abertura, José Manuel Lopes de Castro colocou o Encontro no terreno das escolhas concretas. O presidente da APIGRAF não apresentou a inteligência artificial como uma ameaça abstrata, nem como uma solução milagrosa. Preferiu enquadrá-la como ferramenta que exige formação, espírito crítico e apropriação pelas empresas. “A inteligência artificial, por si, não tira nem cria empregos”, afirmou. O que está em causa, acrescentou, é a competição entre “pessoas que dominam a inteligência artificial” e “pessoas que não a dominam”. O ponto, mais do que tecnológico, era empresarial e político. A resposta ao digital, às redes sociais, aos telemóveis ou à própria inteligência artificial não pode ser apenas proibir. “O que está a faltar não são proibições, o que está a faltar é formação”, defendeu, ligando essa formação a uma educação “com E maiúsculo”, assente em princípios, empatia e espírito crítico.

Esse enquadramento foi importante porque evitou dois extremos que empobrecem muitas discussões públicas: a nostalgia defensiva e o entusiasmo acrítico. A APIGRAF procurou, antes, situar o setor num caminho duplo. Por um lado, defender o produto impresso onde ele é insubstituível, nomeadamente na





aprendizagem, na literacia, na leitura profunda e na cultura material. Por outro, abraçar a inteligência artificial como fator de competitividade, capaz de ajudar as empresas a otimizar processos, reduzir desperdícios, personalizar comunicação, desenhar melhores produtos gráficos e reforçar a sua posição em mercados mais exigentes. A questão não é escolher entre papel e tecnologia. É perceber onde cada um acrescenta valor e em que condições.

A abertura deixou ainda outro ponto essencial: o Encontro continua a ter uma função associativa muito concreta. Num setor feito de empresas com histórias, especializações, escalas e territórios diferentes, o contacto direto continua a ser uma infraestrutura. “O nosso mercado é pequeno demais para vivermos isolados. Temos de colaborar, temos de cooperar”, sublinhou José Manuel Lopes de Castro, lembrando que muitas relações empresariais começaram precisamente nestes momentos de conversa informal, troca de cartões e confiança construída fora da pressão imediata do negócio. A frase talvez explique melhor do que qualquer descrição protocolar a razão de ser do Encontro: sem a presença das empresas, sem networking e sem colaboração, o Encontro “não tinha alma”.





A primeira grande intervenção do programa trouxe para o centro da sala o contexto internacional. José Milhazes, jornalista, escritor, tradutor e comentador político, foi convidado a olhar para a conjuntura geopolítica num tempo marcado pelo prolongamento da guerra na Ucrânia, pela tensão no Médio Oriente e por novos focos de conflito. Num encontro empresarial, esta não foi uma escolha lateral. A indústria gráfica e da embalagem não trabalha fora do mundo. Depende de papel, energia, transporte, confiança, investimento, consumo, exportação, regulação e estabilidade. A geopolítica entra nas empresas mesmo quando não é chamada: entra nos preços, nos prazos, na disponibilidade de matérias-primas, nas decisões de investimento e no comportamento dos clientes. Ao abrir o programa com essa leitura, a APIGRAF reconheceu que a competitividade do setor já não pode ser pensada apenas dentro das paredes da fábrica.



Mas foi na mesa-redonda dedicada ao papel que o Encontro começou a encontrar o seu centro mais identitário. "Papel, papel, papel: fabrico, propriedades e manipulação" reuniu Miguel Sanches, Rúben R. Dias e Manuel Delgado, sob moderação de Alice Machado, num diálogo que teve como ponto de partida o livro homónimo. O interesse da conversa esteve em não tratar o papel como uma evidência. Todos os profissionais do setor julgavam saber alguma coisa sobre papel, mas a própria génese do livro nasceu da descoberta de que cada um domina apenas uma parte do problema: a produção, o design, a manipulação, a impressão, a escolha, a transformação, a durabilidade, a reação do suporte a diferentes técnicas e ambientes.





A ideia foi formulada de forma particularmente feliz quando se admitiu que, ao cruzar as várias áreas de conhecimento, “afinal só sabemos mesmo um bocadinho, só um cantinho”. Esta humildade técnica é relevante. Num setor onde muitas falhas são atribuídas rapidamente ao papel, à máquina, ao designer, ao cliente ou à gráfica, a conversa mostrou que os problemas raramente têm uma única origem. Um comportamento inesperado na impressão pode nascer do fabrico do papel, de uma escolha de suporte, de uma opção de design, de uma condição ambiental, de uma afinação de máquina ou de uma expectativa mal comunicada. E é precisamente por isso que o conhecimento técnico deve circular melhor entre indústria, design, produção gráfica e cliente final.



Uma das ideias mais fortes do painel foi a reabilitação do erro como matéria de projeto. Rúben R. Dias sintetizou-a com clareza: “O problema pode não ser um problema, pode ser uma vantagem.” Se um fenómeno é compreendido e controlado, pode deixar de ser visto apenas como defeito e passar a ser usado como característica gráfica do objeto. Miguel Sanches deu um exemplo muito concreto da lógica editorial do livro: foi, disse, “proibido” de usar a palavra “não”. O objetivo não era estabelecer uma lista de interditos, mas explicar consequências. Em vez de dizer “não se pode pôr tinta prata em papel não revestido”, a abordagem correta é mostrar o que acontece quando essa opção é tomada: o brilho será diferente, o resultado terá outra presença, e a escolha pode ser válida se for consciente. O problema não está em experimentar. Está em experimentar sem saber o que se está a fazer.







“a indústria gráfica vive da capacidade de adaptar processos, interpretar materiais, ajustar equipamentos e transformar limitações em resultado”



Presidente da Câmara Municipal de Ílhavo, Rui Dias





Manuel Delgado levou essa reflexão para o lado industrial. “O grande desafio do gráfico não é dizer mal do papel, é ter unhas para tocar a máquina e tirar o máximo partido do papel”, afirmou. A frase tem uma dureza útil. Não desvaloriza a importância do suporte, nem romantiza a produção. Pelo contrário: recorda que a indústria gráfica vive da capacidade de adaptar processos, interpretar materiais, ajustar equipamentos e transformar limitações em resultado. Quando a conversa avançou para sustentabilidade e inovação, o mesmo raciocínio reapareceu: papéis feitos a partir de fibras têxteis, resíduos de algodão ou até experiências com incorporação de lã de ovelha mostraram que a criatividade material não pertence apenas ao discurso do design. Também se faz na fábrica, no laboratório, na escolha da fibra, no comportamento do suporte e na coragem de testar.

Esse bloco foi particularmente importante porque contrariou uma visão empobrecida do setor, que tende a reduzir a impressão à execução. O papel não é apenas superfície. É química, física, textura, gramagem, rigidez, absorção, opacidade, memória,

sustentabilidade, custo, logística e cultura. O impresso não é apenas aquilo que aparece depois de uma ordem de produção. É a consequência de uma cadeia de decisões em que cada etapa deixa marca. É por isso que livros como “Papel, papel, papel” têm valor para além do objeto editorial: funcionam como pontes de linguagem entre quem fabrica, quem desenha, quem imprime, quem compra e quem usa.

Depois da sessão sobre papel, a intervenção de Alexandre Rodrigues, da eProductivity Software, trouxe a inteligência artificial para o terreno da gestão e do negócio. A presença da ePS como patrocinadora do Encontro, ao lado da Canon, que manteve um showroom durante o evento, ajudou a dar uma dimensão prática à discussão tecnológica. Não se tratava apenas de falar de IA enquanto tema mediático, mas de aproximar dos processos empresariais: produtividade, fluxos de trabalho, dados, automação, decisão e resposta ao cliente. Num setor pressionado por margens, prazos curtos, exigência de personalização e necessidade de eficiência, a inteligência artificial não entra apenas pela criatividade. Entra também pela gestão.







A seguir, o speedmeeting tornou visível uma preocupação que muitas vezes fica implícita. Há participantes que marcam presença em eventos associativos durante anos sem chegarem a conversar verdadeiramente. A dinâmica, inspirada na lógica do speed dating mas aplicada ao networking profissional, procurou contrariar essa inércia. O objetivo era simples e ambicioso: criar, em pouco tempo, o maior número possível de contactos entre pessoas que partilham o mesmo setor mas nem sempre a mesma rede. Num momento em que a colaboração entre empresas pode ser decisiva para responder a encomendas, especializações, tecnologia e escala, este tipo de exercício tem mais consequência do que parece. É menos cerimonial do que uma sessão de palco, mas talvez igualmente importante para a vida concreta das empresas.

A sessão da tarde abriu com a mesa-redonda “As novas tendências do design”, moderada por Miguel Sanches, com PêPê – Pedro Pires – e Pedro Amado. O debate confirmou que o design, no contexto gráfico e editorial, não pode ser reduzido à aparência. É pensamento, decisão, relação com o suporte, entendimento de

produção e capacidade de construir objetos que se distinguem num mercado saturado de mensagens rápidas. A conversa teve uma dimensão especialmente interessante porque ligou três mundos que nem sempre se escutam com a mesma atenção: a agência e a estratégia de marca, a criação autoral e cultural, e o ensino do design.

PêPê trouxe para a conversa a ideia do livro enquanto objeto cultural, não apenas enquanto recipiente de texto. Ao apresentar exemplos de edição, falou de objetos “muito pouco práticos”, mas precisamente por isso capazes de demonstrar que existe um mercado para peças com densidade física, autoria e alma de produção. A frase ficou no ar: há livros que transportam “um bocadinho da alma de quem os fez”. Essa alma não pertence apenas ao autor ou ao designer; nasce da relação entre o conceito, a oficina, a gráfica, os materiais e a intimidade profissional de quem sabe transformar uma ideia em objeto. Num tempo em que tantas mensagens se tornam instantâneas e descartáveis, esta defesa do objeto exigente não soou a resistência ao presente. Soou a diferenciação.





Painel "As novas tendências do design"  
PêPê (Pedro Pires) • Pedro Amado  
Moderador: Miguel Sanches

Pedro Amado, a partir do lado académico, reforçou a importância da experiência material no ensino. Os estudantes, disse, procuram cada vez mais "a sensação": papéis diferentes, texturas, risografia, letterpress, desperdícios de gráfica transformados em matéria de projeto, formas de impressão que devolvem corpo ao trabalho. A constatação é relevante porque contraria a ideia de que as novas gerações estão naturalmente condenadas ao ecrã. Muitas procuram precisamente sair dele. Mas essa vontade precisa de tempo, oficinas, recursos, contacto com empresas e espaço para experimentar. E aqui surgiu uma tensão que interessa muito ao setor: a formação superior tem de preparar para um mercado que pede rapidez, mas o design que acrescenta valor exige investigação, erro, teste, repetição e compreensão técnica.

A relação entre tempo académico e tempo profissional tornou-se um dos momentos mais vivos do debate. PêPê foi direto ao ponto: "É necessário incorporar o processo de investigação, o processo de experiência; para um criativo, é permanente. Não há um momento de investigação. Eu estou aqui, estou a investigar." A frase tem força porque desmonta a ideia de que investigar

é uma fase anterior ao trabalho. No design, como na produção gráfica, investigar é trabalhar. É olhar para o problema, para o suporte, para o cliente, para o mercado, para a técnica e para a viabilidade. O que muda é que, fora da universidade, o tempo para essa investigação é curto e caro. Daí a importância de formar profissionais capazes de pensar enquanto fazem.

A inteligência artificial reapareceu neste painel de forma menos alarmista e mais exigente. Do lado da prática criativa, a posição foi clara: não há grande utilidade em dramatizar a tecnologia. A indústria criativa já incorporou muitas outras ferramentas, do CGI ao 3D, da realidade aumentada à produção automatizada. A IA será mais uma. Mas há um limite que não pode ser ignorado: a ferramenta deve processar, expandir e acelerar conteúdo original, não substituir a criação. Se tudo aquilo que fazemos passar a ser perguntado à IA e "se não houver criação nova, acaba-se a história", ouviu-se no debate. A formulação pode parecer excessiva, mas toca no essencial: uma indústria criativa que deixe de produzir pensamento próprio passa a alimentar máquinas com matéria reciclada.



A keynote de Carlos Fiolhais deu ao Encontro um dos seus momentos mais memoráveis. O físico, professor catedrático da Universidade de Coimbra e divulgador científico, escolheu falar na primeira pessoa sobre “o papel e eu”. A formulação era simples, quase desarmante. O resultado foi uma viagem pela sua relação com jornais, livros, bibliotecas, escolas, ciência, escrita, leitura e memória. E foi também um agradecimento explícito ao setor gráfico. “Hoje, se penso, é devido primeiro aos meus pais, depois à escola e depois também aos livros que procurei, e às bibliotecas onde os encontrei, graças ao vosso trabalho”, afirmou. Mais adiante, dirigindo-se aos profissionais presentes, reforçou: “Eu venho aqui agradecer-vos. Não é o prémio. É toda a ajuda que me deram com tudo aquilo que imprimiram.”

A intervenção funcionou porque não fez a defesa do livro por decreto sentimental. Fez uma defesa biográfica, cultural e civilizacional. Fiolhais recordou a aprendizagem da leitura através dos títulos de jornal, a frequência da Biblioteca Municipal de Coimbra, os livros que procurou para lá das leituras recomendadas e a importância da transgressão intelectual: ler também o que não nos mandam ler. Evocou bibliotecas universitárias, a circulação do conhecimento, a invenção da imprensa, a explosão do número de livros na Europa depois de Gutenberg e o atraso histórico da alfabetização em Portugal. A partir daí, o papel deixou de ser apenas suporte. Tornou-se infraestrutura de pensamento.

Um dos momentos mais expressivos surgiu quando, a partir de Carl Sagan, Fiolhais comparou informação genética e páginas impressas. A passagem tinha humor, ciência e imagem. O código da vida, explicou, pode ser traduzido em volumes de informação; cada célula contém uma biblioteca de instruções. “Nós somos mil volumes”, disse. Num encontro de industriais gráficos, a metáfora era particularmente feliz: a impressão, a página, o livro e a biblioteca tornavam-se formas humanas de compreender a própria vida. E a partir daí a defesa das bibliotecas ganhou uma dimensão quase ética. “As bibliotecas vazias não são bibliotecas”, lembrou, antes de deixar outra frase que merecia ficar inscrita no programa: “Os livros são maiores que nós. Nós passamos, os livros ficam.”



Nada disto significou recusa do digital. Pelo contrário. Carlos Fiolhais fez questão de lembrar que “o digital não é, de modo algum, inimigo do físico”. Falou da digitalização de acervos, da criação de bibliotecas, da inteligência artificial e até da capacidade de uma máquina produzir imitações literárias. Sobre o futuro da leitura, a conclusão foi de coexistência: “os livros são eternos”, mas podemos ler no telemóvel, podemos ler no livro e podemos alternar entre ambos. O essencial é preservar a leitura como forma de atenção, curiosidade e descoberta. Ao citar a pergunta “Por que lemos?” e a resposta em forma de nova pergunta — “Por que respiramos?” —, Fiolhais trouxe a discussão para aquilo que antecede qualquer suporte: lemos porque somos seres curiosos, sedentos de saber, ver, aprender, descobrir e alargar a nossa visão do mundo.









O diálogo entre Manuel Portela e Rui Couceiro prolongou essa reflexão, mas levou-a para o terreno mais inquietante da aprendizagem em contexto digital. Portela começou por formular um diagnóstico de grande pertinência: a disponibilidade quase total do arquivo cultural, literário, criativo e científico da humanidade não garante, por si só, uma interação profunda. Pelo contrário, a velocidade e onnipresença da informação introduzem aquilo a que chamou um “regime de leitura interrompido”, em que a concentração e a atenção em profundidade se tornam mais difíceis. A questão, para a escola, para a universidade, para a edição e para a própria indústria gráfica, não é apenas ter acesso à informação. É saber o que esse acesso faz à atenção.

Portela rejeitou a proibição como resposta estrutural. As ferramentas digitais e as ferramentas de inteligência artificial têm funções produtivas e podem ajudar na criatividade, no pensamento e na investigação. O problema é outro: aprender a usá-las sem delegar nelas aquilo que é essencial para aprender. A frase foi uma das mais importantes da tarde: se o aprendiz “não fizer um trabalho cognitivo próprio, não vai aprender”. A inteligência artificial obriga, por isso, docentes, escolas, universidades e empresas a perguntarem que competências podem ser assistidas por ferramentas e que competências não podem ser delegadas sem se perder o próprio processo de aprendizagem.







© apigraf





O exemplo do resumo foi particularmente claro. Se todos os textos passarem a ser lidos através de resumos automáticos, uma competência cognitiva complexa – ler, selecionar, hierarquizar, compreender, sintetizar – passa para a ferramenta. O dilema não é técnico. É pedagógico e cultural. Queremos que todos saibam resumir ou aceitamos que essa competência seja comprada como serviço? A pergunta, aparentemente escolar, tem impacto muito mais vasto. Também nas empresas se delegam tarefas em software, automação ou IA. A eficiência aumenta, mas a competência pode enfraquecer se a organização deixar de compreender o que a ferramenta faz.

A conversa entrou depois no campo da escrita criativa, da autoria, da tradução e da produção simbólica. Portela foi cauteloso mas incisivo. A ferramenta de inteligência artificial, autonomamente, não é criativa no sentido profundo; combina, recombina e produz a partir de arquivos de treino. A criatividade mais profunda, defendeu, é transformacional: altera o

campo do que somos capazes de imaginar e pensar. “Aquilo que é realmente criativo não está na produção da ferramenta. Está no modo como os artistas usaram a ferramenta”, afirmou. Esta ideia é particularmente relevante para o design, para a edição e para a comunicação: a IA pode ser poderosa, mas o ganho criativo depende do projeto humano que a enquadra.

Também aqui a discussão escapou à moralização simplista. Sim, a IA pode conduzir à fraude. Sim, a voz e a imagem deixaram de ser provas tão estáveis como eram. Sim, a tradução caminhará cada vez mais para modelos em que as primeiras versões são automáticas e os tradutores se tornam revisores especializados, sobretudo em domínios técnicos. Mas o risco maior talvez seja menos espetacular e mais profundo: a uniformização. Se as ferramentas produzem aquilo que é mais provável, treinadas sobre enormes arquivos do que já existe, tendem a fazer convergir textos, imagens e soluções para uma média. E uma indústria de comunicação não vive da média. Vive da diferença



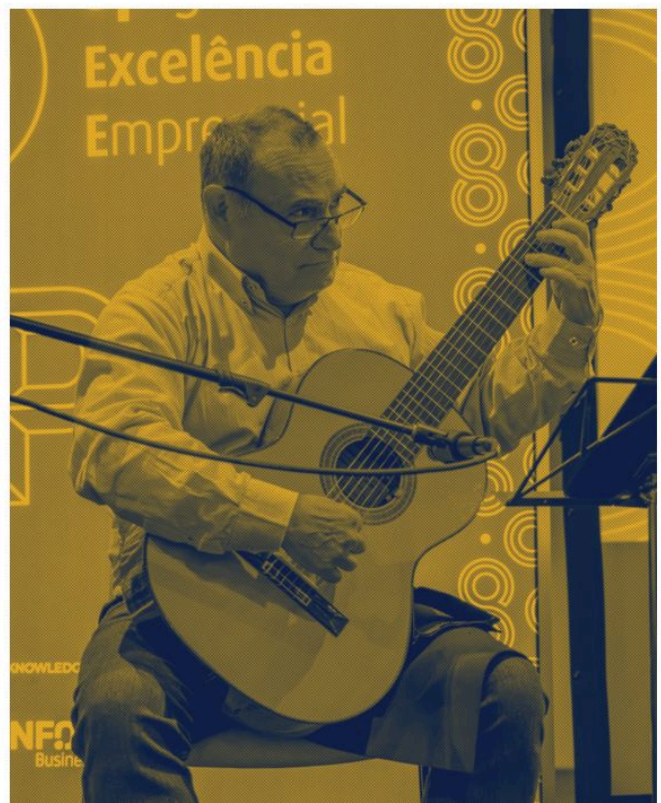


útil, da inteligência aplicada, da escolha, da intenção e da capacidade de produzir sentido.

A atividade de team building “Construir notícias com IA” organizada por Filipe Mendes da Message teve uma função simbólica importante no programa. Depois de várias horas a discutir tecnologia, aprendizagem, criatividade e indústria, os participantes foram convidados a trabalhar em grupos, com acesso ao ChatGPT, para criar quatro páginas de revista. A sala foi reorganizada em oito equipas, identificadas por cor, e cada grupo teve de escolher um tema, estruturar conteúdos, imaginar títulos, chamadas, blocos informativos e soluções editoriais. No final, as páginas foram reunidas numa revista impressa na máquina da Canon, no showroom do evento.

O exercício foi mais do que uma brincadeira tecnológica. Mostrou, em pequena escala, a tensão que atravessou todo o Encontro: a inteligência artificial pode acelerar ideias, propor estruturas, ajudar a

organizar informação e desbloquear processos, mas não dispensa critério editorial, cultura visual, capacidade de decisão, revisão, conhecimento técnico e trabalho de equipa. E o facto de o resultado final ter sido impresso não foi apenas uma nota curiosa. Foi uma síntese: uma ferramenta digital, usada coletivamente, produziu matéria editorial que encontrou forma no papel. A discussão abstrata tornou-se objeto.







Após uma apresentação musical do Duo Pedro Pinto, a noite levou o Encontro para outro plano: o reconhecimento público. Os Prémios APIGRAF Excelência Empresarial, patrocinados pela The Navigator Company e com suporte técnico da Informa D&B, distinguiram doze empresas com base em critérios objetivos de avaliação e na informação financeira relativa a 2024. A iniciativa, criada para valorizar empresas que se destacam pela solidez, qualidade e capacidade de crescimento, ganhou nesta edição uma visibilidade reforçada ao integrar o jantar do Encontro. Em vez de permanecer como cerimónia autónoma, passou a fazer parte do momento maior de reunião do setor.

Na categoria Grandes Empresas, o Gold Award foi atribuído à FINIECO – Indústria e Comércio de Embalagens, S.A., o Silver Award à SEBASTIÃO & MARTINS, S.A., e o Bronze Award à SAICA PACK Portugal, S.A. Nas Médias Empresas, foram distinguidas a IBER BAG, Lda. com Gold, a ETIQUEL – Etiquetas, Unipessoal, Lda. com Silver, e a SEDA IBÉRICA – Embalagens, S.A. com Bronze. Nas Pequenas Empresas, o Gold Award coube à TIPOCOR – Publicidade e Artes Gráficas, Unipessoal, Lda., o Silver à PAPELMUNDE – Sociedade de Manufacturas Gráficas, Lda., e o Bronze à BBA Impressão Digital, Lda. Nas Microempresas, foram distinguidas a MANUEL GUEDES & GUEDES, Lda. com Gold, a PEIXOTOS – Informática, Lda. com Silver, e a ETIMUR – Etiquetas Artes Gráficas, Lda. com Bronze.







FINIECO — Indústria e Comércio de Embalagens, S.A.



IBER BAG, Lda.



TIPOCOR — Publicidade e Artes Gráficas, Unipessoal, Lda.



SEBASTIÃO & MARTINS, S.A.



ETIQUEL — Etiquetas, Unipessoal, Lda.



PAPELMUNDE — Sociedade de Manufaturas Gráficas, Lda.



PEIXOTOS — Informática, Lda.





SEDA IBÉRICA — Embalagens, S.A.



BBA Impressão Digital, Lda.



ETIMUR — Etiquetas Artes Gráficas, Lda.

“...a excelência não  
pertence apenas às  
grandes empresas. Existe  
também nas pequenas  
estruturas que conseguem  
especialização, rigor,  
consistência...”

A lista é importante porque mostra a amplitude real do setor. Embalagem, etiquetas, impressão digital, artes gráficas, transformação do papel, empresas de diferentes dimensões e geografias diversas surgiram no mesmo palco. Num tecido económico em que a dimensão condiciona recursos, capacidade de investimento e acesso a mercados, a segmentação por categorias permitiu reconhecer mérito empresarial sem apagar diferenças de escala. E, ao mesmo tempo, a fotografia de conjunto mostrou que a excelência não pertence apenas às grandes empresas. Existe também nas pequenas estruturas que conseguem especialização, rigor, consistência e crescimento sustentado.



# VENCEDORES DOS PRÉMIOS EXCELÊNCIA EMPRESARIAL DISTINÇÕES DE PERCURSO E PRESTÍGIO 2026

## GRANDES EMPRESAS

|        |                                                    |
|--------|----------------------------------------------------|
| BRONZE | SAICA PACK PORTUGAL, S.A.                          |
| SILVER | SEBASTIÃO & MARTINS, S.A.                          |
| GOLD   | FINIECO — INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE EMBALAGENS, S.A. |

## MÉDIAS EMPRESAS

|        |                                       |
|--------|---------------------------------------|
| BRONZE | SEDA IBÉRICA — EMBALAGENS, S.A.       |
| SILVER | ETIQUEL — ETIQUETAS, UNIPessoal, LDA. |
| GOLD   | IBER BAG, LDA.                        |

## PEQUENAS EMPRESAS

|        |                                                          |
|--------|----------------------------------------------------------|
| BRONZE | BBA IMPRESSÃO DIGITAL, LDA.                              |
| SILVER | PAPELMUNDE — SOCIEDADE DE MANUFACTURAS GRÁFICAS, LDA.    |
| GOLD   | TIPOCOR — PUBLICIDADE E ARTES GRÁFICAS, UNIPessoal, LDA. |

## MICROEMPRESAS

|        |                                         |
|--------|-----------------------------------------|
| BRONZE | MANUEL GUEDES & GUEDES, LDA.            |
| SILVER | PEIXOTOS — INFORMÁTICA, LDA.            |
| GOLD   | ETIMUR — ETIQUETAS ARTES GRÁFICAS, LDA. |

## PRÉMIO PRESTÍGIO 2026

CARLOS FIOLEHAS  
JOSÉ CARLOS VASCONCELOS

## PRÉMIO CARREIRA 2026

JOÃO HENRIQUES BAETA  
JOÃO CARLOS CALHEIROS





JOÃO HENRIQUES BAETA E JOÃO CARLOS CALHEIROS recebem Diploma de Mérito Empresarial

“Num tempo em que tudo parece pedir aceleração, a carreira continua a ser uma forma de medir consistência.”

A cerimónia incluiu ainda os Prémios Carreira a João Henriques Baeta e João Carlos Calheiros, duas figuras de percursos empresariais e associativos profundamente ligados à história da APIGRAF e do setor. Estas distinções tiveram uma importância particular porque recordaram que uma indústria não vive apenas de indicadores económicos ou de tecnologia. Vive também de pessoas que constroem empresas, atravessam ciclos, investem, formam equipas, participam em órgãos associativos, defendem interesses coletivos e deixam património. Num tempo em que tudo parece pedir aceleração, a carreira continua a ser uma forma de medir consistência.

João Henriques Baeta foi homenageado por um percurso em que se cruzam espírito empresarial, compromisso associativo e sentido de memória. A sua ligação à APIGRAF, a participação nos órgãos sociais e a criação de “O Lugar da Memória”, espaço museológico ligado à história da empresa e ao património gráfico nacional, dão a esta distinção uma dimensão que ultrapassa a homenagem individual. Trata-se também de reconhecer a importância de preservar a cultura industrial. João Carlos Calheiros, por sua vez, representa um trajeto de dedicação ao setor gráfico e da embalagem que começou muito cedo e acompanhou a própria modernização tecnológica da indústria portuguesa. A sua presença nos órgãos sociais da APIGRAF desde a constituição da associação, em diferentes funções, dá expressão rara ao associativismo vivido como missão continuada.





Carlos Fiolhais Recebe prémio prestígio



José Carlos de Vasconcelos recebe Prémio Prestígio

O APIGRAF Prémio Prestígio foi atribuído, pela primeira vez em dose dupla, a Carlos Fiolhais e José Carlos Vasconcelos. A escolha dos nomes ajudou a alargar o perímetro simbólico do Encontro. Carlos Fiolhais foi distinguido pelo seu contributo para a investigação, a pedagogia e a divulgação científica, mas também pela ligação profunda ao livro, às bibliotecas e à circulação do conhecimento. José Carlos Vasconcelos foi homenageado pelo percurso singular na defesa das letras, da literatura, do jornalismo cultural, da intervenção cívica e da palavra escrita. Num evento promovido por uma associação que representa indústrias gráficas, de embalagem e de comunicação digital, estas distinções recordaram que o setor não produz apenas bens materiais. Produz suportes de cultura, mediação, memória e cidadania.





Esta foi, talvez, a principal virtude do Encontro APIGRAF 2026: recusar a redução do setor a uma só dimensão. A indústria gráfica não é apenas uma indústria produtiva, embora produza. Não é apenas uma indústria cultural, embora transporte cultura. Não é apenas uma indústria tecnológica, embora dependa cada vez mais de software, automação e inteligência artificial. Não é apenas uma indústria de serviços, embora responda todos os dias a clientes, marcas, editoras, distribuidores, escolas, administrações públicas e consumidores. É tudo isso ao mesmo tempo. E por isso precisa de encontros onde todos estes planos possam ser discutidos sem que um anule o outro.

Ílhavo deixou também uma mensagem de método. O futuro do setor não se fará pela repetição de palavras de ordem. Sustentabilidade, inovação, digitalização, inteligência artificial, formação e competitividade são termos úteis apenas quando descem ao terreno das decisões. Que papel escolher? Como explicar ao cliente as consequências dessa escolha? Que máquinas adaptar? Que dados recolher? Que ferramentas incorporar? Que competências preservar? Que formação oferecer? Que jovens atrair? Que parcerias construir? Que objetos produzir para que o impresso não seja apenas mais uma superfície, mas uma experiência, uma função, uma memória ou uma vantagem?













Nesse sentido, o Encontro APIGRAF 2026 não ofereceu respostas fechadas. Ofereceu algo mais útil: um mapa de tensões. Entre papel e digital. Entre rapidez e profundidade. Entre eficiência e autoria. Entre automação e pensamento crítico. Entre mercado global e fragilidade do mercado interno. Entre formação acadêmica e exigência profissional. Entre memória e futuro. Entre empresa individual e cooperação setorial. Um setor maduro não é aquele que elimina estas tensões. É aquele que aprende a trabalhar dentro delas.

A edição de Ílhavo terminou, por isso, com uma ideia menos visível mas mais importante do que qualquer momento isolado: a matéria continua a importar. Matéria, aqui, em todos os sentidos. A matéria do papel, da tinta, da fibra, da máquina e do objeto. A matéria da leitura, da cultura e do conhecimento. A matéria económica das empresas que investem, empregam e produzem. A matéria humana das relações profissionais e associativas. A matéria crítica sem a qual nenhuma ferramenta inteligente produz verdadeira inteligência. E talvez seja essa a melhor forma de resumir o Encontro: num tempo fascinado pelo imaterial, a APIGRAF reuniu o setor para lembrar que o futuro também se constrói com coisas que se tocam, se leem, se fabricam, se discutem e se partilham.





## APIGRAF ACOMPANHA SOLUÇÕES DE INKJET INDUSTRIAL NOS PORTUGAL OPEN DAYS DA SCREEN

A APIGRAF participou, nos dias 8 e 9 de julho, nos Portugal Open Days da SCREEN Europe, realizados em Aalsmeer, nos Países Baixos.

A iniciativa reuniu profissionais portugueses para dois dias dedicados à evolução do inkjet industrial e às suas aplicações na produção de livros, impressão comercial, etiquetas e embalagem.

O programa incluiu apresentações, demonstrações de equipamentos da gama Truepress JET e contacto direto com diferentes soluções de impressão digital. Os participantes puderam acompanhar fluxos de trabalho, conhecer as áreas técnicas e perceber de que forma a tecnologia se integra em ambientes reais de produção.



Foram abordados temas como a redução do desperdício, a automatização dos processos, a impressão de alta velocidade e a crescente importância do digital em áreas como as etiquetas e a embalagem.

A realidade da indústria gráfica portuguesa esteve também em destaque, através de uma apresentação dedicada à estrutura do mercado nacional, aos seus principais desafios e à forma como as empresas estão a acompanhar a transformação tecnológica do sector.

O encontro terminou com um fórum aberto entre os participantes e com uma entrevista da APIGRAF a Osamu Yamagata, Presidente da SCREEN Europe.

### O FUTURO DO INKJET

Na entrevista, Osamu Yamagata aborda a evolução da SCREEN, o papel estratégico do inkjet e as oportunidades que identifica para o mercado português e para os países de língua portuguesa.

Leia a entrevista completa no website da APIGRAF.





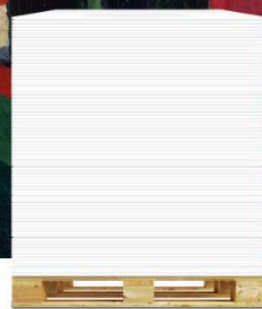
# Expressão sublime. Faça mais com menos.



Papel  
INASET Plus Offset

**75**

g.m<sup>-2</sup> 13.000 folhas  
(Espessura: + 1,06%)



Papel Offset  
concorrente

**80**

g.m<sup>-2</sup> 13.000 folhas



Super  
contraste



Mais opacidade com  
menor gramagem



Máxima fiabilidade  
em máquina



A melhor performance  
com menos recursos (-6%)



Qualidade de  
impressão superior



PRODUCED  
IN PORTUGAL BY  
THE NAVIGATOR  
COMPANY



O primeiro papel  
Eucalyptus globulus do mundo



www.lovepaper.org



The mark of  
responsible forestry





## FESPA 2026: A INDÚSTRIA GRÁFICA PORTUGUESA MARCOU PRESENÇA EM BARCELONA

A FESPA 2026 realizou-se de 19 a 22 de maio, na Fira de Barcelona, reunindo num mesmo espaço algumas das principais áreas de evolução da indústria gráfica e da comunicação visual. Para os profissionais portugueses presentes, a feira permitiu contactar directamente com equipamentos, materiais, software, soluções de acabamento e aplicações que reflectem a forma como o sector se tem vindo a transformar.

A APIGRAF acompanhou esta edição da FESPA e esteve junto da comitiva portuguesa presente em Barcelona, incluindo na recepção realizada no Club FESPA. A participação nacional inseriu-se num evento de grande dimensão, que agregou a FESPA Global Print Expo, a European Sign Expo, a Personalisation Experience, a Textile, a WrapFest e a Corrugated, cobrindo áreas como produção gráfica digital, grande formato, sinalética, embalagem, têxtil, personalização, corte, acabamento e aplicação final.





A importância de uma feira como a FESPA não está apenas na concentração de fabricantes e fornecedores. Está, sobretudo, na possibilidade de observar soluções em funcionamento, perceber como se integram no processo produtivo e discutir com equipas técnicas aspetos que dificilmente se avaliam à distância. Para uma empresa gráfica, a diferença entre uma solução interessante e uma solução adequada só se torna clara quando se analisa o conjunto: equipamento, consumíveis, software, assistência, exigências de operação, produtividade real e enquadramento nos trabalhos que a empresa efectivamente realiza.

Foi essa dimensão prática que marcou a presença da APIGRAF em Barcelona. Entre os stands visitados estiveram marcas e fornecedores como HP, Summa,

Canon, Roland e Dataline, com propostas ligadas à produção digital, corte, acabamento, gestão de fluxo, software de produção e automação. Estas áreas correspondem a preocupações muito concretas das empresas: reduzir tempos mortos, preparar melhor os trabalhos, evitar erros repetidos, controlar custos, aumentar a previsibilidade da produção e responder a prazos mais curtos.

A automação apareceu como um dos temas centrais da feira, mas importa tratá-la sem exageros. Na indústria gráfica, a automação não significa apenas mais equipamentos ou processos menos dependentes de intervenção humana. Em muitos casos, significa melhorar a ligação entre etapas que continuam demasiado separadas: orçamentação, entrada do



“Uma máquina mais produtiva pode ajudar, mas não resolve por si só problemas de método, planeamento ou formação.”

ficheiro, pré-produção, gestão de cor, produção, corte, acabamento, embalagem e expedição. Quando esta ligação falha, a empresa perde tempo, margem e capacidade de resposta.

Para o tecido empresarial português, composto em larga medida por pequenas e médias empresas, esta questão é particularmente sensível. A eficiência não depende apenas da capacidade instalada. Depende também da forma como a produção é organizada, da qualidade da informação que circula internamente e da preparação das equipas. Uma máquina mais produtiva pode ajudar, mas não resolve por si só problemas de método, planeamento ou formação. A FESPA mostrou várias soluções tecnológicas, mas mostrou também que a competitividade resulta cada vez mais da articulação entre tecnologia, organização e conhecimento técnico.

A feira evidenciou ainda a aproximação entre áreas que durante muito tempo foram analisadas de forma



separada. A indústria gráfica cruza-se hoje com a comunicação visual, a sinalética, a embalagem, o têxtil, a decoração de espaços e a personalização de produtos. Esta aproximação não transforma todas as empresas em fornecedoras de tudo. Pelo contrário, aumenta a necessidade de escolha. Cada área tem materiais, técnicas, margens, clientes e exigências próprias. Entrar num novo segmento exige mais do que comprar equipamento: exige compreender o mercado e dominar a aplicação final.

A presença da Corrugated na FESPA 2026 deu visibilidade à embalagem em cartão canelado e às soluções para display e ponto de venda. Para a indústria gráfica, esta é uma área de contacto natural com a comunicação de marca e com o retalho, mas envolve requisitos técnicos específicos. Resistência, estrutura, corte, vinco, montagem, transporte e comportamento no local de utilização são factores tão importantes como a componente gráfica. A embalagem não é





apenas suporte visual; é também objecto funcional.

A área Textile apontou para outro campo de desenvolvimento, ligado ao vestuário, à decoração, aos interiores e a aplicações técnicas. Também aqui, a relação com a indústria gráfica existe, mas não deve ser tratada como extensão automática da actividade tradicional. Trabalhar têxtil implica conhecer suportes, processos, fixação, durabilidade, acabamento e expectativas de sectores com ritmos próprios. Para algumas empresas, poderá representar diversificação. Para outras, será sobretudo uma área a acompanhar, pelo modo como combina produção gráfica, personalização e novos modelos de consumo.

A Personalisation Experience reforçou uma tendência já instalada: a procura por séries mais curtas, produtos diferenciados e soluções adaptadas a públicos específicos. A personalização não é apenas uma questão estética. Tem impacto na preparação dos trabalhos, na

gestão de dados, na organização da produção e no controlo de qualidade. Quanto menor a repetição e maior a variabilidade, mais importante se torna a solidez do processo.

O WrapFest trouxe para a feira uma dimensão em que a aplicação final é decisiva. No wrapping, a qualidade do resultado depende da produção gráfica, mas também da preparação da superfície, da escolha do material, das condições de aplicação e da experiência do aplicador. Esta área ilustra bem uma realidade transversal ao sector: a tecnologia é indispensável, mas continua a depender de profissionais qualificados e de domínio técnico.

A recepção à comitiva portuguesa no Club FESPA permitiu reunir empresários, fornecedores e representantes do sector num contexto internacional. Estes encontros têm utilidade porque colocam em conversa experiências distintas: empresas que procuram





modernizar processos, fornecedores que apresentam novas soluções, profissionais que comparam aplicações e dirigentes associativos que acompanham a evolução do sector no terreno. Numa feira desta dimensão, esse contacto informal ajuda muitas vezes a completar aquilo que se observa nos stands.

A edição de Barcelona decorreu num período em que a indústria gráfica enfrenta desafios conhecidos: custos de produção, pressão sobre margens, falta de mão-de-obra qualificada, necessidade de actualizar competências e maior exigência dos clientes em prazos, qualidade e diversidade de aplicações. A resposta a estes desafios não passa por uma única tecnologia, nem por uma solução transversal a todas as empresas. Passa por decisões ajustadas à escala, à carteira de clientes, à capacidade técnica e ao posicionamento de cada organização.

Nesse sentido, a FESPA continua a ter interesse para a indústria gráfica portuguesa enquanto espaço de comparação e contacto directo. Permite observar o que está a ser desenvolvido pelos fornecedores internacionais, perceber que soluções estão mais maduras, identificar áreas em crescimento e avaliar com maior critério o que pode fazer sentido no mercado nacional. A visita a uma feira desta natureza não substitui a estratégia de cada empresa, mas pode ajudar a fundamentar melhor as decisões.

A presença da APIGRAF em Barcelona enquadra-se nesse acompanhamento da evolução tecnológica e empresarial do sector. Ao estar junto dos profissionais portugueses presentes na FESPA 2026, a APIGRAF novamente reforçou a ligação da indústria gráfica nacional aos principais espaços europeus de exposição, demonstração e contacto profissional.



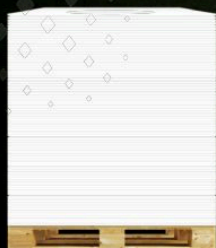
# MELHOR DESEMPENHO, MENOS CUSTO

O Soporset 75 g/m<sup>2</sup> mantém a qualidade nos resultados de impressão, com menos custos, menor impacto e maior eficiência – uma alternativa mais eficiente comparativamente ao 80 g/m<sup>2</sup>.

Papel Offset  
concorrente

**80**

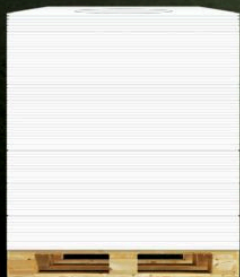
g.m<sup>-2</sup> 13.000 folhas



Papel Offset  
Soporset Premium

**75**

g.m<sup>-2</sup> 13.000 folhas  
(Espessura: + 1,06%)



SOPORSET **PREMIUM OFFSET**



Brancura  
soberba



Superfície  
melhorada



Espessura  
excecional



PRODUCED  
IN PORTUGAL BY  
**THE NAVIGATOR  
COMPANY**







## TRABALHO VENCEDOR DO PRÉMIO “JOVENS GRÁFICOS” GANHA VIDA NA GRÁFICA MAIADOURO, S.A.

Conforme noticiado no último número da T&G, a primeira edição do concurso “Jovens Gráficos”, promovido pela APIGRAF, em parceria com a Pixelpower, teve como vencedora Renata Madureira da Silva, aluna do 11.º ano do Curso Design de Comunicação Gráfica da Escola Artística e Profissional Árvore. Com a atribuição do Grande Prémio “Jovens Gráficos”, Renata Madureira viu o seu trabalho, “Impressão é Expressão” incluído, como encarte, no indicado último número da T&G, bem como na revista Do Papel. Uma mais-valia deste Prémio foi ter permitido a Renata Madureira visionar, junto das professoras do Curso e dos seus colegas de turma, a impressão do seu trabalho, numa visita à Gráfica Maiadouro, S.A., empresa associada da APIGRAF responsável pela produção do trabalho.

Na altura, um dos Administradores da Gráfica Maiadouro, S.A., Rui Oliveira, deu as boas-vindas aos alunos e professoras e acompanhou-os pelas diferentes fases do processo produtivo da empresa. A T&G presenciou o entusiasmo dos alunos e a vontade, manifestada por um ou outro, de vir a trabalhar no setor.

No final da visita, Rui Oliveira respondeu às perguntas formuladas pelos alunos, tendo alertado para a saturação do mercado do design gráfico, ao contrário do que sucede com as artes e indústrias gráficas, setor que continua a necessitar de captar as novas gerações, pelo que desafiou os alunos presentes a pensarem, num futuro próximo, em abraçar um projeto de profissionalização neste setor.

Mais do que uma visita institucional, tratou-se, assim, de um momento de aproximação efetiva entre o ensino profissional e o setor empresarial. Ao presenciarem os métodos de produção, os alunos puderam tomar contacto com a complexidade técnica associada ao trabalho gráfico.

Com esta experiência, a primeira edição dos “Jovens Gráficos” encerra, assim, o seu percurso com coerência e significado: da ideia ao objeto impresso, da escola à empresa, do talento emergente à relevância das artes e indústrias gráficas.









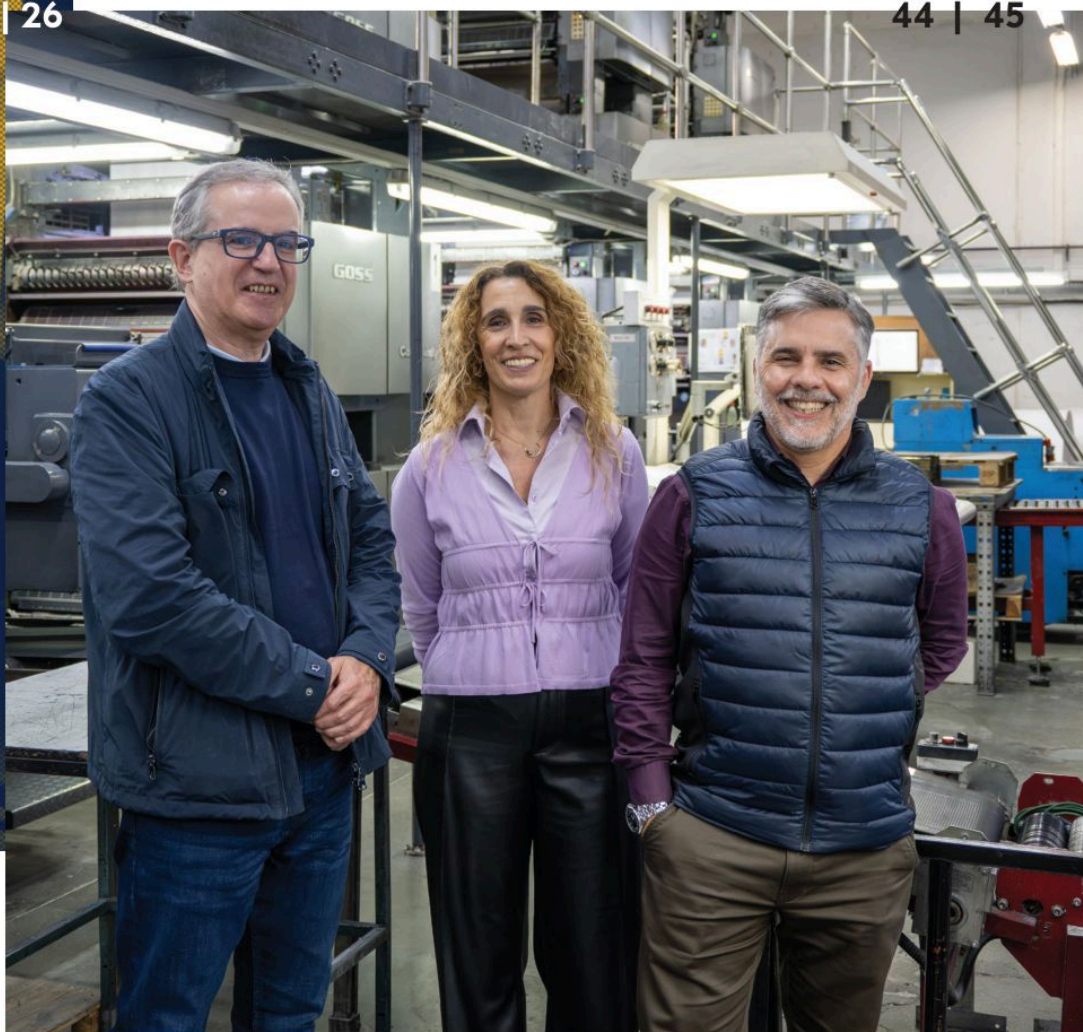
## A APIGRAF NA ESTRADA: SETE EMPRESAS, VÁRIAS REALIDADES DA INDÚSTRIA GRÁFICA PORTUGUESA

A APIGRAF realizou, em abril e junho, um conjunto de visitas a empresas do setor que permitiu observar de perto diferentes realidades da indústria gráfica portuguesa. Nos dias 14 e 15 de abril, foram visitadas a SEMICA GRAPH, a FIG – Indústrias Gráficas, a JOARTES e a ARTIPOL. Entre 18 e 19 de junho, o percurso prosseguiu pela Gráfica Lousanense, pela Litoanadia e pela Floricolor.

A iniciativa insere-se no trabalho de acompanhamento direto das empresas associadas, mas revela também algo mais amplo: a dificuldade de falar da indústria gráfica como uma realidade única. O sector é feito de empresas com histórias, escalas, mercados e especializações muito diferentes. Há produção editorial, comunicação empresarial, embalagem, rótulos, serigrafia, fotografia profissional, impressão digital, offset, acabamentos e aplicações técnicas em suportes muito diversos. Em comum, existe uma base industrial e técnica que continua a adaptar-se às mudanças do mercado.

“O sector é feito de empresas com histórias, escalas, mercados e especializações muito diferentes.”





## FIG – INDÚSTRIAS GRÁFICAS

Em Coimbra, a visita à FIG – Indústrias Gráficas permitiu contactar com uma empresa fortemente marcada pela produção editorial. A sua ligação histórica ao universo da imprensa regional continua a reflectir-se numa actividade em que jornais, revistas, livros, brochuras e outras publicações ocupam um lugar central.

A impressão de publicações periódicas é uma área particularmente exigente. Obriga a organização, regularidade, capacidade de resposta e cumprimento rigoroso de prazos. É uma dimensão do trabalho gráfico que raramente se vê quando o produto chega ao leitor, mas que exige uma estrutura preparada para responder a calendários apertados e a padrões de qualidade constantes.

A FIG mostra também a permanência de uma área que continua a ser relevante, apesar da crescente digitalização da comunicação. O impresso mantém espaço quando está associado a informação, credibilidade, arquivo, leitura e presença física. No caso da empresa, esse posicionamento resulta de uma experiência acumulada ao longo de décadas e de uma capacidade de adaptação às necessidades de clientes editoriais, institucionais e empresariais.





## JOARTES

Em Barrô, Águeda, a JOARTES apresentou uma realidade diferente, centrada na integração de várias etapas do processo gráfico. A empresa trabalha áreas como design, pré-impressão, impressão offset e digital, acabamentos, embalagem e comunicação visual, construindo respostas ajustadas a projectos muito diversos.

Este perfil é representativo de uma parte importante do tecido gráfico português: empresas que não se limitam a executar a impressão, mas acompanham o trabalho desde a preparação até ao produto final. A JOARTES tem precisamente essa característica de empresa completa, próxima do cliente e com capacidade para articular diferentes competências técnicas dentro de uma mesma lógica de produção.

Num mercado em que muitas encomendas exigem flexibilidade, rapidez e acompanhamento, este tipo de estrutura continua a ter um papel relevante. A relação com o cliente, a capacidade de interpretar o objectivo de cada trabalho e o controlo das várias fases de produção tornam-se tão importantes como a tecnologia utilizada.







## SEMICA GRAPH

A SEMICA GRAPH, em Anadia, levou a visita para uma área mais especializada. A empresa desenvolve trabalhos de serigrafia, impressão digital e aplicações técnicas em diferentes suportes, incluindo decalques industriais e soluções destinadas a produtos que exigem precisão, resistência e qualidade de acabamento.

A sua actividade mostra uma dimensão menos visível da indústria gráfica, mas muito relevante: a impressão aplicada a produtos industriais, componentes, objectos e superfícies específicas. São áreas onde o conhecimento dos materiais, das tintas, dos processos e das condições de utilização final assume um peso decisivo.







## ARTIPOL

Também em Águeda, a ARTIPOL trouxe ao roteiro uma dimensão mais tradicional das artes gráficas. A empresa mantém uma ligação ao trabalho tipográfico e a processos que recordam a importância do domínio técnico e da experiência acumulada. Num sector em que a tecnologia evoluiu de forma rápida, continuam a existir competências que dependem do conhecimento prático, da precisão e da continuidade de saberes.







## LOUSANENSE



Já em junho, a Gráfica Lousanense acrescentou a este percurso uma história marcada pela resistência e pela recuperação. Fundada em 1885, é uma das referências históricas do sector gráfico em Portugal, mas o interesse da visita não está apenas na antiguidade da empresa. Está também no modo como a Lousanense atravessou períodos difíceis, procurou reorganizar-se e mantém hoje uma visão orientada para a continuidade e para o futuro.

A sua história permite olhar para uma realidade comum a muitas empresas industriais: a necessidade de superar mudanças de mercado, alterações tecnológicas, dificuldades de gestão e novas exigências dos clientes. No caso da Lousanense, a memória da empresa convive com uma preocupação evidente em actualizar processos, recuperar capacidade produtiva e manter uma posição relevante no sector.

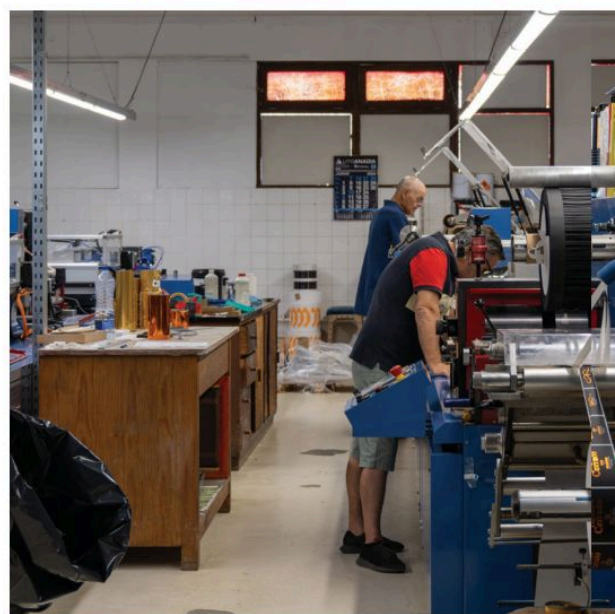
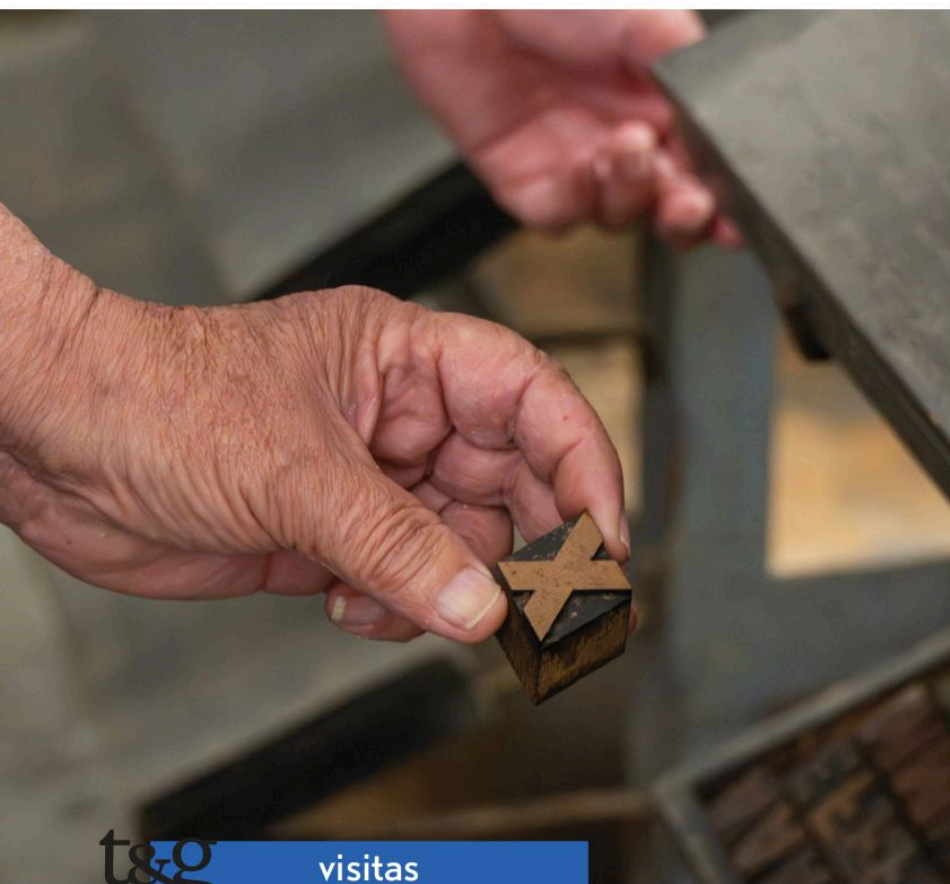
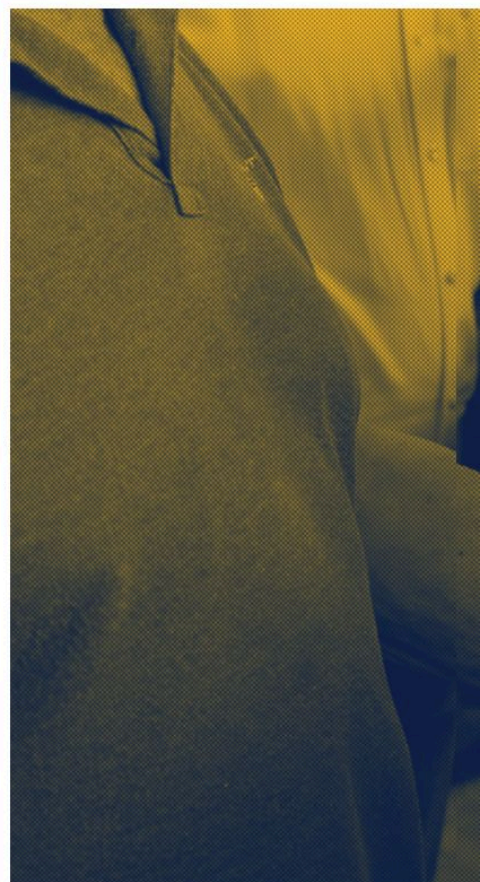




## LITOANADIA

Na Litoanadia, em Anadia, destacou-se a produção de rótulos, catálogos, desdobráveis, impressos comerciais e outros suportes ligados à comunicação empresarial e institucional. A empresa representa bem a importância das gráficas que respondem diariamente a necessidades muito concretas de empresas e entidades locais e regionais.

Um dos elementos mais interessantes da visita foi a convivência entre equipamento moderno e um espólio histórico das artes gráficas. A presença de máquinas, materiais e objectos ligados a outros períodos da actividade gráfica dá contexto ao trabalho actual e permite perceber a evolução dos processos, das ferramentas e do próprio ofício. Na Litoanadia, a modernização não aparece desligada da memória técnica do sector.





mai | ago | 26



50 | 51







## FLORICOLOR

A Floricolor, em Matosinhos, apresentou uma vertente distinta da indústria gráfica, ligada à impressão fotográfica profissional e à produção de álbuns para fotógrafos. A empresa trabalha num segmento em que a qualidade final, o detalhe, os acabamentos e a consistência da produção são determinantes para o valor do produto.

O caso da Floricolor mostra como a tecnologia digital pode ser integrada no mundo gráfico sem substituir o produto físico. Plataformas de encomenda, fluxos digitais, personalização e produção industrial articulam-se para criar álbuns e produtos fotográficos de elevado valor acrescentado. É uma área em que o digital organiza, facilita e expande o processo, mas em que o resultado final continua a depender da qualidade da impressão, dos materiais e dos acabamentos.







Ao longo destas visitas, a APIGRAF encontrou empresas muito diferentes entre si, mas todas ligadas a uma mesma realidade produtiva em transformação. A diversidade observada não é apenas uma característica do sector; é uma das suas condições de funcionamento. A indústria gráfica portuguesa continua a existir precisamente porque se desdobra em várias áreas, responde a mercados distintos e adapta o conhecimento gráfico a produtos, clientes e usos muito diferentes.

Percorrer estas empresas permite compreender melhor essa realidade. A partir do contacto directo com as associadas, torna-se mais claro que o sector não se define apenas pelas tecnologias que utiliza, mas pela forma como cada empresa combina experiência, equipamento, organização, especialização e relação com o mercado.



**Para além da reportagem, desafiámos os nossos associados a responder a algumas questões sobre o seu percurso e a sua atividade. Eis as respostas:**

#### Introdução

A FIG – Indústrias Gráficas, SA, tem as suas raízes na tradição gráfica associada ao Diário de Coimbra, que já na década de 1930 possuía a sua própria gráfica, onde imprimia o jornal. Essa infraestrutura gráfica, criada para garantir a produção diária do jornal, foi evoluindo ao longo das décadas, acompanhando o crescimento da imprensa regional e as transformações tecnológicas do setor.

Em 1982, essa evolução concretizou-se na constituição da FIG – Indústrias Gráficas, por iniciativa do Eng. Adriano Lucas, filho do fundador do Diário de Coimbra, Adriano Viegas da Cunha Lucas. A empresa surgiu para responder a uma necessidade concreta da imprensa diária da região Centro, que, à época, não encontrava nas tipografias de Lisboa e do Porto a capacidade necessária para garantir os prazos de impressão exigidos. Desde então, a FIG tem desenvolvido um percurso sólido, assente na proximidade à comunicação social, na qualidade dos seus serviços e na capacidade de adaptação às constantes mudanças do setor.

Com mais de quatro décadas de atividade, a FIG alia tradição e inovação, produzindo jornais, revistas, livros e uma vasta gama de soluções gráficas para empresas e instituições. O seu compromisso com a qualidade, a modernização tecnológica e a liberdade de imprensa continua a ser um dos pilares que orientam a sua atuação e visão de futuro.



## Questões

### 1. Quais considera serem os principais fatores que distinguem a vossa empresa no setor gráfico?

A FIG – Indústrias Gráficas distingue-se pela combinação de experiência, inovação e compromisso com a qualidade. Com 44 anos de atividade, construímos um percurso assente na confiança dos clientes, na capacidade de adaptação às mudanças do mercado e no investimento contínuo em tecnologia e qualificação dos nossos recursos humanos.

Acreditamos que a nossa principal diferenciação está na capacidade de oferecer um serviço integrado e personalizado, acompanhando cada projeto desde a sua conceção até ao produto final. Esta proximidade, aliada a elevados padrões de qualidade e rigor, permite-nos responder com eficiência às exigências de um mercado cada vez mais competitivo.

### 2. Que tipo de trabalhos e projetos realizam com maior frequência e para que setores ou clientes-alvo?

Ao longo da nossa história, desenvolvemos uma forte especialização na produção editorial, nomeadamente jornais, revistas e outras publicações periódicas. Paralelamente, temos vindo a ampliar a nossa oferta para responder às necessidades de comunicação de empresas, instituições públicas e privadas, associações e organizações de diversos setores de atividade.

Produzimos regularmente livros, brochuras, catálogos, folhetos, materiais promocionais e soluções de comunicação impressa adaptadas às necessidades específicas de cada cliente. A diversidade dos projetos que realizamos reflete a versatilidade da nossa estrutura produtiva e a confiança que o mercado deposita na FIG.

### 3. Como perspetivam o futuro do setor gráfico em Portugal e quais são, na vossa opinião, os principais desafios e oportunidades?

O setor gráfico tem demonstrado uma notável capacidade de reinvenção. Apesar da crescente digitalização da comunicação, o impresso continua a desempenhar um papel relevante, sobretudo quando associado à qualidade, à diferenciação e à credibilidade da mensagem.

Os desafios são conhecidos: a necessidade de investimento permanente em tecnologia, a crescente pressão sobre os custos de produção, a escassez de mão de obra qualificada e a adaptação a novas exigências ambientais e de sustentabilidade. No entanto, estes desafios representam também oportunidades para as empresas que apostam na inovação, na eficiência e na criação de valor acrescentado.

Estamos convencidos de que o futuro do setor passará cada vez mais pela complementaridade entre o digital e o impresso, bem como pela capacidade de oferecer soluções personalizadas, sustentáveis e tecnologicamente avançadas.

### 4. Que mensagem ou ideia gostariam de partilhar com os leitores da revista T&G sobre a vossa empresa ou sobre o setor?

Gostaríamos de destacar que o setor gráfico continua a ser um pilar fundamental da comunicação, da cultura e da economia. Num contexto de mudança acelerada, as empresas gráficas têm sabido evoluir, incorporar novas tecnologias e responder às exigências de clientes cada vez mais informados e exigentes.

A nossa profunda ligação à imprensa escrita permite-nos acreditar que continuamos a ser um veículo privilegiado da liberdade de imprensa, contribuindo diariamente para a divulgação de informação credível, plural e de qualidade. Este é um legado que valorizamos e uma responsabilidade que assumimos com orgulho.

Na FIG, encaramos o futuro com confiança e sentido de responsabilidade. Continuaremos a investir na inovação, na qualidade e nas pessoas, preservando os valores que têm orientado a nossa atividade desde a sua fundação.





# wise.book<sup>®</sup>

Do papel para o futuro,  
com IA.



## INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

UM CADERNO COM  
SUPERPODERES!



OLÁ, EU SOU  
O WISE!

Transforma os teus estudos  
com o **poder da IA.**

O teu **caderno digital** com  
um **tutor** sempre ao teu lado!

DESCARREGA A APP  
E EXPLORA-A COM  
O TEU CADERNO!

Obter na  
Google Play

Descarregar na  
App Store

wise.  
book



SABE TUDO AQUI!

Powered by





de malhas, têxtil de algodão, seda e lã, cortinas, etc., em suma várias outras coisas  
artigo.  
Mercado consumidor: Todo o País. Antes da guerra estes transferes ou decalco-  
nias eram todos importados da Alemanha, Inglaterra, França e Estados Unidos da América  
do Norte.  
O requerente faz este artigo em Portugal, pelo menos que seja do seu conhecimento.  
O artigo conhece a indústria a que se dedica, e o capital para movimento não  
precisa ser de muito, dada a reduzida importância da unidade industrial - se assim se lhe  
pode chamar.  
Razões do pedido:

# O GRÉMIO NACIONAL DOS INDUSTRIAIS GRÁFICOS (1939-1974) E O CONDICIONAMENTO INDUSTRIAL

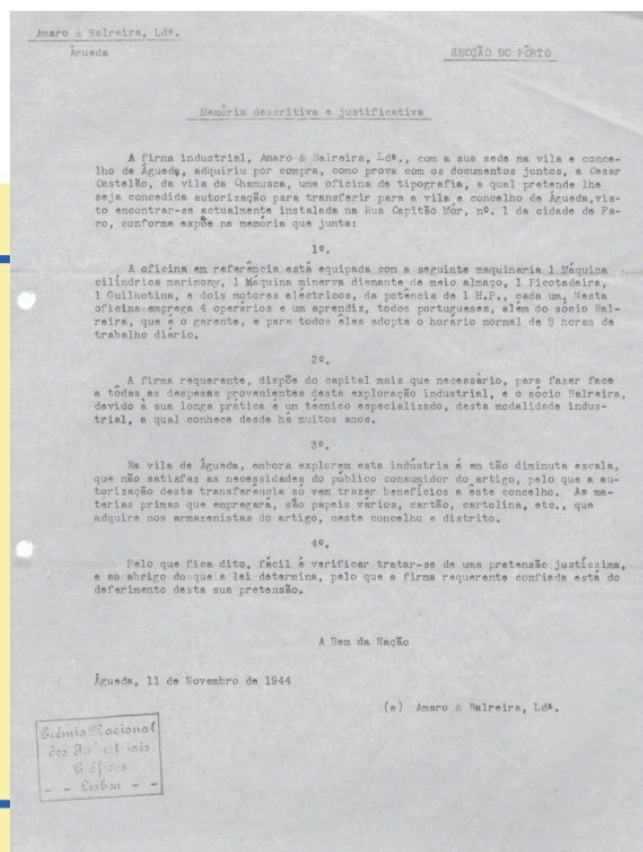
Jorge Lopes (APIGRAF)

## I - O Condicionamento Industrial

Em plena ditadura militar, mas antes da implantação do Estado Novo (1933), é publicado o Decreto n.º 19.354, de 14 de fevereiro de 1931, primeiro diploma legal sobre o condicionamento na indústria portuguesa. No seu preâmbulo esclarece-se que "embora transitóriamente e sem intuítos de ingerência na vida privada das actividades nacionais, se promulgam medidas urgentes que visam o condicionamento das indústrias por forma a evitar a sua desnacionalização, o exagêro ou falta de concorrência deletérias da sua má distribuição geográfica, os insucessos por falta de bases técnicas ou garantias financeiras, e as graves contingências a que se expõe a classe obreira quando liga a sua existência à vida precária de oficinas levemente instaladas".

A transitoriedade de que fala este decreto permanecerá, afinal e curiosamente, durante todo o período do Estado Novo (1933-1974), pelo que o condicionamento industrial manter-se-á umbilicalmente ligado ao estado corporativo e, conseqüentemente, ao salazarismo.





Poucos dias decorridos sobre este diploma, publica-se o Decreto n.º 19.409, de 4 de março, que limita a obrigatoriedade do condicionamento industrial a apenas onze indústrias, sendo a do papel uma delas, enquanto a indústria gráfica fica, assim, isenta das obrigações deste regime. Logo, porém, e ainda nesse ano, sai o Decreto n.º 20.521, de 17 de novembro, que impõe tal obrigatoriedade a praticamente toda a atividade industrial, ficando, deste modo, a indústria gráfica abrangida por esta regulamentação. Em 17 de maio de 1937, a lei n.º 1.956 não traz alterações substanciais a este regime, sendo as raras exceções integradas no Decreto n.º 27.758, de 15 de junho de 1937, onde se destaca, no que aos nossos setores diz respeito, a isenção das obrigações do condicionamento industrial para a encadernação e a cartonagem. De qualquer modo, o Decreto n.º 27.772, de 23 de junho do mesmo ano, esclarece que praticamente toda a atividade industrial continua abrangida pelo Decreto n.º 1.956. Igualmente desse ano de 1937, o Decreto n.º 27.994, de 20 de agosto, regulamenta o condicionamento industrial nos termos previstos na Base III do último diploma.

Dez anos volvidos, o Decreto n.º 30.443, de 30 de julho de 1947, regista as indústrias abrangidas pelo condicionamento industrial, não figurando aí novamente a indústria gráfica. Perante este facto consolidado, o Grémio Nacional dos Industriais Gráficos (G.N.I.G.) irá opor-se terminantemente, pugnando pela inclusão, neste regime legal, da atividade industrial por si representada. Ora, como sublinha Cláudia Figueiredo:

“As diligências do Grémio não tiveram efeitos imediatos, e o setor ficou isento do condicionamento e desprovido de regulamentação específica durante toda a década de 1950. Não obstante, o Grémio não baixou os braços, empregando esforços no sentido de obter uma regulamentação para o setor. Na ausência de soluções, em 1950 o Grémio dirigiu-se à autoridade suprema, o Presidente do Conselho, António de Oliveira Salazar, expondo as suas reclamações face à concorrência estatal e pedindo celeridade no processo de regulamentação da indústria.” (Figueiredo, 2023: 265)

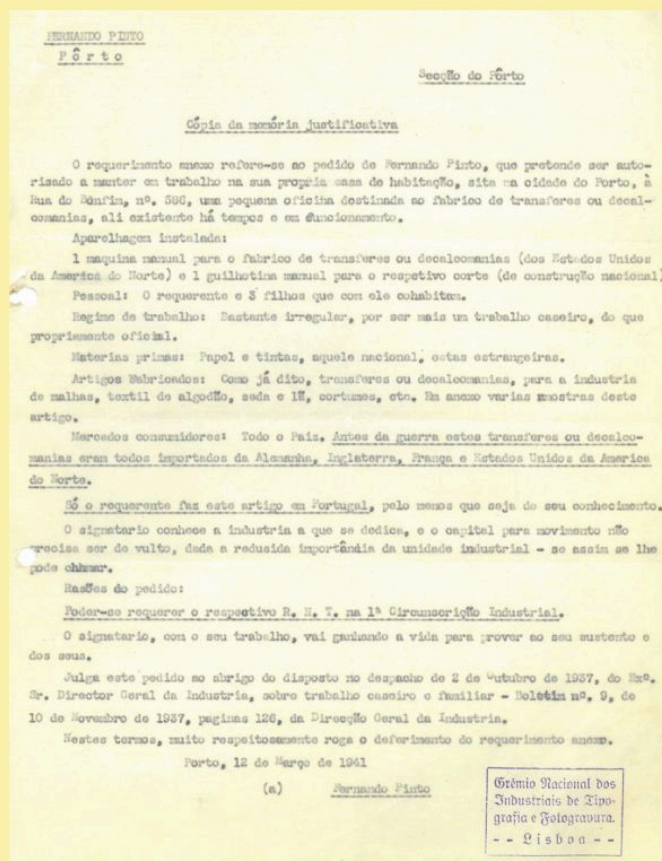


Na verdade, só muitos anos depois é que o G.N.I.G. verá aprovado, através do Decreto n.º 44,780, de 7 de dezembro de 1962, o exercício da indústria de tipografia. Do preâmbulo deste diploma constam os principais motivos – pouco abonatórios, diga-se de passagem, para o setor – para a relevância deste regulamento:

“As circunstâncias actuais não alteram, antes tornam mais salientes, as razões que impõem a necessidade de fazer o condicionamento técnico da actividade. Efectivamente deve aproximar-se do milhar o número de oficinas tipográficas particulares ou do Estado e, de entre as existentes, poucas se podem considerar como tendo a categoria necessária tanto no que respeita ao equipamento e às condições higieno-técnicas de trabalho como no que se refere ao pessoal dirigente e especializado com a preparação mínima desejável.

Nota-se nesta modalidade da indústria um inconveniente apego a maquinaria que deveria desde há muito estar fora de serviço e a manutenção de processos de trabalho obsoletos; e se certa evolução útil se pode registar em algumas das oficinas existentes, o aproveitamento de máquinas antiquadas e a abertura de novos estabelecimentos subdimensionados acarretam dispersão inconveniente da actividade, com sério prejuízo para a economia do sector, em situação de crise permanente provocada pelo desregramento da concorrência.”<sup>ii</sup>

Este Regulamento será, um pouco mais tarde, revogado pelo Decreto n.º 46.138, de 31 de dezembro de 1964. No ano seguinte será publicado, por sua vez, o regulamento do exercício da indústria de litografia (Decreto n.º 46.951 de 13 de outubro de 1965).



No final de 1965, no Decreto-lei 46.666, de 24 de novembro, volta a não constar a indústria gráfica como abrangida pelo condicionamento industrial, o mesmo sucedendo em 1970 (Decreto n.º 393/70, de 14 de agosto) e em 1972 (Decreto-lei n.º 481/72, de 28 de novembro, que limita ainda mais o conjunto de atividades industriais abrangidas por este regime).

Com a abolição do corporativismo, após a revolução de Abril de 1974, foi igualmente abolido o condicionamento industrial (através do Decreto-lei n.º 533/74, de 10 de outubro).



## II – O Condicionamento Industrial e o Grémio Nacional dos Industriais Gráficos

No *Relatório da Direcção e Contas do Exercício de 1939*, respeitante ao primeiro ano de existência do então Grémio Nacional dos Industriais de Tipografia e Fotogravura, a sua Comissão Diretiva<sup>iii</sup> refere, entre os problemas mais prementes de resolução no setor, e logo à cabeça: “Pugnar junto da Direcção Geral da Indústria pelo perfeito condicionamento de novas instalações às necessidades” (*op.cit.*, p. 4). Um ano depois, o *Relatório e Contas* da secção de Lisboa apresentava a oposição do Grémio à importação de máquinas novas de modo a evitar-se “o indefinido crescimento da frente industrial”<sup>iv</sup>, exceto no caso em que seja retirado um equipamento obsoleto e substituído por um novo, oposição extensível à compra de equipamento gráfico por estabelecimentos não integrados na atividade gráfica. Com base nestes princípios, esta secção “informou os 57 pedidos de industriais e não industriais que foi chamada a informar durante o Exercício findo”<sup>v</sup>.

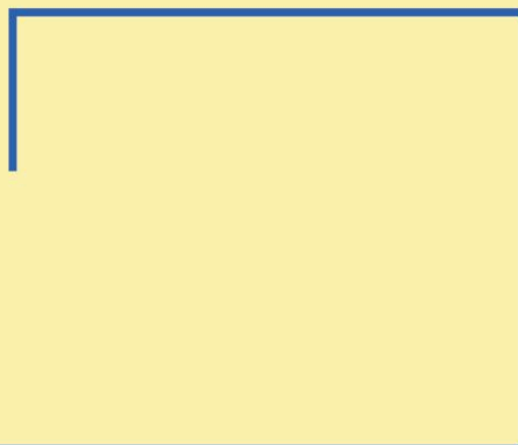
Em 1940, o Presidente do mesmo Grémio, publicava a sua comunicação sobre “A indústria gráfica perante o condicionamento industrial”, separata do n.º 147 (maio de 1940 – ano 13.º) da revista *Indústria Portuguesa* da Associação Industrial Portuguesa. Na perspetiva de Cláudia Figueiredo, Luiz Moita “defendia aquelas que seriam duas das grandes linhas de ação dos grêmios; a primeira, o exercício de uma fiscalização eficaz sobre as oficinas e, a segunda, pressionar os poderes no sentido de uma aplicação mais rigorosa do condicionamento, que bloqueasse, de facto, a criação de novos estabelecimentos e a instalação de mais máquinas” (Figueiredo 2023: 226). Nas últimas páginas da sua monografia, o Presidente do Grémio expunha os critérios para os pareceres favoráveis e os desfavoráveis a atribuir aos requerimentos dos industriais gráficos:

### “FAVORÁVEIS:

- 1.º - Substituição de máquinas de impressão de formato semelhante, ainda que por outras de maior produção;
- 2.º - Montagem de máquinas auxiliares, tais como guilhotinas, picotadeiras, etc.
- 3.º - Reunião de oficinas formando maiores os núcleos industriais.
- 4.º - Transferência de oficinas cuja mudança não represente inconveniente para terceiros.
- 5.º - Transferência de máquinas que estejam devidamente legalizados.
- 6.º - Transferência de posse de Alvarás.

### DESFAVORÁVEIS:

- 1.º - instalação de novas oficinas.
- 2.º - Montagem, por acréscimo, de novas máquinas de impressão em instalações já existentes.
- 3.º - Pedidos de que resulte a pulverização da indústria.
- 4.º - Pedidos de transferência de oficinas para meios que não possuam as condições necessárias à sua existência.
- 5.º - Pedidos de transferências de oficinas para as proximidades dos grandes centros, solicitados por industriais que, tendo em vista as diferenças de preços de mão de obra fixados pela tabela de salários mínimos e outras circunstâncias favoráveis, viriam originar desleal concorrência às oficinas estabelecidas nesses grandes centros”. (Moita, 1940: n.p.)





*O Relatório e Contas da Gerência de 1942*, da secção de Coimbra do G.N.I.G., retomava este tema, expondo as suas considerações sobre os pareceres formulados por esta secção – onde não podemos deixar de sublinhar o referido nas últimas linhas deste texto:

“Sempre que tenhamos de elaborar a nossa informação, nos termos da alínea a) do Decreto n.º 27.994 de 26-8-937, sobre a legalização de oficinas já existentes, transferências de máquinas usadas e em laboração noutras oficinas, dentro do mesmo concelho, o nosso parecer nestes casos é favorável, o mesmo não sucede, quando se pretendem instalar máquinas novas ou já usadas em poder das casas fornecedoras, à instalação de novos estabelecimentos industriais e à reabertura dos que tiverem suspenso a laboração por prazo superior a dois anos, apesar disso, nunca se verificou que o nosso parecer, que aliás se baseia no condicionamento industrial, a que alude o citado Decreto, fôsse tomado em consideração, por quem de direito” (op. cit.p.2).

Como assinalámos, a importação de maquinaria gráfica revelava-se uma outra dor de cabeça para o G.N.I.G. Desta maneira, em reunião de Direcção, de 13 de dezembro de 1949, o Presidente do Grémio, Armando de Figueiredo, informava os colegas presentes que “até esta data estariam em seu poder, aguardando informação, noventa e oito pedidos de importação de máquinas recebidos do Conselho Técnico Corporativo e da sua Delegação no Porto”<sup>vi</sup>. E prosseguia, relatando que, “por virtude das obrigações do Plano Marshall, Portugal teria que dispendir (sic) quatrocentos e oitenta mil dollars em material gráfico, exclusivamente”<sup>vii</sup>.

No ano seguinte, mais concretamente em reunião de 15 de maio de 1950, Armando de Figueiredo transmitia aos seus colegas de Direcção o seguinte apontamento:

“O senhor Presidente da Direcção deu notícia de ofícios recebidos do Conselho Técnico Corporativo, em que este organismo pedindo a informação do

Grémio quanto à qualidade de vários importadores de material gráfico se dispensa de solicitar também o parecer quanto à vantagem ou desvantagem das importações, alegando para isso que a importação daquele material está liberalizada. Como a Direcção não concorda, tem-se respondido no sentido pedido pelo Conselho aludido, dizendo-se sempre, consoante os casos, se a importação é ou não de considerar. Pelo menos assim, o Grémio mantém (sic) a sua posição.” (subl. no orig.)<sup>viii</sup>

No seguimento da isenção da indústria gráfica, imposta pelo citado decreto de 1947, de sujeição às regras do condicionamento industrial, o G.N.I.G. vai proceder, como vimos, a diversas diligências junto dos poderes públicos para que a indústria gráfica seja incluída nas atividades abrangidas por aquele regime. E, não o conseguindo de forma direta, não se poupa a esforços para que fosse criada uma norma legal que regulamentasse o exercício da atividade que, de algum modo, impusesse condições similares às do condicionamento industrial. Ou, como se lê no *Relatório e Contas da Direcção* – Gerência de 1954:

“Não nos desfaleceu o ânimo, posto na defesa dos nossos interesses, por influência da resolução ministerial que nos excluiu do condicionamento. Pelo que nos devemos a nós próprios e aos agremiados – cujo órgão representativo, o Conselho Geral, ao dar-nos a sua inteira confiança, nos estimulou a continuar a árdua tarefa de salvar da total ruína as indústrias gráficas (Fev. 1953) – decidimos insistir na regulamentação retomando as diligências anteriores junto da Direcção Geral dos Serviços Industriais, com a solicitação de que se cumprisse o preceituado no decreto n.º 4:351, de 29 de Maio de 1918” (op. cit. n.p.).

De salientar que o diploma legal aqui referido, com mais de trinta anos passados desde a sua publicação, tinha por objetivo classificar as indústrias em três classes: insalubres, incómodas, perigosas e tóxicas...



Tanto, e na a importância indicada na acta da reunião de vinte e oito de Novembro próximo passado. Na tarde, de momento, que se abriu a sessão, foi encerrada a Sessão. Foram discutidos os pontos seguintes:

*Acta n.º 23*  
*Chelms a Lemos*  
*António*

Aos treze dias do mês de Dezembro de mil novecentos e quarenta e nove, pelas dez e seis horas, reuniu-se na sede da Travessa da Glória, vinte e dois A, segundo andar direito, a Direcção do Grémio Nacional dos Indústriais Gráficos, estando presentes os Senhores Armindo de Figueiredo, Presidente - António da Paqueta José Barbosa, Secretário - Fernando da Silva Ferreira, Tesoureiro, e os vogais das listas de Norte e de Centro, respectivamente Senhores António Rodrigues da Rocha e Alfredo Saraiva Faria.

A Direcção ocupou-se da proposta organizativa elaborada pela Secretaria para o ano de mil novecentos e cinquenta, a qual foi enviada ao Instituto Nacional do Trabalho antes de fechar o mês de Novembro, de acordo com as disposições legais, proposta que foi aprovada nesta data pelo Conselho Geral do Grémio, em reunião que antecedeu a de hoje.

Pelo Senhor Presidente foi relatado que, até esta data, estavam já em seu poder, aguardando informações, notificações e oito pedidos de importação de máquinas recebidos do Conselho Técnico Corporativo e da sua Direcção no Porto. Informou-se, por ordem dos Senhores de Paulo Marshall, porque seria que de pender quarenta e cinco mil dólares em material gráfico, exclusivamente. E que, para os devidos efeitos, havia anteriormente solicitado de seus

órgãos recebidos do Conselho Técnico Corporativo, em que este organismo pediu a importação do Grémio quanto à qualidade de vários importadores de material gráfico e dispensa de solicitar também o parecer quanto à vantagem ou desvantagem das importações, alegando para isso que a importação de daquele material está liberalizada. Como a Direcção não concordava, tem-se respondido no sentido pedido pelo Conselho aliado, dizendo-se sempre, consoante o caso, se a importação é ou não de consideração. Pelo menos assim, o Grémio manifestou a sua posição.

Esta resolução foi aprovada por todos os presentes. O Senhor Presidente deu notícia de uma circular do Instituto Nacional do Trabalho solicitando informes estatísticos a respeito dos artesãos da indústria gráfica, dizendo que eles não existiam na tipografia, visto esta não poder mais com uma indústria caseira, a despeito de o Estado aceitar oficinas em tais condições. Julgava assim que não valeria a pena responder ao Instituto Nacional do Trabalho.

Pelo Senhor Secretário foi relatado que alguns indústriais se tinham dirigido ao Grémio, protestando contra o facto de a Caixa Judicial de Previdência dos Tipógrafos não ter pedido o preenchimento de fórmulas de férias mensais. Resolveu-se não fazer qualquer circular acerca do assunto, salvo se, efectivamente, os protestos atingirem um número que justifique qualquer esclarecimento por parte do Grémio.

Foi novamente considerado o pedido de Federação dos Sindicatos dos Tipógrafos no sentido de o Grémio apoiar no seu pedido as entidades superiores competentes para que a Caixa Judicial de Previdência

escutas ao funcionário Senhor Silva Santos. Aquelles Senhores pediam esclarecimento ao seu colega, havendo o Senhor Tesoureiro informado que tal qualificação fora dada em virtude do trabalho resultante da nova organização da escrita do Grémio. Os Senhores Saraiva Faria e António da Rocha não se consideraram satisfeitos com tal explicação, ficando o assunto reservado para tratamento na próxima reunião da Direcção.

Na tarde, que se abriu a sessão, foi encerrada a Sessão. Foram discutidos os pontos seguintes:

*Acta n.º 29*  
*Chelms a Lemos*  
*António*  
*Fernando da Silva Ferreira*  
*Alfredo Saraiva Faria*

Aos quinze dias do mês de Maio de mil novecentos e cinquenta, pelas dez e seis horas, reuniu-se na sede da Travessa da Glória, vinte e dois A, segundo andar direito, a Direcção do Grémio Nacional dos Indústriais Gráficos, estando presentes os Senhores Armindo de Figueiredo, Presidente - António da Paqueta José Barbosa, Secretário, Fernando da Silva Ferreira, Tesoureiro e António Rodrigues da Rocha - Vogal. Não compareceu por impossibilidade de se deslocar o Senhor Alfredo Saraiva Faria, Vogal. Informaram-se impressos quanto à Assembleia Geral e a feitura, para prosseguimento da sessão de seis de Março último, nada se tendo resolvido em definitivo por se de pender se se ou não de efectuar também assembleias Regionais no Porto e em Coimbra.

O Senhor Presidente da Direcção deu notícia de

“De salientar que o diploma legal aqui referido, com mais de trinta anos passados desde a sua publicação...”



# GRÊMIO NACIONAL DOS INDUSTRIAIS DE TIPOGRAFIA E FOTOLITOGRAFIA

SECCÃO DO PORTO - RUA DUQUE DE LOULÉ, 113  
TELEFONE, 9503

Regulamentado o exercício de tipografia, o *Relatório e Contas da Direcção* do Grémio desse ano (1962) saudava, euforicamente, como não podia deixar de ser, a sua publicação, salientando que a persistência do Grémio “teve finalmente o seu prémio” (op. cit, p. 27). Havia, porém, um problema: “Pelas primeiras mostras da repercussão que teve entre os industriais de tipografia, vemos que suscitou apreensões em muitos agremiados.” (ibidem). O Grémio entendia, contudo, não se justificarem tais apreensões, uma vez que a sua Direcção “não deixará de defender os seus legítimos interesses, atendendo ao que lhe tem sido exposto e é há muito do seu conhecimento” (ibidem). Também o número inicial do Boletim do Grémio Nacional dos Industriais Gráficos faz eco das repercussões negativas que o Regulamento em causa trouxe junto do setor. Assim, num artigo não assinado, intitulado “Uma especulação inqualificável”, é referido:

*“Indivíduos, mal informados, ou de má fé, têm tentado alarmar os nossos prezados agremiados, chegando ao ponto de afirmar que o decreto que regulamentou a indústria visa afinal a proteger os grandes numa época em que devia haver a preocupação de proteger os pequenos.”<sup>ix</sup>*

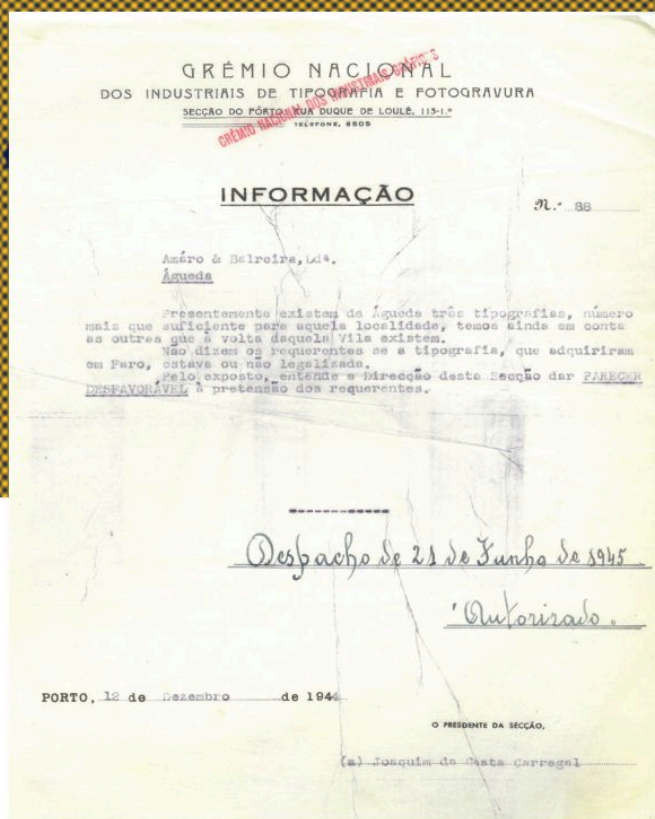
Esta especulação resultava do estipulado no artigo 12.º do Regulamento<sup>x</sup> em causa que obrigava os industriais a terem, no prazo de dois anos, um conjunto mínimo de equipamentos listados no artigo 3.º do mesmo diploma, nas secções de composição, impressão, de brochura e costura mecânica e de corte, conjunto este incompatível

com o parque de máquinas existente à época no setor gráfico. Face ao desfazamento entre o panorama real do setor e o disposto naquele artigo 12.º, o Grémio cedo direccionou os seus esforços, junto dos poderes públicos, para alterar a obrigação indicada. Até porque, como se lê na sua Circular n.º 120, de 1 de fevereiro de 1963, existiam no país “700 industriais sem possibilidades (...) de adquirirem o equipamento prescrito no artigo 3.º” (op. cit.). Estranhamente, o projeto de regulamento, anexo à exposição, feita pelo G.N.I.G., ao Diretor-Geral dos Serviços Industriais, Eng.º João Maria Ferreira do Amaral, datada de 3 de junho de 1954 e reproduzida no *Relatório e Contas da Direcção – Gerência de 1954*, tal projeto, dizíamos, era bastante mais rigoroso do que o explicitado naquele artigo 3.º, pois exigia ou mais equipamentos ou os mesmos. Na realidade, onde o artigo 3.º estipulava a obrigatoriedade de incluir “Uma máquina de compor”, o projeto do Grémio de 1954, indicava “Três máquinas de compor”. A publicação do novo regulamento do exercício de tipografia, através do Decreto n.º 46.138, de 31 de dezembro de 1964, irá alterar substancialmente, num novo articulado, o que estipulava o artigo 3.º do anterior regulamento e revogar, então, o controverso artigo 12.º.

### III - Dos Pareceres da Secção do Porto do Grémio Nacional dos Industriais Gráficos

A pasta do espólio da APIGRAF que contém as cópias dos requerimentos dos agremiados, preenchidos ao abrigo da lei do condicionamento industrial, e os respetivos pareceres da secção do Porto do G.N.I.G., é composta





por 186 processos. O primeiro parecer, datado de 23 de março de 1940, diz respeito a duas empresas em nome individual: António Caetano Calafate, da Póvoa de Varzim, e Justino Leite de Oliveira, de S. João da Madeira, sendo aí registado o deferimento de ambos os pedidos, na medida em que estas empresas já estavam em laboração, tratando-se apenas de obterem autorização para o processamento do respetivo alvará. Enquanto o último pedido, com data de 13 de agosto de 1947, igualmente com parecer favorável, foi solicitado por António Maria Borrego e outros, para a criação da empresa que virá a ser conhecida por A Lusitânia de Borrego, Santos & Santos, Lda. Da memória descritiva e justificativa, anexa ao pedido, é assinalado que esta firma terá na sua gerência, António Maria Borrego, encadernador, Alfredo Ferreira da Costa Santos, tipógrafo, e Francisco dos Santos da Benta, também tipógrafo. Como aí se lê, qualquer "dos requerentes é artista habilitado na sua profissão", sendo o primeiro patrão de uma oficina de encadernação e estando os outros dois "inscritos no respectivo sindicato nacional das indústrias gráficas". Esta memória descritiva e justificativa possui ainda a indispensável lista dos equipamentos que integrarão esta empresa:

"A tipografia seria dotada somente das seguintes máquinas: a) 2 'Minervas pedaleiras'; b) 1 'Minerva' braçal para impressão de cartões de visita; c) 1 picotadeira. A encadernação seria dotada das seguintes máquinas: a) 1 guilhotina manual de volante; b) 1 prensa de colunas; c) 1 cezália. Todas estas máquinas são manuais ou pedaleiras.

As máquinas referidas já são possuídas pelos três interessados que dispõem do capital e crédito necessário à laboração regular das indústrias cuja exploração pretendem fazer."

Um outro pedido, este deveras singular, datado de 12 de março de 1941, vem assinado por Fernando Pinto que laborava, em nome individual, na sua própria casa, onde mantinha uma "pequena oficina destinada ao fabrico de transferes ou decalcomanias". A memória descritiva informa que o equipamento instalado era composto por "1 máquina manual para o fabrico de transferes ou decalcomanias (dos Estados Unidos da América do Norte) e 1 guilhotina manual para o respectivo corte (de construção nacional)". Quanto aos transferes ou decalcomanias fabricados, destinavam-se à "indústria de malhas, têxtil de algodão, seda e lã, curtumes, etc.", juntando algumas amostras para o efeito. Informava ainda que o seu mercado abrangia todo o país, sendo que antes "da guerra estes transferes ou decalcomanias eram todos importados da Alemanha, Inglaterra, França e Estados Unidos da América do Norte", acrescentando que só o "requerente faz este artigo em Portugal, pelo menos que seja do seu conhecimento".



O G.N.I.G., “condizendo as declarações do requerente com as informações colhidas”, deu parecer favorável à pretensão de Fernando Pinto, após ter recebido comunicação, com data de 11 de agosto de 1941, dos Serviços de Fiscalização do Trabalho do Instituto Nacional do Trabalho e Previdência, a comunicar o resultado da visita feita à residência do requerente.

Mais um parecer da secção do Porto do G.N.I.G., este desfavorável, diz respeito ao pedido, datado de 31 de março de 1945, da Casa do Trabalho do Dr. Oliveira Salazar, de Bragança<sup>xi</sup>, para a criação de uma Escola Tipográfica, a qual seria uma “apreciável fonte de receita para ajudar a manter esta instituição”. As conclusões a que chega o Grémio, na informação de 15 de junho desse ano, assinada pelo Presidente da secção do Porto, Joaquim da Costa Carregal, para o seu parecer negativo são deveras cáusticas para uma instituição que tinha associado o seu nome ao do Presidente do Conselho:

“Pretende a Direcção desta Instituição, conforme se lê no requerimento, manter uma Escola Tipográfica! Escola Tipográfica em Trás-os-Montes, aonde nem sequer existem operários com conhecimentos suficientes para o desempenho dos seus lugares.

Ora, se não existem operários competentes, aonde se vão buscar os mestres?

Quere-nos parecer que esta Instituição pretende explorar a indústria de tipografia, e para isso pretende pôr nesta exploração o rótulo de Escola Tipográfica, para poder utilizar menores de 15 anos, que é a idade mínima que a lei fixa, para os iniciados nesta indústria.

(...)

A maquinaria descriminada (*sic*) é prova eloquente da incompetência de quem pretende montar uma Escola Tipográfica.

Pelo exposto, não pode pois esta Direcção deixar de dar PARECER DESFAVORÁVEL a esta pretensão”.

“Quere-nos parecer que esta Instituição pretende explorar a indústria de tipografia, e para isso pretende pôr nesta exploração o rótulo de Escola Tipográfica,...”

Uma outra e interessante situação irá ocorrer com o requerimento do diário *Correio do Minho*, o qual, como se pode ler no seu pedido, “é propriedade e órgão da Comissão Distrital da União Nacional” e, mais detalhadamente, na sua “memória”:

“A Comissão Distrital da União Nacional adquiriu, em 1934, o diário bracarense ‘Correio do Minho’, que dispõe de oficinas gráficas próprias e se encontra instalado no rez do chão da Casa dos Coimbras, situada no Largo de S. João do Souto da mesma cidade de Braga.

Verificando que o ‘Correio do Minho’ é o único diário no norte que se consagra, franca e essencialmente, á (*sic*) defesa do Estado Novo e à propaganda dos seus ideais políticos, económicos e sociais (...).

Com este propósito pretende anexar-lhe uma oficina gráfica destinada a executar trabalhos de remendagem, de composição, impressão e encadernação de livros.”



# RELATORIO

## DA DIRECÇÃO E CONTAS DO EXERCÍCIO

GRÉMIO NACIONAL DOS INDUSTRIAIS DE  
TIPOGRAFIA E FOTOGRAVURA

### RELATÓRIO

DA DIRECÇÃO E CONTAS DO EXERCÍCIO DE

1939



LISBOA

1940

LISBOA

1940



Apesar deste requerimento ter o selo da União Nacional, a organização política umbilicalmente ligada ao regime ditatorial de Oliveira Salazar, o Presidente da secção do Porto do G.N.I.G., em informação datada de 21 de maio de 1945, entendeu “que a montagem de mais uma oficina no Distrito de Braga, ou em qualquer outra do Norte, acarretará ainda mais dificuldades às oficinas já existentes”, pelo que dava o seu parecer desfavorável a esta pretensão do *Correio da Manhã*.

De qualquer modo, tanto a Casa do Trabalho do Dr. Oliveira Salazar como o *Correio do Minho* verão os seus pedidos autorizados, por despacho ministerial de outubro de 1945.

Nos pareceres desfavoráveis desta secção do G.N.I.G. encontram-se ainda, entre muitos outros, dois respeitantes à empresa Amaro & Balreira, Lda., que está na origem da Gráfica Ideal de Águeda, S.A., associada da APIGRAF que comemorou, em 2025, 80 anos de existência. O primeiro pedido reporta-se precisamente ao início da atividade tipográfica da Gráfica Ideal. Assim, no requerimento em causa, datado de 11 de novembro de 1944, podemos ler que a Amaro & Balreira solicita “autorização para poder transferir da cidade de Faro, para a vila de Águeda, uma tipografia que adquiriu por compra a Cesar Castelão, da vila da Chamusca”. Para o G.N.I.G., em nota informativa, datada de 12 de dezembro de 1944, para além de não se saber se a tipografia adquirida em Faro, “estava ou não legalizada”, já existiam em Águeda “três tipografias, número mais que suficiente para aquela localidade”, pelo que dava o seu parecer negativo a esta transferência de equipamento.

Um ano decorrido, a mesma empresa requeria agora autorização para comprar um equipamento “Minerva, formato almoço, com interior de rama 33 x 45, marca Star, a adquirir à firma Polónio Basto & C., do Pôrto,

e uma máquina de braço, pequena, para cartões de visita, a adquirir a firma a indicar oportunamente”. Uma vez mais, a secção do Porto do G.N.I.G., deu parecer negativo a esta pretensão.

Os dois pareceres em causa foram, contudo, contrariados pelo Secretário de Estado do Comércio e Indústria que autorizou, por despacho de 21 de junho de 1945, a transferência solicitada e, num outro despacho, de 22 de março de 1947, a compra daquelas máquinas.

#### IV – Conclusão

Este breve estudo sobre o G.N.I.G. e o condicionamento industrial, tema já abordado por Cláudia Figueiredo no livro, atrás citado, dos *170 Anos do Movimento Associativo dos Industriais Gráficos*, pretende dar conta da importância do espólio à guarda da APIGRAF no que se relaciona com esta matéria e outras do período em que vigorou o chamado Estado Novo. As cópias das informações prestadas pela secção do Porto do G.N.I.G. aos requerimentos apresentados pelas empresas entre 1940 e 1947, bem como as fichas do cadastro industrial dos agremiados, preenchidas no segundo lustro da década de sessenta, permitem-nos traçar um retrato bastante aproximado da realidade do setor da indústria gráfica em pleno Estado Novo, nomeadamente quanto aos equipamentos existentes e às dificuldades e anseios sentidos pelos industriais do setor. Neste capítulo assumem particular relevância as intervenções do G.N.I.G., incondicionalmente a favor do condicionamento industrial. Intervenções, quase sempre, nomeadamente a partir de 1947, e pelas razões atrás expostas, mais conservadoras do que as das próprias autoridades governativas, tantas vezes plasmadas nos inúmeros pareceres desfavoráveis contrariados, como vimos, pelo Ministério de Comércio e Indústria.

#### Bibliografia:

Figueiredo, Cláudia, *Os 170 Anos do Movimento Associativo dos Industriais Gráficos*, I vol., s.l., APIGRAF, 2023.

Moita, Luiz, “A indústria gráfica perante o condicionamento industrial”, *Separata da revista Indústria Portuguesa*, n.º 147, maio de 1940.

[1] Diário do Governo n.º 38/1931, Série I de 14.02.1931, pp. 311-312. | [2] Diário do Governo n.º 281/1962, Série I de 07.12.1962, p.1671. | [3] Comissão Diretiva constituída por Adolfo de Mendonça (“Adolfo de Mendonça, Ld.”); Fernão Couceiro da Costa (“Imprensa Portuguesa – Porto”); Alfredo Saraiva Faria (“Coimbra Editora – Coimbra”); Luiz Jesus Moita (“Anuário Comercial”) e Armando Figueiredo (“Editorial Império”). | [4] Relatório e Contas do Exercício de 1940 da Secção de Lisboa do Grémio Nacional dos Industriais de Tipografia e Fotogravura, p. 2. | [5] Ibidem. | [6] Livro de Actas das Reuniões da Direcção do Grémio Nacional dos Industriais de Tipografia e Fotogravura, p. 119. | [7] Ibidem. | [8] Idem, pp. 139-140. | [9] Boletim do Grémio Nacional dos Industriais Gráficos, n.º 1, de junho de 1963: 11. | [10] “Os estabelecimentos actualmente licenciados ou com processos em curso cujo equipamento e secções não satisfaçam ao prescrito no artigo 3.º terão de ser alterados, no prazo de dois anos, por forma a satisfazer às mesmas prescrições. Caso contrário será impedido o seu funcionamento.” (Diário do Governo n.º 281, 7.12.1962, p. 1672). | [11] À mesma instituição já lhe havia sido negada a “autorização para a montagem de oficina tipográfica”, segundo a informação da secção do Porto do G.N.I.G., datada de 9 de outubro de 1940. Este pedido teve, então, em 17 de março de 1942, um despacho que lhe foi desfavorável. Daí esta instituição retomar a sua pretensão, três anos mais tarde, agora sob a capa de “escola tipográfica”.



“金襴手”瓷器的名称来源于日语，其原意为金色的织物，是中国瓷器中最为罕见也是最为精美的品类之一。这类瓷器以在单色釉地，特别是矾红地上施以炫丽的金彩为其典型特征。

Kinrande Porcelain Dressed in Gold  
EDIÇÃO Jorge Welsh Works of Art DESIGN Panorama



# 2026

## LOUPE AMERICAS

15-17 setembro 2026  
Chicago, EUA

## PACK EXPO INTERNATIONAL

18-21 outubro 2026  
Chicago, EUA

## LOUPE INDIA

29 outubro – 1 novembro 2026  
Delhi, Índia

## SOUTHERN EUROPEAN PRINT CONGRESS 2026 — SEPC

11-12 novembro 2026  
Porto, Portugal

## EMPACK MADRID

11-12 novembro 2026  
IFEMA, Madrid, Espanha

## ALL4PACK EMBALLAGE PARIS

24-26 novembro 2026  
Paris, França

## LOUPE CHINA

2-4 dezembro 2026  
Shenzhen, China

## PARIS PACKAGING WEE

3-4 fevereiro 2027  
Paris, França

## HISPACK

4-7 maio 2027  
Barcelona, Espanha

## GRAPHISPAG

4-7 maio 2027  
Barcelona, Espanha

## PRINT4ALL

25-28 maio 2027  
Milão, Itália

## FACHPACK

21-23 setembro 2027  
Nuremberga, Alemanha

## LOUPE EUROPE

5-8 outubro 2027  
Barcelona, Espanha





Uma Solução **INFORMA**

- **A força dos dados ao serviço do seu plano de marketing.**

**INFORMA** lança uma nova forma de fazer Data Driven Marketing. Se precisar de mais informações, entre em contacto conosco e dizemos-lhe como pode melhorar o seu negócio.

Faça com que a informação trabalhe a seu favor

---



[www.informadb.pt](http://www.informadb.pt)  
808 29 30 29







**Teresa Borba**

Departamento Jurídico  
teresa.borba@apigraf.pt

## PPWR, O “REGULAMENTO DAS EMBALAGENS”

O PPWR (Regulamento Europeu relativo a Embalagens e Resíduos de Embalagens) é um diploma denso e desafiante, com uma linguagem muito própria. E aplica-se a praticamente todas as empresas do setor a partir de 12 de agosto de 2026.

Muitos associados estão já a receber dos seus clientes pedidos de informação sobre composição dos materiais, reciclabilidade, substâncias utilizadas, metais pesados, REACH, PFAS ou documentação técnica de suporte, por exemplo. Em muitos casos, essas informações terão igualmente de ser obtidas junto dos respetivos fornecedores, tornando indispensável envolver toda a cadeia de abastecimento.

Tal como outros regulamentos europeus, também este assenta na convicção de que o efectivo controlo será essencialmente feito pelo mercado. Com efeito, o diploma determina que as embalagens colocadas no mercado têm necessariamente de cumprir o PPWR, o que, ainda em momento prévio a qualquer tipo de fiscalização pelas entidades competentes, levará os clientes a triar fornecedores.

Depois de ter trabalhado com as confederações de que faz parte no sentido de evidenciar as especificidades do setor e prevenir, quando possível, normas cuja redação tornaria esta aplicação ainda mais complicada, entrámos já há muitos meses na fase de apoio à aplicação e do esclarecimento de dúvidas.





Não significa isto deixar de, sempre que identificadas falhas e problemas de aplicação, agir junto das entidades competentes no sentido de as corrigir ou resolver: mas há que trabalhar na aplicação de um diploma que está em vigor já há mais de um ano. Neste momento trabalhamos em duas vias paralelas: junto das instâncias que continuam a produzir legislação e informação complementar e junto das empresas visando apoiar a aplicação.

Para além de um documento de apoio contendo os aspectos mais imediatamente relevantes para as empresas e um webinar para associados que contou com quase uma centena de participantes, a APIGRAF tem vindo a prestar inúmeros esclarecimentos aos seus associados, a colocar à APA as questões pertinentes, a realizar com as empresas que o solicitam reuniões online que são quase um webinar personalizado, a partilhar com todos os associados as informações a que, de múltiplas fontes fidedignas, vai tendo acesso. A densidade deste diploma requer, efectivamente, uma abordagem muito personalizada, face à extrema variabilidade de situações

identificadas e às múltiplas combinações de papéis e exigências que podem ocorrer.

Não temos todas as respostas e não as iremos ter antes de 12 de agosto. Mas o trabalho que as empresas estão a desenvolver, a interação com fornecedores e clientes, a recolha e estruturação de informação técnica, a identificação de produtos e materiais, a tipificação dos clientes e a preparação para interligar todos estes fatores e evidenciar a sua fiabilidade caracterizam-nas como parceiras em quem os clientes podem e devem confiar.

A APIGRAF continua a acompanhar o tema, a intervir junto do legislador europeu através das organizações a que pertence e dos decisores nacionais sempre que necessário. A calendarização de diplomas complementares a publicar e os temas sobre que incidem mostram que, pelo menos até 2034, há ainda muito trabalho a fazer. Mas o primeiro teste está perto e é já a 12 de agosto de 2026.



# SOUTHERN EUROPEAN PRINT CONGRESS 2026



## SAVE THE DATE

Porto, Portugal  
11 — 12 November 2026

**TENDÊNCIAS, NETWORKING E  
PARTILHA DE CONHECIMENTO.**

A indústria gráfica europeia  
reúne quem decide e quem  
transforma o setor.

PATROCINADOR:

**SisTrade®**  
software solutions | sistrade.com

COM O APOIO DE:

**FESPA**

ORGANIZAÇÃO:

 **api graf**

 **FESPA**  
ESPAÑA  
ASOCIACIÓN

 **FESPA**  
HELLAS  
ASSOCIATION

 **FESPA**  
FRANCE

 **FESPA**  
ITALIA  
ASSOCIAZIONE



O NOSSO  
**sucesso**

RESULTA DA ESSÊNCIA DA NOSSA  
**dedicação**

DO TAMANHO DA NOSSA  
**eficiência**

E DO SENTIMENTO QUE COLOCAMOS EM CADA

**ACABA  
MENTO**

**UV...**

Envernizamento Ultravioleta, S.A

**UVPLAST**  
sistemas de revestimento gráfico UV-LED