

KEITY KRISTINY VIEIRA ISOPPO

**GÊNESE E EVOLUÇÃO DA INDÚSTRIA CERÂMICA NA REGIÃO DE
CRICIÚMA - SC**

Florianópolis

2009

Universidade Federal de Santa Catarina
Centro de Filosofia e Ciências Humanas
Programa de Pós Graduação em Geografia

Keity Kristiny Vieira Isoppo

Gênese e Evolução da Indústria Cerâmica na Região de Criciúma – SC

Orientador: Prof. Dr. Marcos Aurélio da Silva

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

Área de Concentração: Desenvolvimento Regional e Urbano

Florianópolis, abril de 2009.

Gênese e Evolução da Indústria Cerâmica na Região de Criciúma – SC

Keity Kristiny Vieira Isoppo

Coordenador: Prof. Dr. Carlos José Espíndola

Dissertação submetida ao Programa de Pós-graduação em Geografia, área de concentração Desenvolvimento Regional e Urbano, do Centro e Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Santa Catarina, em cumprimento aos requisitos necessários à obtenção do grau acadêmico de Mestre em Geografia.

Orientador: _____

Prof. Dr. Marcos Aurélio da Silva (Orientador-GCN/UFSC)

Membro: _____

Prof. Dr. José Messias Bastos (Membro-GCN/UFSC)

Membro: _____

Prof. Dra. Isa de Oliveira Rocha (Membro-UDESC-Florianópolis/SC)

Florianópolis-SC, 24 de abril de 2009.

Às pessoas que eu amo muito: Meus Pais e Meus Irmãos.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer a todos que de forma direta ou indireta auxiliaram na elaboração deste trabalho.

À Cecrisa Revestimentos Cerâmicos, através do presidente Rogério Augusto Arns Sampaio, que permitiu o acesso a empresa e entrevista. Aos funcionários Vera Ronchi, Vanderlei Braz Mezzari, pela dedicação na entrevistas fornecidas. À Patrícia Pereira Souza, pelo fornecimento das fotos. À Nilda Rosso, pela atenção em agendar as entrevistas.

À jornalista Joice Quadros pela ajuda prestada por meio da entrevista e fotos.

Ao presidente do Sindicato dos Ceramistas da Região de Criciúma, Itaci de Sá pela entrevista.

À Itagres Revestimentos Cerâmicos, representada por John Victor Mueller, Diretor Geral que permitiu a visita à empresa e as entrevistas aos funcionários.

À Angelgres Revestimentos Cerâmicos, pela disponibilidade de visita e entrevistas.

À Cerâmica Artística Giseli, representada por Carlos Henrique Jorge, Gerente Geral.

À Ceusa Revestimentos Cerâmicos, em especial ao proprietário Senhor Manoel Francisco de Oliveira pela atenção e gentileza durante a entrevista. À seus funcionários: Engenheiro Gilmar Menegon, André Bez Batti e Adenilza Brida Passarela pelas entrevistas.

À Cerâmica Cejatel, em nome de Mateus Ricardo Pereira.

À Eliane Revestimentos Cerâmicos, pela preocupação em mandar dados via e-mail.

À Pisoforte, representada por Madelaine Galli, Gerente de Marketing, pela entrevista e atenção prestada.

À Gabriella Revestimentos Cerâmicos na figura de seu proprietário Gilson Heitor Zanette.

Ao Programa de Educação Tutorial PET-Geografia, que me proporcionou desenvolvimento acadêmico através da Pesquisa, Ensino e Extensão durante a graduação. Aos Tutores Prof^o Dr. Ricardo Wagner ad-Víncula Veado e Prof^o Dr. Wendel Henrique pelo carinho e dedicação.

Aos professores do Departamento de Geografia da Universidade do Estado de Santa Catarina, em especial Prof^a. Msc. Maria Graciana Espelet de Deus Vieira e Prof^a. Isa de Oliveira Rocha.

Aos professores do Departamento de Pós-graduação em Geografia da UFSC, em especial Prof. Dr. José Messias Bastos e Prof^a. Carlos José Espíndola pelas contribuições durante as disciplinas.

Um agradecimento especial a meu orientador, Prof. Dr. Marcos Aurélio da Silva, que não poupou esforços na orientação deste trabalho.

À turma de Mestrado 2006, pela união demonstrada em prol do interesse coletivo e pelas amizades formadas. Aos amigos do programa de pós-graduação em Geografia pelo companheirismo demonstrado.

Aos meus pais pelo amor e pela educação que me proporcionaram; aos meus irmãos pela companhia de momentos felizes.

RESUMO

O ramo industrial de revestimentos cerâmicos catarinense tem origem recente, a partir da década de 1950, com poucas exceções. Sua grande expansão ocorreu na década de 70 e início da década de 80, com o surgimento de novas indústrias e a aquisição de outras pelos grupos já existentes. No início dos anos 90 o setor enfrentou sua maior crise com o fim do BNH que contribuiu muito para o fortalecimento do mercado consumidor interno. Pretende-se, neste trabalho, explicar a gênese do ramo industrial cerâmico da região de Criciúma, tendo em vista que muitos autores atribuem ser um desdobramento do ciclo econômico do carvão, não reconhecendo a importância da pequena produção mercantil na gênese desta indústria. Como abordagem teórica usa-se a perspectiva de formação socioespacial (Milton Santos), a proposta de pequena produção mercantil (Armen Mamigonian) e a idéia de ciclos longos (Ignácio Rangel). Na medida em que se analisam as condições de acumulação do capital, originário da colonização de imigrantes italianos que viviam em pequenas propriedades que comercializavam o excedente de produção, levando à ascensão de uns em detrimento de outros, percebe-se a contribuição da pequena produção mercantil na formação socioespacial da região, possibilitando o surgimento de diversas atividades econômicas como o comércio, a exploração do carvão, a indústria cerâmica entre outras. O parque cerâmico do sul de Santa Catarina conta, não só com grandes unidades produtoras de revestimentos, mas também com outras indústrias inter-relacionadas ao setor, tais como, máquinas e equipamentos, insumos, embalagens, fritas, e corantes, tijolos refratários, além de transportes e outros serviços. Essa aglomeração setorial começa a atrair investimentos de fora da região e a ganhar novos serviços de apoio, que se constituem em importantes economias externas e de aglomeração, proporcionando ao setor renovadas vantagens locais. A diversificação econômica possibilitou a inserção de Criciúma no mercado nacional e internacional configurando-se como importante centro no Sul Catarinense.

Palavras-chaves: Indústria Cerâmica; Santa Catarina; Formação Socioespacial.

ABSTRACT

The ceramic tile industry has Catarina recent origin from the 1950s, with few exceptions. Its boom occurred in the 70s and early 80s, with the emergence of new industries and the acquisition of other existing groups. In the early 90s the industry faced its biggest crisis with the end of the BNH has contributed much to the strengthening of the internal consumer market. Aim of this work, explain the genesis of the ceramic industry in the region of Criciúma, since many authors attribute to be a split of the economic cycle of coal, not recognizing the importance of small-market output in the genesis of this industry. How to approach USA is the prospect of socio training (Milton Santos), the proposed small-market output (Armen Mamigonian) and the idea of long cycles (Ignacio Rangel). To the extent that we analyze the conditions of accumulation of capital, from the settlement of Italian immigrants living in smaller properties that sold the surplus of production, leading to the rise of some over others, we find the contribution of small-market output socio training in the region, enabling the emergence of various economic activities such as trade, exploitation of coal, the ceramic industry and others. The ceramic park south of Santa Catarina account, not only with large units producing coatings, but also with other inter-related industries to the sector such as machinery and equipment, materials, packaging, fries, and colors, refractory bricks, as well transport and other services. Conurbation sector begins to attract investment from outside the region and winning new support services, which are in important external and agglomeration economies, providing the industry benefits locais renewed. Economic diversification has allowed the insertion of Criciúma in national and international market by setting up as an important center in the South Catarinense.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1: Mapa de localização.....	pg 31
FIGURA 2: Vista aérea da cidade de Criciúma, no detalhe a cerâmica Cesaca..	pg 78
FIGURA 3: Fabricação de telhas através do processo produtivo cerâmico.....	pg 89
FIGURA 4: Itagres, localizada no município de Tubarão as margens da BR-101.....	pg 91
FIGURA 5: Pisoforte Revestimentos Cerâmicos localizada no bairro Sangão em Criciúma.....	pg 93
FIGURA 6: Firenze, nova unidade produtiva do grupo Pisoforte, situada em Criciúma.....	pg 96
FIGURA 7: Angelgres, localizada em Criciúma as margens da BR-101.....	pg 98
FIGURA 8: Primeira fábrica da Cecrisa, Unidade Industrial 1, Criciúma, SC.....	pg 107
FIGURA 9: Vista aérea da Incocesa – Unidade 2, Tubarão (SC).....	pg 109
FIGURA 10: Interior da Incocesa em Tubarão (SC).....	pg 109
FIGURA 11: Vista aérea da Cemina – Unidade 3, Anápolis (GO).....	pg 111
FIGURA 12: Industrial Conventos.....	pg 113
FIGURA 13: Vista aérea da Cesaca – Unidade 4, Criciúma (SC).....	pg 121
FIGURA 14: Vista aérea da Cemisa – Unidade 8, comprada da Kablin na década de 80.....	pg 122
FIGURA 15: Portinari – Unidade 6, Criciúma (SC).....	pg 125

LISTA DE TABELAS

TABELA 1: Principais produtores mundiais da indústria de revestimentos cerâmicos (1989 – 1998, em milhões de m ² /ano).....	pg 61
TABELA 2 - Principais produtores mundiais da indústria de revestimentos cerâmicos (2004 – 2007, em milhões de m ² /ano).....	pg 63
TABELA 3 - Principais consumidores de revestimentos cerâmicos (2004 – 2007, em milhões de m ² /ano).....	pg 64
TABELA 4 - Principais exportadores de revestimentos cerâmicos (2004 – 2007, em milhões de m ² /ano).....	pg 65
TABELA 5: Indústrias Cerâmicas fundadas até a década de 60.....	pg 81
TABELA 6: Indústrias Cerâmicas fundadas nos anos 70.....	pg 83
TABELA 7: Indústrias Cerâmicas fundadas nos anos 80.....	pg 84

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Listagem de empresas pertencentes ao Grupo Diomício & Freitas em 1980.....	pg 118
Quadro 2 – Vantagens e desvantagens dos processos produtivos de revestimentos.....	pg 159

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 - Produção Brasileira de Revestimento Cerâmico.....	pg 70
GRÁFICO 2 - Vendas de revestimentos Cerâmicos no Mercado Interno.....	pg 71
GRÁFICO 3 - Tipos de Produtos.....	pg 72
GRÁFICO 4 - Processo de Fabricação.	pg 74
GRÁFICO 5 - Faturamento anual da Cecrisa Revestimentos Cerâmicos em milhões de reais.....	pg 168
GRÁFICO 6 - Produção anual da Cecrisa Revestimentos Cerâmicos em milhões de m ²	pg 169
GRÁFICO 7 - Produção do setor de revestimentos cerâmicos sul catarinense..	pg 172
GRÁFICO 8 - Faturamento do setor de revestimentos cerâmicos sul catarinense.....	pg 172
GRÁFICO 9 - Vendas do setor de revestimentos cerâmicos sul catarinense.....	pg 174
GRÁFICO 10 - Mão de Obra – média anual de funcionários das cerâmicas sul catarinenses.....	pg 179

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas

a.C - Antes de Cristo

ANFACER – Associação Nacional dos Fabricantes de Cerâmica

AMREC – Associação dos municípios da Região Carbonífera

ANTEAGE – Associação Nacional dos Trabalhadores de Autogestão

BA - Bahia

BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento

BNH – Banco Nacional de Habitação

BRDE – Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul

BADESC – Agência de Fomento do Estado de Santa Catarina S.A.

CBCA - Companhia Brasileira Carbonífera Araranguá

CEAG/SC - Centro de Assistência Gerencial de Santa Catarina

CECRISA – Cerâmica Criciúma S.A.

CEMACO - Cerâmica Mineral de Construção

CEMINA – Cerâmica e Mineração Nacional Indústria e Comércio Ltda.

CEMISA – Cerâmica Santa Luzia S.A.

CERAMISA - Cerâmica Minérios S.A.

CESACA - Cerâmica Santa Catarina Ltda

CEUSA - Cerâmica Urussanga S.A.

COHAB - Companhias de Habitação Popular

COOPERVECTRA – Cooperativa dos Trabalhadores Ceramistas de Içara

CTCMAT - Centro Tecnológico de Cerâmica e Materiais

DNPM – Departamento Nacional de produção Mineral

EFDTC – Estrada de Ferro Dona Tereza Cristina

ESCURI - Escola Superior de Criciúma

ES – Espírito Santo

FUNDESC – Fundo de Desenvolvimento do Estado de Santa Catarina

GLP – Gás Liquefeito de Petróleo

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

INCEDE - Indústria de Cerâmicos e Decorados

ICISA - Indústria Cerâmica Imbituba

INCO – Banco Indústria e Comércio

INCOPIISO - Indústria e Comércio de Piso S.A.

INCOCESA – Indústria e Comércio de Cerâmica S.A.

INPISA - Indústria de Piso S.A.

ICM – Imposto sobre a Circulação de Mercadorias

ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços

ICON – Industrial Conventos S.A.

INTELBRÁS - Indústria de Telecomunicação Eletrônica Brasileira

MP - matéria prima

P&D – Pesquisa e Desenvolvimento

PR - Paraná

RECEL - Revestimento Cerâmico Ltda.

REFRAZA - Refratários Zandavalle

S.A. - Sociedade Anônima

SATC - Serviço de Assistência dos Trabalhadores do Carvão

SC – Santa Catarina

SDR - Secretaria de Desenvolvimento Regional

SFH – Sistema Financeiro de Habitação

SINDICERAM – Sindicato das Indústrias Cerâmicas de Criciúma e Região Sul

UI – Unidade Industrial

UNESC - Universidade do Extremo Sul Catarinense

UNISUL – Universidade do Sul de Santa Catarina

UNIBAVE – Centro Universitário Barriga Verde

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	pg 17
1. REFERENCIAL TEÓRICO-CONCEITUAL	pg 20
1.1 Industrialização Brasileira – Formação Nacional e Formações Regionais.....	pg 20
1.2 Região de Criciúma: uma pequena porção de uma Formação Regional.....	pg 21
1.3 A Categoria de Formação Socioespacial com ênfase na Pequena Produção Mercantil como referencial metodológico.....	pg 23
2. ELEMENTOS DA FORMAÇÃO SÓCIO-ESPACIAL EM CRICIÚMA	pg 30
2.1 A colonização do sul pelos italianos.....	pg 32
2.2 A diferenciação social em Criciúma.....	pg 35
2.3 O carvão mineral> fonte de riqueza e acumulação.....	pg 42
2.3.1 A descoberta do carvão e o início da atividade carbonífera.....	pg 44
2.4 A pequena produção mercantil presente na extração de carvão: um outro exemplo de diferenciação social.....	pg 50
2.4.1 Analisando a trajetória de Diomício Freitas.....	pg 51
3. A INDÚSTRIA DE REVESTIMENTOS CERÂMICOS	pg 58
3.1 A indústria cerâmica no Brasil.....	pg 65
3.1.1 Relações entre o setor cerâmico catarinense e o paulista.....	pg 72
3.2 A indústria cerâmica da região de Criciúma.....	pg 75
3.2.1 A presença de argila na região.....	pg 75
3.3 Aspectos históricos do setor cerâmico catarinense.....	pg 77
3.3.1 A crise do final dos anos 80 e início dos anos 90.....	pg 86
3.4 Gênese das principais indústrias cerâmicas da região de Criciúma.....	pg 87
3.4.1 Cerâmica Cejatel.....	pg 87
3.4.2 Itagres Revestimentos Cerâmicos.....	pg 90
3.4.3 Pisoforte Revestimentos Cerâmicos.....	pg 92
3.4.4 Angelgres Revestimentos Cerâmicos.....	pg 96
3.4.5 Gabriella Revestimentos Cerâmicos.....	pg 99
3.4.6 Cerâmica Artística Giseli.....	pg 102
3.4.7 Cecrisa Revestimentos Cerâmicos.....	pg 104
3.4.8 Eliane Revestimentos Cerâmicos.....	pg 130

3.5 Considerações sobre as gêneses das empresas.....	pg 130
3.5 Considerações sobre as gêneses das empresas.....	pg 144
4. FUNCIONAMENTO GEOECONÔMICO DAS INDÚSTRIAS DE REVESTIMENTO CERÂMICOS SUL-CATARINENSES.....	pg 147
4.1 Elementos da cadeia produtiva.....	pg 147
4.1.1 Atividades a montante da cadeia produtiva.....	pg 148
4.1.2 Produto.....	pg 152
4.1.3 Matérias-primas.....	pg 153
4.1.4 Processo Produtivo: transformação da biqueima para monoqueima.....	pg 155
4.1.5 Monoporosa.....	pg 157
4.1.6 Porcellanato Técnico.....	pg 159
4.2 Fases do processo produtivo – monoqueima/monoporosa.....	pg 159
4.2.1 Preparação da massa.....	pg 159
4.2.2 Preparação do pó atomizado.....	pg 160
4.2.3 Prensagem.....	pg 160
4.2.4 Secagem.....	pg 160
4.2.5 Esmaltação.....	pg 161
4.2.6 Estocagem.....	pg 161
4.2.7 Forno.....	pg 161
4.2.8 Escolha.....	pg 161
4.3 Diferenciação dos processos via seca e via úmida.....	pg 162
4.4 Atividades a jusante da cadeia produtiva.....	pg 163
4.5 Perfil do setor cerâmico catarinense.....	pg 165
4.5.1 Produção.....	pg 170
4.5.2 Mercado.....	pg 173
4.5.3 Mão de Obra.....	pg 175
4.5.4 Movimento Sindical.....	pg 180
4.5.5 Evolução Tecnológica.....	pg 184
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	pg 191
BIBLIOGRAFIA.....	pg 193
ANEXOS.....	pg 198

INTRODUÇÃO

A indústria cerâmica de revestimento do Estado de Santa Catarina veio adquirindo papel de destaque (variáveis como geração de empregos e participação significativa nas exportações brasileiras conferiram a esta indústria importância a nível nacional e internacional) no conjunto das atividades econômicas brasileiras. Entretanto alguns fatores têm prejudicado a indústria cerâmica catarinense e brasileira no que diz respeito à competitividade internacional. O governo através da política econômica nacional, com excesso de tributos e alto valor dos juros, tornam seus produtos caros em relação aos produzidos por outros países (como China, Itália e Espanha, que são os maiores concorrentes da indústria cerâmica brasileira), dificultando sua competitividade no mercado internacional. Mas os problemas não se restringem somente à questão tributária, também a política cambial, evidenciada desde a implantação do Plano Real, tem se constituído em grande entrave, principalmente para as maiores empresas do setor cerâmico catarinense que são tradicionais exportadoras.

A fase atual, iniciada por volta de 1990, é caracterizada pelas dificuldades de incrementar as vendas no mercado interno em função da política recessiva em prática no país, desde o começo da década. Diante das dificuldades do mercado interno, as indústrias cerâmicas têm investido maciçamente em atualização tecnológica para qualificar seus produtos, a fim de colocar no mercado externo a fatia não absorvida pelo mercado interno. Neste último ano, aconteceu o contrário, devido à crise no centro do sistema capitalista as exportações das cerâmicas catarinenses diminuíram ocasionando um redirecionamento destes produtos aumentando as vendas no mercado interno.

Contudo, o fato do setor cerâmico do sul catarinense, concentrar a maioria das indústrias cerâmicas do estado e também outras indústrias relacionadas a este setor produtivo, tais como máquinas e equipamentos, insumos, embalagens, fritas, e corantes, tijolos refratários, além de transportes e outros serviços, possibilita uma aglomeração setorial. Assim, atraindo investimentos não só de fora (como investidores e empresas multinacionais fornecedoras), mas como também da própria região por meio de novos serviços de apoio, que se constituem em importantes economias externas e de aglomeração, proporcionando ao setor renovadas vantagens locais.

Ao investigar como ocorreu surgimento da indústria cerâmica da região de Criciúma a partir da pequena produção mercantil, acaba-se abordando a problemática do setor – ora em fase de recuperação, e a sua importância para a economia da região, do Estado de Santa Catarina e do Brasil, bem como as relações existentes entre as empresas interligadas ao setor.

Assim sendo, este trabalho teve como princípio analisar a importância da indústria cerâmica da região de Criciúma no desenvolvimento econômico regional, estadual e nacional, através da análise da gênese e da evolução destas indústrias, tentando descrever o crescimento econômico destas e suas influências no decorrer do tempo.

Para isso, no primeiro capítulo faz-se um resgate do referencial teórico utilizado neste trabalho. No segundo capítulo, serão abordados alguns aspectos da formação sócio-espacial da região de Criciúma, a fim de resgatar os fatores preponderantes que interferiram no processo da gênese de acumulação de capital e diferenciação social.

No terceiro capítulo, se faz um resgate histórico da indústria cerâmica em Santa Catarina a fim de examinar os momentos de ascensão e declínio da produção de revestimentos cerâmicos na tentativa de identificar os fatores que levaram a tais ações.

E por último, no quarto capítulo, faze-se uma análise microeconômica do setor cerâmico através da apreciação dos seguintes elementos: estrutura técnico-produtiva; maquinário/tecnologia; matéria-prima; mão de obra; mercado – (alcance geográfico das vendas entre outros).

1. REFERENCIAL TEÓRICO-CONCEITUAL

1.1 INDUSTRIALIZAÇÃO BRASILEIRA – FORMAÇÃO NACIONAL E FORMAÇÕES REGIONAIS

As idéias expressas no artigo *Globalização ou Formações Sociais Nacionais* servem para entender que regiões diversas possuem formações e gêneses industriais desiguais devido às suas especificidades geográficas. É possível localizar, no Brasil, de forma mesclada, exemplos parecidos com as formações dos três países expostos no artigo citado acima, pelo fato de o Brasil ser um país de grande extensão.

Verificam-se na constituição da indústria brasileira duas formações distintas, uma, caracterizada pela ação estatal em áreas que anteriormente eram de latifúndio monocultor. A outra formação é caracterizada pela pequena propriedade policultora localizada em áreas colonizadas por imigrantes, de São Paulo ao sul do Brasil, principalmente. Como cita Silva:

O desenvolvimento brasileiro seguindo-se mais ou menos fielmente as formulações de Lênin acerca dos grandes tipos de formações econômico-sociais que a história registrou no processo de constituição do capitalismo, e cuja concentração geográfica numa ou noutra área nos permite reconhecer formações sociais regionais individualizadas por diferentes histórias de acumulação. (SILVA, 2003:168)

Pode-se dizer então que no Brasil temos dois exemplos formações sociais, a origem ligada à via prussiana, como Silva (2003) verificou no Japão, e a via realmente revolucionária semelhante aos Estados Unidos. A via prussiana origina-se de uma “grande fazenda latifundiária ‘se transforma numa fazenda burguesa, Junker,

condenando os camponeses a decênios inteiros (de) expropriação e julgo”.¹ A via realmente revolucionária, como diria Marx, é a de tipo norte-americano, marcada “pelo predomínio do camponês, que passa a ser o agente exclusivo da agricultura e vai evoluindo até converter-se no granjeiro capitalista”.² O capitalista é oriundo dos produtores “nascidos por efeito de ‘alguma acumulação de capital no interior do próprio pequeno modo de produção’”.³ Essa distinção acontece graças às especificidades de cada região, que configuram uma particularidade histórica de constituição de “relações em um ambiente geográfico e social dado”.⁴ “A explicação de seu desenvolvimento e homogeneidade espacial [...] deve ser procurada tanto nos fatores estritamente naturais quanto naqueles ligados ao tipo de estrutura social que ali se instalou a partir do processo de colonização”.⁵

“Uma tal homogeneidade genética certamente permite que se caracterize toda a região como uma formação sócio-espacial particular – que ademais se individualiza no interior de uma formação social mais ampla, qual seja, a formação social brasileira”.⁶

1.2 REGIÃO DE CRICIÚMA: UMA PEQUENA PORÇÃO DE UMA FORMAÇÃO REGIONAL

¹ Silva (2003), p. 168.

² Silva (2003), p. 168.

³ Silva (2003), p. 168.

⁴ Silva (2003), p. 167.

⁵ Silva (2003), p. 167.

⁶ Silva (2003), p. 167.

Assim como existem duas formações sócio-espaciais distintas no Brasil, também Santa Catarina possui regiões com características diferentes. Embora a formação sócio-espacial em Santa Catarina seja representada pelo predomínio da pequena propriedade, existem algumas manchas de latifúndios, os campos de Lages, por exemplo. O território catarinense é assim dividido em regiões devido a fatores físicos e antrópicos específicos de cada área. Uma dessas áreas é a região de Criciúma, cujo tipo de ocupação, baseada na pequena produção, e o quadro dos recursos minerais presentes (carvão e argila) proporcionaram as condições essenciais para a gênese da acumulação dos capitais locais.

Dentre os aspectos físicos, a formação geológica da região determinou o aparecimento de algumas atividades econômicas que alavancaram a economia da região, fazendo com que Criciúma se tornasse um importante centro urbano no sul de Santa Catarina. A presença do carvão mineral possibilitou o enriquecimento da região e a ascensão de capitais locais através da atividade de extração desse mineral. É nesse quesito que o Estado se faz presente em Criciúma através de companhias estatais de exploração do carvão mineral. Embora o investimento estatal funcionasse como agente impulsionador da região antes mesmo das companhias estatais se inserirem na região, muitas pessoas realizavam a extração de forma incipiente, rudimentar e ilegal, ou seja, eram empreiteiros que não possuíam licença para extrair carvão. Sendo assim, o trabalho não deixava de ser uma pequena produção que contribuiu para a ascensão dos capitais locais. A presença de argila possibilitou posteriormente o surgimento da indústria cerâmica, produzindo primeiramente azulejos e depois pisos. Pode-se dizer que a gênese dos capitais locais se assemelha à via americana ou à via realmente revolucionária. Pequenos comerciantes, agricultores e empreiteiros evoluíram

acumulando capital dentro do pequeno modo de produção e se tornaram empresários capitalistas.

O setor cerâmico em Santa Catarina apresenta origem ligada à pequena propriedade, fato que será tratado no terceiro capítulo. Sendo assim, as origens das indústrias cerâmicas também se assemelham ao processo norte-americano de industrialização, ou seja, à via revolucionária. Empresas de pequeno porte, de gestão familiar, decorrentes do processo de acumulação oriundo da pequena produção mercantil, cresceram dinamizando ainda mais a economia da região. Esse processo é semelhante aos outros setores industriais que constituem a formação regional em Criciúma, bem como a gênese industrial catarinense.

1.3 A CATEGORIA DE FORMAÇÃO SÓCIO-ESPACIAL COM ÊNFASE NA PEQUENA PRODUÇÃO MERCANTIL COMO REFERENCIAL METODOLÓGICO

Existem três tipos de abordagens teóricas para explicar a industrialização em Santa Catarina: o desenvolvimentista conservador, o schumpeteriano e o de formação sócio-espacial.⁷ Os dois primeiros “baseiam-se na tese da gênese industrial como obra da consolidação do capital comercial (*import-export*), ou na capacidade empreendedora do capitalista de origem européia, o que teria gerado um ‘modelo econômico catarinense’ de desenvolvimento industrial”.⁸ O terceiro é o de formação sócio-espacial, elaborado por Milton Santos, o qual será utilizado neste trabalho. Dentre as

⁷ Segundo apresentado em Goularti Filho (2002).

⁸ SILVA apud BELTRÃO (2001), p. 22

contribuições dos autores que também estudaram a importância da formação social e econômica na geografia, ressaltam-se as reflexões de Vieira (1992: 2-3):

Ao discutir a relação entre a categoria de formação sócio-espacial (Milton Santos) e geografia – ciência definida pela diversidade dos homens e dos lugares – ressaltou os pontos fundamentais de aproximação entre geografia e marxismo, presentes em ambos os pensamentos: preocupação pela totalidade, a interdisciplinaridade, a relação homem/natureza. [...] Foi necessário resgatar o debate sobre a categoria de formação social, quando então se impôs, para aprofundamento da investigação, a categoria de modo de produção. A definição por oposição destes dois conceitos, um relativo à diversidade e unidade no tempo, o outro à diversidade e unidade no espaço, ressaltou a interdependência destas categorias na análise de qualquer realidade histórica, ou seja, na análise das formações sócio-espaciais. Esta categoria de grande conteúdo geográfico será também fundamental ao desvendar das diferenças fundamentais na apropriação do materialismo histórico pelos intérpretes do processo histórico brasileiro. Representando a relação estabelecida entre modo de produção e formação social, a categoria de formação sócio-espacial, não se identifica, per si, com nenhuma das duas e é ambas ao mesmo tempo e no mesmo espaço. Tal propriedade faz com que a consideremos de forma também independente, ou seja, é preciso reconhecê-la na sua individualidade para apreender a relação entre a individualidade das outras duas.

A partir dessas reflexões, podemos dizer que a categoria de formação sócio-espacial “insere-se numa perspectiva teórica de base marxista que busca resgatar a categoria espaço no interior do materialismo histórico-dialético, abrindo novas e importantes perspectivas explicativas para a Geografia”.⁹

O interesse dos estudos sobre as formações econômicas e sociais está na possibilidade que eles oferecem de permitir o conhecimento específico, apreendido num dado momento de sua evolução. [...] É preciso definir as especificidades de cada formação socioeconômica, a apreensão do particular como uma cisão do todo, um momento do todo, assim como o todo reproduzido numa de suas frações. (SANTOS, 1977: 84)

Pensando também nas especificidades de cada formação, Armem Mamigonian reforça a perspectiva de formação sócio-espacial elaborada por Milton Santos, acrescentando a importância da pequena produção mercantil, atrelada a um

determinado tipo de imigração que agrega um processo de acumulação diferenciado de outros tipos de ocupação, existente em outras regiões brasileiras e até mesmo catarinenses (caso do Planalto Leste).

O fator fundamental, a pequena produção mercantil transplantada da Europa do século XIX, ocorreu nas áreas de colonização do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e mesmo Paraná e seu êxito industrial contrasta com a fraqueza da industrialização até recentemente das áreas de pecuária extensiva (Campanha Gaúcha, Campos de Lages, etc.). (MAMIGONIAN, 1986: 104)

O êxito industrial da pequena produção mercantil transplantada da Europa através do processo de colonização em Santa Catarina pode ser confirmado através da obra “Estudos geográficos das indústrias de Blumenau”, de Armem Mamigonian (1965). Esse estudo afirma que as iniciativas locais e a origem modesta caracterizam a existência da pequena produção mercantil, os “capitalistas sem capital”, que formam a base genética das indústrias de Blumenau. Assim, podem diferenciar-se dois tipos de gênese industrial, uma, de acordo com a profissão anterior de seu proprietário (artesão, mestre de ofício e engenheiro) e outra, de acordo com a origem do capital:

Pode-se distinguir certos tipos de industriais, segundo suas formações anteriores e origem dos capitais 1) gentes que já eram industriais; 2) gentes ligadas ao comércio de importação e exportação do sistema colônia-venda; 3) representantes comerciais, quadros e empregados de escritórios e comerciantes varejistas; 4) a mão-de-obra qualificada: mestres, operários qualificados e artesãos. (MAMIGONIAN, 1966: 399 e 400)

Essa abordagem teórica “considera a industrialização de algumas regiões catarinenses como decorrentes da acumulação gerada pela pequena produção

⁹ BELTRÃO (2001), p. 11 e 12.

mercantil, aliada a uma representativa divisão social do trabalho entre agricultores independentes, artesãos, operários e pequenos comerciantes”.¹⁰

Como já foi explicitado anteriormente, Armen Mamigonian ressalta a importância da presença da pequena produção mercantil como gênese da indústria catarinense que se relaciona à formação de um mercado de consumo local para a diversificada produção urbana e rural.

A categoria de formação sócio-espacial atrelada à importância da pequena produção mercantil “tem encontrado confirmação através de diversos trabalhos”¹¹ elaborados “enfocando regiões e setores específicos da economia catarinense”.¹²

Podem citar-se alguns:

Kaesemodel (1990) pesquisou a indústria moveleira em São Bento do Sul; Goularti Filho (1995), a inserção da indústria do vestuário no sul catarinense; Vieira (1996), a indústria de alta tecnologia em Florianópolis; Rocha (1997), a indústria joinvillense; Silva (1997), a indústria de equipamentos elétricos do litoral norte catarinense; e Espíndola (1999), que escreveu sobre a agroindústria no oeste, o caso Sadia. (GOULARTI FILHO, 2002: 38)

Tendo em vista que não existe nenhuma pesquisa com esse referencial teórico-metodológico específico sobre a indústria cerâmica na região Sul de Santa Catarina, pretende-se utilizá-lo no desenvolvimento deste trabalho, ou seja, associar o paradigma de formação sócio-espacial de Milton Santos¹³ com a proposta de Armen Mamigonian (pequena produção mercantil) e as idéias de ciclos longos e substituição de importação de Ignácio Rangel.

¹⁰ BELTRÃO (2001), p. 22 e 23.

¹¹ BELTRÃO (2001), p. 22.

¹² GOULARTI FILHO (2002), p. 38

¹³ A Formação Social como Teoria e como Método publicado no Boletim Paulista de Geografia n.54 de 1977.

Ignácio Rangel apresenta a teoria dos Ciclos Econômicos Longos¹⁴ com duração de, aproximadamente, 50 anos, com uma fase expansiva e outra recessiva (fases “a” e “b”), do centro do sistema capitalista, refletindo-se em impulsos que condicionam e regulam a amplitude e as condições do comércio exterior, influenciando o comportamento da economia nacional.¹⁵ Esse referencial é importante para poder explicar a inserção das cerâmicas catarinenses no mercado nacional e internacional, considerando a conjuntura econômica de cada momento.

A origem da indústria cerâmica de Santa Catarina vem sendo discutida por vários autores, sendo este um dos objetivos da presente pesquisa. Segundo Santos (1995), o “carvão está na base da diversificação econômica mais do que como atividade motriz”. Mamigonian (1986) também afirma que a produção carbonífera catarinense está na origem das indústrias de azulejos, todavia, utilizando a abordagem de formação sócio-espacial (SANTOS, 1977), ressalta a importância da pequena produção mercantil como gênese fabril.

Goularti Filho (2002) menciona que a origem das indústrias cerâmicas está baseada na pequena propriedade, porém as origens das empresas são diversas, algumas vieram das sociedades de comerciantes, ou evoluíram de antigas olarias, outras vieram da acumulação comercial, ou resultaram do desdobramento do carvão.

Entretanto, nenhum dos autores citados¹⁶ realizou um estudo minucioso especificamente sobre a origem e a evolução da indústria cerâmica dessa região. É justamente o que se pretende abordar neste trabalho. Portanto, analisar-se-ão a “árvore

¹⁴ Idealizado pelo economista russo Nicolai Kondratieff.

¹⁵ RANGEL (1981).

¹⁶ Santos (1995) e Goularti Filho (2002).

genealógica econômica” das famílias dos fundadores das cerâmicas, o que faziam seus pais e irmãos, qual a atividade econômica que exerciam e a evolução das empresas.

Dada a importância do setor cerâmico no âmbito regional, estadual e mesmo nacional, e a oportunidade de investigar suas características e possibilidades, decidiu-se pela busca de informações através da revisão bibliográfica não só reunindo as fontes secundárias já disponíveis (relatórios, livros, dissertações, teses, bancos de dados e outras), como também realizaram-se diversas saídas de campo e entrevistas¹⁷. Estas passaram a ser o ponto central da base de dados primários, considerados de vital importância para dar autenticidade à pesquisa.

Assim sendo, para realização deste trabalho, utilizaram-se os seguintes procedimentos:

a) análise de bibliografia e de documentos;

b) realização de saídas de campo para aplicação de entrevistas com integrantes das famílias dos fundadores das indústrias cerâmicas da região, bem como seus trabalhadores, e com o sindicato dos trabalhadores das indústrias cerâmicas da região, além de registros fotográficos;

c) sistematização dos dados com elaboração de tabelas e gráficos;

d) redação final.

Considerando o viés teórico utilizado neste trabalho, além do objetivo principal de desvendar a gênese da indústria cerâmica, teve-se em vista realizar as seguintes considerações: a revisão da formação sócio-espacial à qual pertence a região de Criciúma; a análise da evolução do processo fabril: mão-de-obra, valor da produção, mercado, matéria-prima, produtividade e equipamentos/tecnologia; a descrição do

desenvolvimento dos produtos e o seu processo de inserção no mercado nacional e internacional; verificação das relações existentes entre as empresas localizadas a jusante e a montante do setor de revestimentos cerâmicos.

¹⁷ Ver roteiro de entrevistas anexo.

2. ELEMENTOS DA FORMAÇÃO SÓCIO-ESPACIAL EM CRICIÚMA

O Município de Criciúma está situado no sul do Estado de Santa Catarina, distante a 200 Km de Florianópolis.¹⁸ Suas coordenadas geográficas são 28° 40'28'' de latitude sul, e 49° 22'02'' de longitude. Localiza-se na microrregião da AMREC – Associação dos municípios da Região Carbonífera, “na qual é o município pólo desta micro-região, e principal centro comercial e industrial”¹⁹ do sul catarinense.

A região de Criciúma²⁰ compreende os seguintes municípios: Criciúma, Içara, Morro da Fumaça, Cocal do Sul, Urussanga, Orleans, Lauro Müller, Treviso, Siderópolis, Nova Veneza e Forquilha. ²¹ Essa região possuiu uma população estimada em 374.085 habitantes²², numa área de 2.641 km². O tipo de ocupação baseada na pequena produção mercantil, marcada pela presença de imigrantes europeus, destacando-se o elemento italiano, e o quadro dos recursos minerais presentes proporcionaram as condições fundamentais para a gênese da acumulação dos capitais locais.

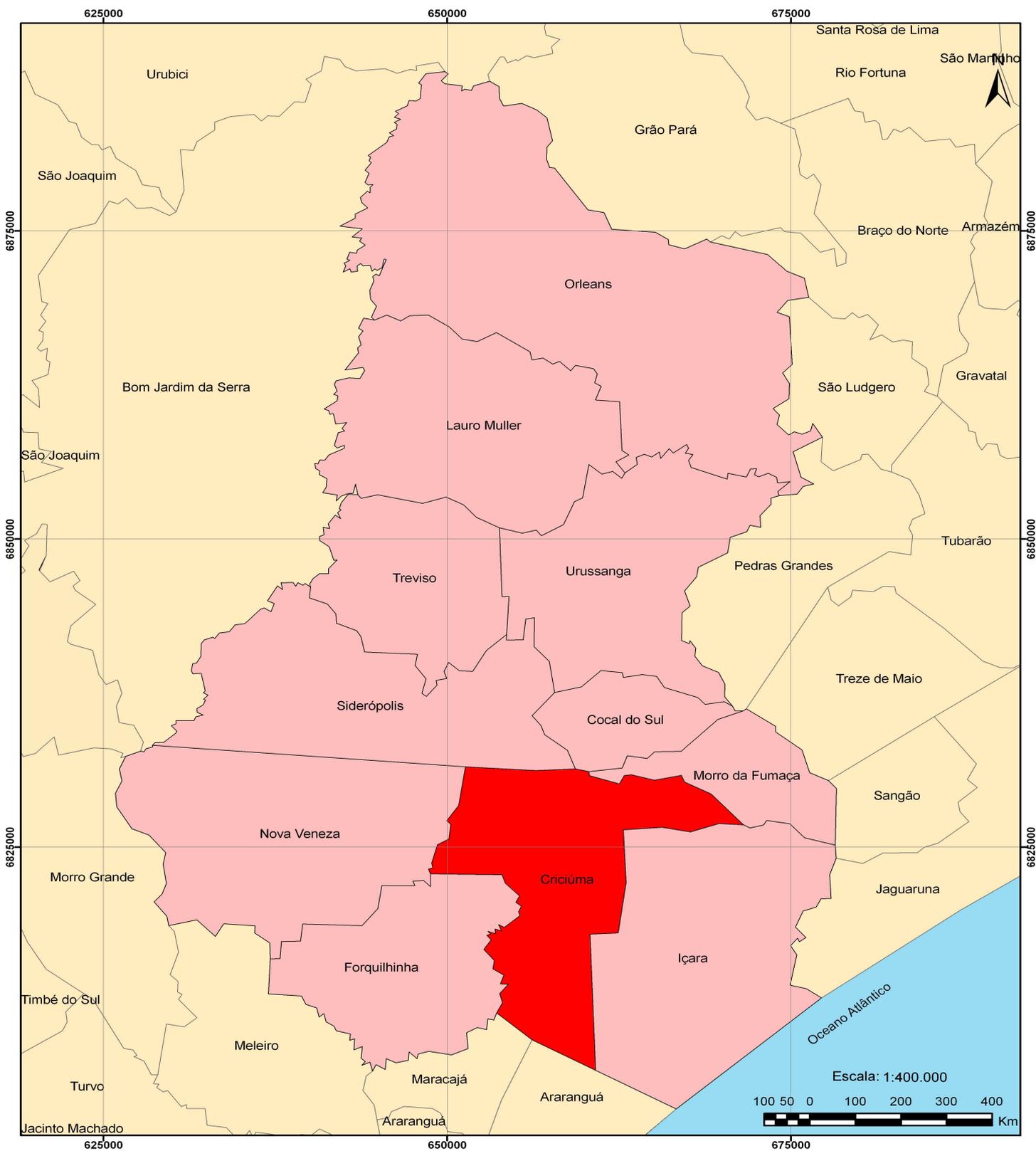
¹⁸ Dado obtido no site oficial da prefeitura de Criciúma, disponível em: <http://www.criciuma.sc.gov.br>

¹⁹ BALTHAZAR (2001), p. 18

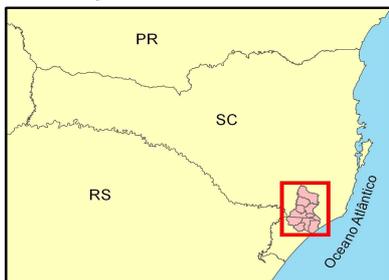
²⁰ Ver mapa de localização na próxima página.

²¹ Conforme a Secretaria de Desenvolvimento Regional (SDR), disponível em: www.sdr.sc.gov.br

²² Dado estimado para o ano de 2005, obtido pela Secretaria de Desenvolvimento Regional disponível em: <http://www.spg.sc.gov.br/menu/estatistica/regionais/criciuma.pdf>



Localização - Estado de Santa Catarina



MICRORREGIÃO DE CRICIÚMA/ SC	
MESTRANDA: KEYTY KRISTINY ISOPPO	MAPA DE LOCALIZAÇÃO
MUNICÍPIOS: Criciúma, Içara, Morro da Fumaça, Cocal do Sul, Urussanga, Orleans, Lauro Müller, Treviso, Siderópolis, Nova Veneza, Forquilha/ SC	BASE CARTOGRÁFICA: Elaboração a partir da Base Cartográfica Digital do IBGE, 2003, com escala variada. -2009-

2.1 A COLONIZAÇÃO DO SUL PELOS ITALIANOS

A Região Sul de Santa Catarina tem como primeiros habitantes os grupos indígenas, mas o processo de ocupação lusa trouxe o homem europeu em distintas épocas. A partir do século XIX, Santa Catarina foi colonizada por imigrantes, “pequenos agricultores alemães, italianos e poloneses (séculos XIX e XX), que coexistem com povoamentos luso-brasileiros, de origem mais antiga (XVII e XVIII) e consagrados à criação, no planalto, e à pequena lavoura, no litoral”.²³

A planície litorânea foi ocupada pelos açorianos e madeirenses; as encostas da Serra Geral e os vales dos rios de vertente litorânea do sul de Santa Catarina foram ocupados por imigrantes europeus, que introduziram pequenas propriedades agrícolas, baseadas na policultura e no trabalho familiar (BELTRÃO, 2001).

A presença de imigrantes na região sul de Santa Catarina deu-se mais fortemente a partir do final do século XIX, com o incentivo dado pela política imigratória posta pelo Governo Imperial.

Em 1874, o Comendador Caetano Pinto celebrou com o Governo Imperial um fabuloso contrato para trazer 100.000 imigrantes para o Brasil, baseado na Lei de 1867, a qual dava garantias aos imigrantes e lhes assegurava vários benefícios como passagem grátis, terras a baixo preço e outras vantagens. (PIAZZA, 2002:158)

Muitas eram as vantagens oferecidas aos italianos que resolvessem vir para o Brasil: moradia, terra e instrumentos necessários para a lavoura, ocupação em serviços públicos até a primeira colheita, para que pudessem manter-se (MACCARI, 2005). Essa política tinha por objetivo povoar as terras que ainda fossem desabitadas com

elementos provenientes da Europa. O clima acabou sendo determinante, uma vez que os imigrantes europeus preferiam um clima mais ameno semelhante ao de seu país, tornando o sul atrativo às correntes imigratórias (PRADO Jr., 1990).

Além dos incentivos fornecidos pelo governo imperial, esse povo possuía outros fatores que estimularam a imigração para o Brasil. Livre da dominação do Império austro-húngaro, em 1870 a Itália estava unificada e o povo encontrava-se em estado de penúria.

Remanescia em vários locais a agricultura de subsistência moldada no sistema que remontava a época feudal, contrapondo-se à introdução do modo de produção capitalista. Ambos os sistemas geravam excedentes populacionais compostos de meeiros, pequenos proprietários, trabalhadores diaristas ou empregados menos qualificados da indústria, então nascente, no norte da Itália.

Ocorreu a ruína do pequeno artesanato, normalmente desenvolvido no inverno através dos teares domésticos. O pequeno artesão não podia concorrer com a indústria têxtil, já dotada de máquinas, os teares mecânicos. (SONEGO, 2002:01)

O excesso de mão-de-obra, os baixos salários, as péssimas condições de vida e a dificuldade de acesso à terra levavam os operários, antigos camponeses ou seus descendentes, a emigrar.

Assim sendo, a região sul catarinense²⁴ foi povoada em grande parte por imigrantes provenientes do norte da Itália. Como já foi mencionado, muitos foram favorecidos por leis que lhes davam o direito de comprar as chamadas Terras Devolutas – Lei 601/1850 e Decreto 528/1890 – podendo ser pagas em espécie, dinheiro ou serviços prestados ao governo, como abertura de estradas, construções de

²³ MAMIGONIAN (1966), p. 389.

²⁴ “Essa área é marcada pelo movimento migratório de origem italiana que alcançou o Sul do Brasil no século XIX”. (LINS, 2000: 24)

Aqui, como no Rio Grande do Sul, foram os alemães e italianos os principais colonos juntando-se a estes, em escala bem menor, elementos eslavos. Visando as terras de matas, encontraram aqui, pelas

pontes ou prédios públicos (GOULARTI FILHO, 1995). Através desses incentivos oferecidos pelo governo, os italianos fundaram diversas colônias tais como: Azambuja, em 1877, Urussanga, em 1878, Criciúma, em 1880, Cocal, em 1885, Nova Veneza, em 1890, Nova Belluno, atual Siderópolis, em 1891 e Nova Treviso, em 1891.

O movimento italiano para o Brasil, mais especificamente para Santa Catarina, enfrentou a má administração brasileira para receber tão elevado número de migrantes, então estipulado pelo Contrato Caetano Pinto, o que os dispersou em vários núcleos, nos vales dos rios Itajaí-açu, Itajaí - mirim e Tijucas (a partir de 1875) e vale dos rios Tubarão e Urussanga (1877). (ROCHA, 2004: 106)

Apesar de exercerem outras atividades, os italianos mantiveram-se apegados à agricultura, introduzindo outras técnicas como rizicultura e vinicultura, vendendo o excedente para outras localidades.

De origem basicamente rural, dedicavam-se à agricultura, introduzindo técnicas novas, como a rizicultura e vinicultura. Também alguns contingentes alemães e poloneses ocuparam a região, na qual já se encontrava o contingente luso-açoriano, com suas conhecidas características: agricultura de subsistência e pesca. No caso dos imigrantes italianos, embora tenham mais tarde fornecido elementos para os quadros empresariais da extração carbonífera, mantiveram-se apegados à agricultura. A região era propícia a uma diversificada produção agrícola, em que avultavam o feijão, o milho, a cana, o trigo, a uva. Mesmo com a exploração carbonífera, a partir de 1915, a agricultura continuou. Desenvolvendo-se também a pecuária, em especial a suinocultura, com a exploração da banha. (CEAG/SC, 1980 apud GOULARTI FILHO, 1995)

À medida que passavam a produzir mais do que consumiam, as colônias da região (Urussanga principalmente) apreciaram um considerável avanço em seu comércio, passando a comercializar com outras regiões brasileiras como o Rio de

condições de relevo e drenagem uma faixa bastante larga entre o litoral e o planalto. (SANTA CATARINA, 1986: 73)

Janeiro, escoando suas produções através de Laguna. Houve dessa forma um crescimento de capital, o que caracteriza o dinamismo dos comerciantes locais.

Portanto, esse tipo de acumulação através da pequena produção mercantil foi um dos motivos fundamentais para o surgimento de outras atividades, tanto comerciais como industriais, na Região Sul. Uma região com base na pequena produção mercantil dará mais condições para que vários pequenos proprietários acumulem, estabeleçam concorrência e prosperem. (GOULARTI, 1995: 19 e 20)

2.2 A DIFERENCIAÇÃO SOCIAL EM CRICIÚMA

Criciúma foi fundada em 05 de janeiro de 1880, denominada na época Vila São José de Cresciúma, povoada em grande parte por italianos da parte setentrional da Itália, principalmente de Veneza, Beluno e Treviso. “Iniciaram suas atividades com os trabalhos de derrubada da mata, construção de moradias, plantio de hortaliças e, logo a seguir, com o preparo das terras para a agricultura, que seria, durante os 30 anos iniciais, a principal atividade econômica da colônia”.²⁵ Pouco tempo depois (1891) foi ocupada também por poloneses e em 1912 por alemães (SANTOS, 1997).²⁶

Nos primeiros tempos da colonização, muitos colonos caíram mortos, na luta com o elemento indígena. Através de montanhas, matos e rios, os imigrantes fizeram caminhadas longas e cansativas, rasgando picadas até encontrarem o pequeno rio ensombreado por coqueiros – rio Criciúma – em cujas margens plantaram o esboço da povoação. Eram 22 famílias [...] entre homens, mulheres e crianças, que constituíram a leva inicial daqueles colonizadores. (ENCICLOPÉDIA DOS MUNICÍPIOS BRASILEIROS, 1959)

²⁵ VOLPATO (1982), p.34.

²⁶ A instalação desses imigrantes era realizada por empresas colonizadoras.

Da relação desses primeiros imigrantes constam as famílias Pizetti, Scotti, Sonego, Benedt, Casagrande, De Luca, Dário, Pavan, Netto, Martinello, Peireini, Tomé, Zanette, Milanez, Dáros, Biléssimo, Meller, Miliolli, Ortelan, Venson, Piazza e Barbieri.

27

Fundada por “141 imigrantes italianos... vinte anos mais tarde a população da vila já era de 1.200 habitantes e em 1910 de 3.600”.²⁸ A principal atividade econômica nesse período foi a agricultura e a pecuária de subsistência. Goularti Filho (1995) explica que a colonização de Criciúma se assemelha com a do Vale do Rio Itajaí, onde pequenos proprietários produziam para a subsistência e comercializavam seus excedentes manufaturados, como farinha de mandioca, açúcar, pó de café, vinagre e vinho, farinha de milho, arroz descascado, salame, banha, toucinho, torresmo, leite, nata, charque e outros. Loch (1991) considera como fator importante para a comercialização de excedente “a necessidade de comprar produtos que não podiam produzir como: sal, munição para caças, querosene, remédios, tamancos e instrumentos agrícolas. Vendendo o excedente, podiam comprar estas mercadorias”.

No fim do século XIX, “Criciúma contava com 11 engenhos de açúcar e alambique, cinco moinhos, quatro casas comerciais e uma fábrica de cerveja. E nos primeiros anos do século XX [...] contava com as seguintes indústrias: 12 casas de comércio, seis moinhos, cinco marcenarias, três serrarias, três ferrarias, duas olarias”.

29

Segundo Teixeira (1995), “foi no processo de colonização que se estabeleceram as condições de desigualdade e de enriquecimento de algumas famílias em Criciúma”.

²⁷ ENCICLOPÉDIA DOS MUNICÍPIOS BRASILEIROS, 1959.

²⁸ GOULARTI FILHO (2002), p. 72.

Segundo esse autor, existem duas interpretações a respeito dessa diferenciação, a primeira que afirma que os imigrantes foram favorecidos pelo Estado através de leis que lhes garantiam comprar as terras devolutas e também através de empréstimos. “Neste caso, a produção da desigualdade estaria relacionada ao número de lotes ou empréstimos obtidos por cada família junto aos responsáveis pela colonização: o Estado Imperial”.³⁰ A segunda interpretação estaria relacionada à produção do excedente através das condições no interior das próprias famílias.

A unidade familiar – numa economia de subsistência – se constituía na força de trabalho principal e única [...] Sendo assim, as condições das famílias com maior número de pessoas plenamente aptas ao trabalho agrícola, em comparação com as famílias com menor número de trabalhadores aptos, possibilitaram o enriquecimento desigual e diferenciado no interior das diversas famílias estabelecidas na colônia. (TEIXEIRA, 1995: 41)

“Enquanto a primeira interpretação acentua os aspectos políticos da desigualdade, a segunda, os seus aspectos econômicos”.³¹ A melhor interpretação seria considerar esses dois aspectos de forma imbricada.

Sendo assim, muitos desses pequenos proprietários tiveram destinos diferentes, uns tiveram suas produções falidas, outros viveram entre altos e baixos durante os períodos de crise, possibilitando uma base bastante pulverizada, garantindo que outros proprietários tivessem facilidade de acumulação, longe de latifúndios (GOULARTI FILHO, 1995).

..

“O camponês que, por sorte ou boa administração, se achava melhor dotado de dinheiro de contado do que seus vizinhos podia arrendar mais terras ao latifundiário e equipar-se com grado de trabalho e instrumentos agrícolas. Já o

²⁹ GOULARTI FILHO (1995), p. 20.

³⁰ TEIXEIRA (1995), p. 40.

³¹ TEIXEIRA (1995), p. 41.

camponês mais pobre não podia fazer o mesmo, achando-se menos equipado, e, se arrendasse terra, provavelmente tinha de fazê-lo pelo sistema de *metayage* [...]”. (DOBB, 1980:253)³²

Dobb ainda menciona que “os marxistas, por outro lado, e especialmente Lênin, diziam que a economia de aldeia estava bem adiantada a desintegrar-se em face das influências do mercado e já se achava bem adiantada na trilha para a agricultura capitalista, com o crescimento da diferenciação de classes entre camponeses”.³³

Lênin, em seu estudo *O Desenvolvimento do Capitalismo na Rússia*, descreve em detalhes como ocorre a diferenciação social a partir do processo de expropriação. Segundo ele, “a divisão social do trabalho constitui a base da economia mercantil”³⁴, permitindo o nascimento de uma nova população rural, “a burguesia rural (sobretudo a pequena burguesia) e o proletariado rural - classe dos produtores de mercadorias na agricultura e classe dos operários agrícolas assalariados”.³⁵ Os colonos que apresentaram êxito se tornaram comerciantes abandonando a agricultura, e os que foram expropriados da terra, colonos assalariados. Através desse processo de divisão social do trabalho, o campesinato antigo deixa de existir. Sendo assim, a maioria dos produtores acaba sendo expropriada dos meios de produção, tornando-se mercadoria nas mãos de outros, tendo de vender a única coisa que lhe sobrou, sua força de trabalho. “A transformação do pequeno produtor em operário assalariado pressupõe a

³² Os exemplos mencionados por Dobb em seu estudo *A Evolução do Capitalismo* devem ser considerados relativizando seu contexto histórico e espacial. Contudo, as reflexões feitas por esse estudioso podem ser utilizadas ao analisarmos o processo de diferenciação social na agricultura, comércio e mineração recorrente em Criciúma por apresentar muitas semelhanças aos exemplos por ele relatados.

³³ DOBB (1980), p. 253

³⁴ LENIN (1982), p. 13.

³⁵ LENIN (1982), p. 114

perda dos seus meios de produção (terra, instrumentos de trabalho, oficina etc.) – ou seja, pressupõe o ‘empobrecimento’, a sua ‘ruína’”.³⁶

Com a economia mercantil, aparecem unidades econômicas heterogêneas: o número de ramos especiais da economia aumenta e diminui a quantidade de unidades que executam uma mesma função econômica. É esse progressivo desenvolvimento da divisão social do trabalho que constitui o elemento fundamental no processo de formação de um mercado interno para o capitalismo. (LENIN, 1982: 14)

Lênin contraria a idéia de que o empobrecimento dos pequenos produtores reduz o mercado interno. Para ele, os novos proprietários desses meios de produção “produzirão sob a forma de mercadorias os produtos que, anteriormente, eram consumidos pelo próprio produtor – vale dizer: ampliam o mercado interno” (LENIN, 1982: 16). Antes da divisão social do trabalho o colono produzia para sua subsistência, não tendo a necessidade de comprar mercadorias; o mercado interno então era pequeno ou inexistente. Após a divisão social do trabalho, houve uma especialização na produção, permitindo o aparecimento de unidades econômicas heterogêneas, diminuindo a quantidade de produtores com o mesmo produto. Dada essa economia pulverizada, tem-se a necessidade de comercialização dos produtos, já que os produtores não produzem mais para sua subsistência, ou seja, há um aumento do mercado interno. “O mercado para essas mercadorias se desenvolve graças à divisão do trabalho [...] É, portanto, a divisão social do trabalho a base de todo o processo de desenvolvimentos da economia mercantil e do capitalismo”.³⁷

A ampliação da produção pelos possuidores dos meios de produção coloca no mercado novas demandas de instrumentos, de matérias-primas, de meios de

³⁶ LENIN (1982), p. 16.

³⁷ LENIN (1982), p. 14.

transporte etc., bem como de artigos de consumo (seu enriquecimento acarreta naturalmente um aumento do seu consumo) [...] para o mercado, o que importa não é o bem-estar do produtor, mas os seus meios pecuniários disponíveis; o declínio do bem-estar de um camponês patriarcal, que antes praticava uma economia predominantemente natural, é perfeitamente compatível com o aumento do volume de recursos pecuniários em suas mãos, pois quanto mais esse camponês se arruína tanto mais é forçado a recorrer à venda de sua força de trabalho e tanto maior é a parte dos meios de subsistência (mesmo que sejam os mais exíguos) que ele deve adquirir no mercado. (LENIN, 1982: 16)

O comerciante “que fornece aos colonos produtos não mais produzidos na colônia”³⁸ torna-se, então, o elemento com maior importância no sistema colônia-venda, havendo assim uma relação de dependência por parte dos colonos. Deste modo, a divisão social do trabalho, que proporcionava uma diferenciação entre colonos e comerciantes, em Criciúma configurava-se como uma predisposição ao enriquecimento “tanto entre os colonos como entre os comerciantes da época” fazendo com que “o núcleo colonial – de características rural – se transformasse, paulatinamente, em vila com funções, valores e hábitos urbanos”.³⁹

Goularti (1995) menciona que na Região Sul de Santa Catarina existiram alguns pequenos agricultores que ascenderam e acabaram tornando-se comerciantes e industriais; é o caso, segundo ele de: a) Mário Burigo, Elói Burigo e Otávio Burigo, que em 1950 tornaram-se comerciantes de produtos da mineração; b) Mecril, Elmar, donos de uma metalúrgica; c) Maximiliano Gaidzinski, que em 1936 adquiriu um lavador de moinha, associando-se posteriormente a um comércio e a uma cerâmica; mais tarde daria início a um dos maiores grupos cerâmicos brasileiros, o Grupo Eliane. Pode-se pensar então que “o desenvolvimento da economia mercantil provoca um crescimento do número de ramos industriais distintos e independentes”.⁴⁰

³⁸ TEIXEIRA (1995), p. 94.

³⁹ TEIXEIRA (1995), p. 94.

⁴⁰ LENIN (1982), p. 13.

Em seu estudo das Indústrias de Blumenau, Mamigonian (1966) também afirma que o tipo de colonização serviu como aspecto importante para a industrialização, possibilitando o surgimento, em sua maioria, de iniciativas locais, isso graças à divisão social do trabalho, que desenvolveu um excedente econômico, base financeira indispensável a todo início de consumo relativamente amplo.

A presença de pequenas propriedades com produção de excedentes objetivando a troca e uma divisão social do trabalho já intensificada na Região Sul do país, sobretudo após a chegada de colonos imigrantes, serão fatores determinantes para o processo de acumulação e, posteriormente, de industrialização. A divisão social do trabalho foi favorecida pelo conhecimento e pela destreza dos imigrantes, que exerciam atividades diversas, como: serralheira, marcenaria, negócios e outras. Com isto a Região Sul do país, em especial o norte e o sul de Santa Catarina e o norte do Rio Grande do Sul, irão assistir a um crescimento econômico precoce e voltado para dentro. (CASTRO apud GOULARTI FILHO, 1995: 15)

Portanto, o processo de imigração, juntamente com o surgimento da pequena produção mercantil, foram fatores fundamentais que contribuíram para o processo de acumulação. Mamigonian (1986) divide Santa Catarina em três tipos de zonas industriais: as zonas de colonização alemã, e zona do carvão e a zona pioneira do oeste. A região de Criciúma faz parte da zona do carvão cuja colonização, já explicada anteriormente, foi realizada em maioria por italianos em pequenas propriedades.

A área “produtora de excedentes na gênese de seu processo industrial assenta-se sobre depósitos carboníferos que, ao serem explorados através de investimentos/subsídios estatais, criaram uma economia de aglomeração”⁴¹ possibilitando a diversificação industrial. É o que vai ser esclarecido no item a seguir.

⁴¹ (BELTRÃO, 2001, p. 25)

2.3 O CARVÃO MINERAL: FONTE DE RIQUEZA E ACUMULAÇÃO

Dentre os aspectos físicos, a formação geológica da região determinou posteriormente o aparecimento de algumas atividades econômicas que alavancaram a economia da região, fazendo com que Criciúma se tornasse um importante centro urbano do sul de Santa Catarina. A presença do carvão mineral possibilitou enriquecimento da região e a ascensão de capitais locais através da atividade de extração desse mineral. A presença de argila possibilitou posteriormente o surgimento da indústria cerâmica, produzindo primeiramente azulejos e depois pisos, assunto que será detalhado no próximo capítulo.

A geologia do Estado de Santa Catarina é dividida em: Área do Escudo Atlântico; Área da Bacia do Paraná e Área de Sedimentos Quaternários. A região de Criciúma compreende a Área da Bacia do Paraná, dado que “seu embasamento constitui-se principalmente de rochas cristalinas, pré-cambrianas e subordinadamente por rochas eo-paleozóicas afossilíferas” ⁴² (SANTA CATARINA, 1986: 29). A faixa sedimentar da Bacia do Paraná “é constituída de sedimentos de idade carbonífera, permiana e

⁴² Esta enorme bacia, rasa, encontra-se assoreada por sedimentos, na maior parte continentais e alguns marinhos, do Siluriano Superior, Devoriano Inferior, Carbonífero Superior, Permiano, Triássico, Jurássico e Cretáceo, com pelo menos 3600 metros de espessura; ocorrem também lavas basálticas capeadas em parte por efusivas ácidas de idade mesozóica com espessura máxima de 1600 metros. As sobreditas rochas gonduânicas descansam em nítida discordância sobre litologias pré-cambrianas e eo-paleozóicas. (SANTA CATARINA, 1986: 29)

triássica”⁴³, constituindo o Super-Grupo Tubarão (no qual está inserido a região de Criciúma) e os Grupos Passa Dois e São Bento. ⁴⁴

A Formação Gonduânica “compreende unidades litoestratigráficas geradas desde o Carbonífero, há aproximadamente 340 milhões de anos, até o início do Mesozóico, há cerca de 230 milhões de anos, compreendendo um ciclo sedimentológico com aproximadamente 110 milhões de anos de duração, com um episódio final ígneo e intrusivo”. ⁴⁵ O Supergrupo Tubarão é composto pelas seguintes unidades litoestratigráficas: a Formação Campo do Tenente, Formação Mafra, Formação Rio do Sul, Formação Rio Bonito, Formação Palermo. A região de Criciúma, como dito anteriormente, faz parte geologicamente do Supergrupo Tubarão, compreendendo somente as Formações Rio Bonito e Palermo.

Essas unidades estratigráficas resultaram da decomposição, na Bacia do Paraná, de extensas e espessas seqüências de sedimentos predominantemente finos, desde os tempos do Carbonífero, há aproximadamente 340 milhões de anos, até o início do Mesozóico, há cerca de 230 milhões de anos. Tais sedimentos formaram camadas ou estratos de siltitos, folhelhos, argilitos, arenitos, arcóseos e conglomerados, com intercalações de lentes e camadas de calcário e carvão. No seu conjunto, essas rochas sedimentares mostram que a deposição, na bacia, transcorreu, no geral, sob condições tectônicas de lenta subsidência da crosta, em ambiente marinho de águas rasas, litorâneo, flúvio-deltático, fluvial e também em ambiente de influência glacial e periglacial. No decorrer do Mesozóico houve uma quebra significativa no regime deposicional e climático da Bacia do Paraná, começando a deposição eólica da Formação Botucatu seguida de efusões e intrusões de basaltos, diabásios e por fim lavas ácidas e intermediárias da Formação Serra Geral, coetaneamente com intrusões alcalinas feldspatóidicas e ultramáficas com carbonatitos da Suíte Alcalina do Iguape. (SANTA CATARINA, 1986: 29)

Desta forma, ocorreu a formação dos recursos minerais (como o carvão e argila) que possibilitaram a inserção de Criciúma no mercado nacional, inicialmente pela

⁴³ SANTA CATARINA (1986), p. 29.

⁴⁴ “É uma faixa que atinge a máxima largura no norte do estado, estreitando-se na região de Anitápolis, para se alongar novamente no sul e desaparecer sob a planície costeira”. (Id ibidem)

importância atribuída ao carvão nacional nos momentos de Guerra. As camadas de carvão da região de Criciúma

pertencem à Formação Rio Bonito do Grupo Guatá, de idade permiana, mais precisamente, essas camadas, que são em número de dez, estão intercaladas em rochas pertencentes aos terços médio e superior dessa formação, ou seja, ao chamados membros Paraguaçu e Siderópolis. As camadas são conhecidas pelas designações de Treviso, Barro Branco, Irapuá, "A", "B", "C", "D", Ponte Alta, Bonito, Pré Bonito, "C" e "D". Dessas, destacam-se pela constância lateral, maior espessura, melhor recuperação de carvão metalúrgico e lavabilidade, as camadas Barro Branco, Irapuá, Ponte Alta e Bonito. (SANTA CATARINA, 1986: 30)

Devido à grande quantidade de jazidas de carvão, a região de Criciúma foi denominada geomorfologicamente de Depressão da Zona Carbonífera Catarinense caracterizada por ser

posicionada no extremo sul de Santa Catarina. Esta Unidade Carbonífera, uma faixa alongada na direção N-S entre as Unidades Geomorfológicas Serra Geral e Oeste, Planície Litorânea a Sul e Sudeste. Ocupa uma área de 1659 km² [...] O relevo mostra duas feições bem marcantes. Da cidade de Siderópolis para o sul as formas são côncavo – convexas com vales abertos. Disseminados nessa área encontram-se relevos residuais de topo plano, mantidos por rocha mais resistente e remanescentes de antiga superfície de aplanamento, que fazem parte da Unidade Geomorfológica Patamares da Serra Geral. Os rios que drenam a unidade direcionam-se para leste e apresentam-se geralmente encaixados, embora em alguns trechos existiam terraços. (SANTA CATARINA, 1986: 32)

2.3.1 A descoberta do carvão e o início da atividade carbonífera

Os primeiros a descobrirem a existência e a importância econômica do carvão mineral em Santa Catarina foram os tropeiros. Estes "conduziam tropas de gado e de

⁴⁵ SANTA CATARINA (1986), p. 29.

cavalos do Rio Grande do Sul até Sorocaba, em São Paulo, e dali para Minas Gerais. Era um transporte lento, aonde os caminhos iam-se abrindo naturalmente”.⁴⁶

Desta forma, “a descoberta do carvão se deu por tropeiros que desciam a Serra do Doze, em direção ao Litoral. A partir daí, a área carbonífera do Sul do Estado passou a ser objeto de estudos geológicos” (SANTOS, 1997: 26).⁴⁷ O primeiro a vir estudar os afloramentos de carvão na região sul de Santa Catarina foi o naturalista alemão Friedrich Sellow, a pedido do Rei Dom João VI; posteriormente vieram: Alexandre Davidson (1833), o francês Guilherme Baulierch (1937), Dr. Jules Parigot (1839) e Robert Avèe-Lallemant (1858).⁴⁸

A primeira concessão foi dada ao Visconde de Taunay em 1826; posteriormente passou ao inglês Visconde de Barbacena, em 1861. “Caindo nas graças dos governos da Província e do Império, o Visconde de Barbacena teve os favores desta concessão prorrogados por dez vezes consecutivas”. Devido às dificuldades no transporte, Barbacena “requereu à Coroa a construção de uma estrada de ferro ligando as minas de Lauro Müller ao porto de Laguna”.⁴⁹ Para a construção da estrada de ferro foi formada a companhia inglesa “The Donna Thereza Christina Railway Company Limited”, que “operou na ferrovia de 1880 até 1884, quando foi inaugurado seu primeiro trecho”.⁵⁰ Já para a exploração e transporte do carvão foi organizada outra companhia,

⁴⁶ BELOLLI et al (2002), p. 21.

⁴⁷ A bacia carbonífera tem aí, uma extensão da ordem de 100 km e uma largura média ao redor de 20 km. Entre as cidades dessa região destaca-se Criciúma, como maior centro populacional, que abriga as sedes das principais Companhias mineradoras que operam na área. (SANTA CATARINA, 1986: 30)

⁴⁸ Dados obtidos em BELOLLI et al, 2002.

⁴⁹ ROCHA (2004), p. 107

⁵⁰ GOULARTI FILHO (1995), p. 35

a “The Tubarão Coal Mining Company Limited”.⁵¹ Devido ao alto custo da mineração, a empresa de Visconde de Barbacena fracassou:

Prevendo a liquidação da sua empresa, O Visconde de Barbacena associou-se, em 1886, à firma Lage & Irmãos, representada por Antônio Martins Lage Filho, conceituada empresa com sede no Rio de Janeiro e com tradição em negócios de carvão Cardiff inglês e serviços de estiva. Em 17 de novembro de 1887, O Visconde de Barbacena decidiu vender sua parte na sociedade à empresa Lage & Irmãos, retirando-se dos negócios do carvão. Por sua vez, essa empresa via no carvão catarinense apenas uma possibilidade de investimento futuro e continuou dando prioridade aos seus negócios no Rio de Janeiro. (BELOLLI et al, 2002: 34)

“As inúmeras tentativas de exploração durante o século XIX fracassaram por problemas diversos, tais como: falta de recursos, distância de minas aos escoadouros, demora por parte do governo em liberar concessões, bem como mercado consumidor”.

⁵² Outro aspecto que contribuiu bastante para as dificuldades enfrentadas inicialmente foi a qualidade do carvão; ⁵³ “o carvão importado da Inglaterra e Alemanha era preferido, por ser de melhor qualidade e de menor preço. Encareciam o carvão nacional o transporte ferroviário e o marítimo, uma vez que o mercado consumidor se localizava em São Paulo e Rio de Janeiro”. ⁵⁴ Até então a inferioridade do carvão brasileiro, apontada pelos estudos (o geólogo White o recomendava para uso energético em 1904), ante o importado (mais barato) [...] resultaram em isoladas explorações, dentre as quais destaca-se a Carbonífera Metropolitana (1890).⁵⁵

⁵¹ Id Ibidem

⁵² SANTOS (1997), p. 27.

⁵³ A formação das jazidas, segundo o geólogo Hannfrit Putzer, aconteceu após a glaciação permocarbonífera. Nesse período, verificado o recuo do gelo no Sul do País, a vegetação começou a se desenvolver paulatinamente obrigando os sedimentos “gonduânicos” a se depositarem em grandes áreas da Bacia do Rio Paraná, envolvendo os três estados do Sul do País. Anos mais tarde, através do estudo estabelecido pelo geólogo americano Israel Charles White no início do século XX, este denominou de “Sistema Santa Catarina”, (Id Ibidem: 12).

⁵⁴ VOLPATO (1984), p. 33.

⁵⁵ ROCHA (2004), p. 107

Assim, o carvão catarinense possui características tanto para ser usado para gerar energia térmica e elétrica, como para uso nas siderúrgicas, isto devido à qualidade inferior, se comparado ao carvão importado. A diferença começa na camada de carvão, que é menor, não vai do chão até o forro da mina, de forma completa, inteiriça. No meio existe o que se chama “quadração”, que é o barro branco, que não é carvão (BELLOLI et al, 2002).

Ele apresenta um alto teor de rejeito piritoso: “[...] 75% do carvão bruto extraído é considerado rejeito e apenas 25% é energético; destes 25%, somente 15% é metalúrgico. [...] apresenta um alto teor de enxofre, em torno de 5%, comprometendo os mananciais hídricos da região”.⁵⁶

O “carvão catarinense” possui menor teor de cinzas e maior poder calorífico, conferindo possibilidade de coqueificação. Além da parcela de carvão metalúrgico produzem-se compulsoriamente a Fração de Carvão energético, utilizada na geração de energia elétrica, na produção de gás metanol e toda gama de produtos carboníferos, e ainda a parcela de rejeitos piritosos, com 44% de enxofre, próprio para produção de ácido sulfúrico nas instalações da Indústria Carboquímica Catarinense (ICC). (SANTA CATARINA, 1986: 30)

Mas o governo republicano recém-criado, com o objetivo de solucionar as dificuldades financeiras, “nomeou uma ‘Comissão de estudos’ [...] a fim de estudar ‘in loco’ o assunto”.⁵⁷ A partir de então, com apoio do governo republicano, originaram-se as primeiras mineradoras: Companhia Brasileira Carbonífera Araranguá S.A. (1917), Companhia Carbonífera Urussanga S. A. (1918), Companhia Carbonífera Próspera S. A. (1921), Companhia Carbonífera Ítalo Brasileira Ltda. (1921) e Companhia Nacional Mineração Barro Branco (1922).

⁵⁶ GOULARTI FILHO (2002), p. 147.

⁵⁷ BELLOLI et al (2002), p. 35.

Foi, portanto, devido à Primeira Guerra Mundial que o carvão brasileiro passou a despertar ainda mais atenção, pela impossibilidade de importar o carvão estrangeiro. Como já foi mencionado, o armador Henrique Lage, necessitando carvão para seus navios, decidiu investir na região, adquirindo os negócios do Visconde de Barbacena. Além disso, acabou investindo em outros setores como: construção do Porto de Imbituba, do Farol de Imbituba, de lavadores e de uma fábrica de cerâmica inicialmente destinada a produzir louças para seus navios (SANTOS, 1997).

Com o término da Primeira Guerra, a produção de carvão estagnou devido ao retorno das importações. Mas com os incentivos governamentais, a produção cresceu um pouco: em 1931 (com a Revolução de 30) entrou em vigor o decreto n.º 20.089, que obrigou o consumo de 10% do carvão brasileiro.

Com a II Guerra Mundial e as dificuldades do comércio internacional, ocorreu a dinamização da economia brasileira, que promove intensa substituição de importações (fase “b” do 3.º ciclo de Kondratieff), proporcionando um novo impulso a diversos setores, entre eles a atividade carbonífera nacional, pois era inviável continuar importando o carvão estrangeiro.

O presidente Getulio Vargas havia aprovado vários decretos-lei que favoreciam a indústria carbonífera, durante a guerra. O de n.º 2.667, de 3 de outubro de 1940, por exemplo, determinava a ampliação dos portos de Laguna e Imbituba, além de adaptar a frota marítima para ficar apropriada ao transporte do minério. (SILVA Jr. 199?: 23)

Em 25 de agosto de 1942, o Governo instituiu o Decreto-Lei n.º 4.613, tendo como medida emergencial a entrega obrigatória do carvão produzido no País ao Governo Federal. [...] o Governo sentiu a necessidade de criar um organismo destinado a controlar a política do carvão, desde a produção, transporte, consumo, formação de estoques, até preços. Por essa razão o governo baixou o Decreto n.º 5.964 encarregando à comissão de Marinha Mercante para as providências necessárias [...] a incumbência da distribuição do carvão mineral aos órgãos públicos indicados pelo próprio Governo, através da recém-criada Coordenação de Mobilização Econômica. (BELLONI et al, 2002: 177 - 178)

Com o fim da Segunda Guerra Mundial e a retomada das importações, novamente o setor carbonífero catarinense ficou em uma situação delicada. Mas, através de manifestações e cobranças do empresariado do setor, em 1953 houve um aumento do índice de consumo pelas estatais, que passou de 20% para 40%, permitindo assim a continuação da atividade carbonífera.

Como explica Rocha (2004), os financiamentos governamentais ocasionaram um grande impulso à zona carbonífera, aquecendo as atividades comerciais, à medida que a atividade carbonífera utiliza grande mão-de-obra.

Assim, os pequenos comerciantes que se caracterizavam, até o século passado, por manter relações “colônia-venda” com os pequenos produtores mercantis, viram ampliar significativamente os negócios. Tal incremento na atividade comercial foi acelerado pela introdução de novas vias de circulação (estrada de ferro, porto) fazendo declinar a função de pólo comercial de Laguna nas exportações do sul do Estado. (BELTRÃO, 2001: 59)

A região de Criciúma apresentou condições de acumulação, “onde as pequenas produções mercantis produziam excedentes absorvidos não só pela economia local, mas também pelo mercado nacional e, em alguns momentos, o internacional”.⁵⁸

A presença de mercados nacionais cativos e os subsídios permitiram a expansão da atividade carbonífera e acumulação de capitais locais, o que gerou substituição dos primeiros empresários do carvão, vindos de São Paulo e Rio de Janeiro, por empresariado local, como Guglielmi e Freitas, que hoje atuam em diversos ramos econômicos. (BELTRÃO, 2001: 26)

⁵⁸ BELTRÃO (2001), p. 60.

2.4 A PEQUENA PRODUÇÃO MERCANTIL PRESENTE NA EXTRAÇÃO DE CARVÃO: UM OUTRO EXEMPLO DE DIFERENCIAÇÃO SOCIAL

Pode-se dizer que na formação sócio-espacial em Criciúma estão presentes dois períodos de acumulação, que resultaram na diferenciação social entre os produtores: o primeiro (tratado no item 2.2) vai do final do século XIX até aproximadamente 1930; seria o período de acumulação na agricultura, com a ascensão de uns (inserção no comércio) e expropriação de outros; o segundo período (1930 até 1945) seria a acumulação através do carvão. Este, de maneira mais significativa, originou o surgimento de novas fortunas e novos empresários. Todavia, Teixeira (1995) menciona que o carvão saiu das mãos dos colonos imigrantes e dos primeiros comerciantes, os quais também vislumbraram a possibilidade de enriquecer através da extração de carvão, e foi parar nas mãos de outros.

O ouro negro foi parar em outras mãos: nas mãos de alguns empreiteiros e/ou firmas do Rio de Janeiro que obtiveram do governo concessão do Estado para explorar o cobiçado minério. Novamente a presença do Estado será fundamental e vai explicar (em parte), a mudança que ocorreu nas elites dirigentes da cidade a partir do novo modelo de desenvolvimento (baseado na mineração), quando outros atores entram até final da década de 30.

Alguns destes novos donos da cidade, sequer viviam em Criciúma ou tinham famílias aqui radicadas (como foi o caso de Henrique Lage, Paulo de Frontin, Álvaro Catão). Estes por sua vez, se associaram a outros “donos do poder” tais como Diomício Freitas, Santo Guglielmi, Sebastião Neto Campos e passaram a ser, a partir dos anos 30, os novos donos da cidade, em lugar dos comerciantes. (TEIXEIRA, 1995: 43)

Tais afirmações levam a algumas reflexões. A figura das grandes firmas concessionárias é de clara importância e não pode ser negada, pois representa a intervenção estatal no desenvolvimento dessa atividade. Porém quem são esses empreiteiros, de onde surgiram, como se configura a sua posição na sociedade,

possuíam eles concessões para explorar o carvão? Certamente isso não é explicitado no estudo de Teixeira. Não há uma preocupação em resgatar a gênese desses empreiteiros que se transformaram posteriormente em grandes empresários do carvão. O autor apenas menciona que os “outros donos do poder” como Diomício Freitas, Santos Guglielmi se associaram aos antigos exploradores do carvão, os donos das grandes firmas. Se houve, como foi essa associação?

Para responder a tais questões, é preciso verificar o que esses empreiteiros faziam anteriormente à atividade carbonífera e como ocorreu a acumulação dos seus capitais.

2.4.1 Analisando a trajetória de Diomício Freitas

No início, a extração do carvão era realizada pelas famílias de agricultores que achavam algum afloramento do minério perto de suas propriedades. “As famílias mais pobres de agricultores, que não tiveram sucesso no comércio, também trocaram a agricultura pela mineração. A partir da década de 20, o carvão estava definitivamente associado à história da cidade e passou a ser, a partir dos anos 30, a principal base do desenvolvimento de Criciúma e região”.⁵⁹

Assim sendo, a região carbonífera de Santa Catarina, por ser uma das maiores e mais importantes do país, acabou beneficiando a sua economia durante os períodos de guerras. A demanda era grande, as empresas extraíam cada vez mais. Isso levou ao aparecimento de pequenas minas através de empreiteiros; “quem tinha um lote colonial

às vezes fazia, ele próprio dentro do lote, uma carbonífera, ou pegava o trabalho como empreiteiro de uma empresa concessionária maior. Isso era muito comum”.⁶⁰

Um desses empreiteiros, Diomício Freitas, possui importância maior para este trabalho, pois além de ser citado por Teixeira (1995) como sendo um dos novos “donos do poder”, seria ele quem posteriormente daria origem a uma das maiores indústrias cerâmicas da região de Criciúma.

Isoppo (2005) analisou a trajetória de Diomício Freitas, verificando o que ele fazia anteriormente à atividade carbonífera, como ocorreu a acumulação do seu capital e como houve a diversificação em outras atividades econômicas. Isoppo averiguou em sua pesquisa que a família de Diomício Freitas teve base agrícola, seu pai foi agricultor, carpinteiro, e possuiu uma pequena fábrica de banhas. Aos doze anos, foi trabalhar como ajudante de telegrafista na Estrada de Ferro Dona Tereza Cristina; anos mais tarde foi promovido a agente de estação. Casou-se com Agripina Francioni, filha de colonos italianos; com ela teve seis filhos. Além de agente de estação, realizava atividades paralelas, como a venda de seguros da Companhia Seguradora H, comercializava produtos como farinha de mandioca em suas viagens de trem ou de bicicleta, vendia jornais e revistas de porta em porta e, além disso, recebia uma comissão pelos dormentes que negociava para serem utilizados nos trilhos do trem.⁶¹

Apenas em 1939, Diomício Freitas decidiu sair da empresa estatal Estrada de Ferro Dona Tereza Cristina, para tentar a vida no ramo do carvão. Se Diomício deixou

⁵⁹ VOLPATO (1989), p. 56

⁶⁰ ISOPPO (2005), p. 47.

⁶¹ Nessa época, o pai de Diomício também estava trabalhando longe. Manoel Delfino assumiu uma empreitada na região de Criciúma, junto à Companhia Brasileira Carbonífera Araranguá, a CBCA. Seu Trabalho era providenciar madeira para os trilhos das vagonetas nas minas, e remover as madeiras antigas. A mãe de Diomício e os outros filhos também ajudavam nesse serviço, que era realizado no município de Içara, onde o irmão Dominício começava a se envolver com carvão. (SILVA Jr, 199?: 13)

seu cargo de funcionário de agente de estação apenas em 1939, como pode Teixeira (1995) dizer que Diomício, já na década de 1930, era considerado um grande empresário do carvão, ou melhor, um dos “donos do poder”?

Começou na atividade carbonífera com a descoberta de que perto da sua casa existia um afloramento de carvão. O terreno foi comprado com dinheiro que recebeu na saída da estatal e também da venda da sua antiga casa. Era uma atividade informal, pois ainda não tinha empresa constituída nem concessão. O trabalho era realizado de forma rudimentar, trabalhavam com picaretas e o transporte era feito com carros de boi até a estação. Diomício fez sociedade com um irmão, mais o comerciante Monique Balsini. Arrendaram um terreno; porém, tempos depois, a Carbonífera Próspera, que era proprietária da jazida, passou a mina para outros empreiteiros.

Os três sócios começaram a trabalhar como empreiteiros⁶² na Carbonífera Barracão, onde Dionísio, Belmiro e outros irmãos de Diomício já trabalhavam. Santos Guglielmi entrou na sociedade de Diomício, Dominício e Monique; anos mais tarde, os dois últimos saíram da sociedade. Estava para ser formada a sociedade Diomício Freitas e Santos Guglielmi, que duraria quase 30 anos.⁶³ Conhecera-se na época em que Diomício trabalhava na estação da Guarda e Santos levava os produtos de seu pai para serem comercializados.

Naquela época, os quatro sócios possuíam duas empreitadas na exploração do carvão mineral, Barracão e Ouro Fino. A concorrência era grande, pois naquela região existiam grandes mineradoras, além de muitos empreiteiros como eles, arrendando minas de médio e pequeno porte. Estava cada vez mais difícil trabalhar com o carvão.

⁶² “Empreiteiro: Aquele que empreita. Empreitar: Fazer ou tomar uma empreitada. Empreitada: Obra por conta de outrem, com pagamento previamente ajustado”. (Ferreira, 1993: 2003)

O grande diferencial que fez com que os sócios ganhassem um fôlego financeiro foi a descoberta do beneficiamento de um rejeito da exploração de carvão: a moinha⁶⁴. A moinha era “conhecida por ‘uma pedrinha enjoada, fininha’, que ficava se amontoando na boca-de-mina, quando não era jogada nos rios”.⁶⁵ Como era um rejeito, foi fácil comprar das outras minas, pois todos queriam desfazer-se dela. Os sócios começaram a comercializar a moinha a partir de 1943, sendo os únicos a fazerem isso. A comercialização da moinha foi crescendo e dando retorno financeiro à sociedade. Entretanto o principal ainda não havia sido alcançado, possuir a própria mina. Era muito difícil conseguir a concessão de uma mina. “Durante o período de instalação do DNPM, foram verificados problemas relacionados às concessões de jazidas carboníferas na Região de Criciúma, causando constrangimento entre concessionários e empreiteiros” (BELLOLI et al, 2002:185)

Em 1943, Diomício e seus sócios compraram a Carbonífera Rio Caeté, localizada em Urussanga.⁶⁶ Esta foi a primeira empresa legalmente registrada de Diomício Freitas, mas que demoraria a funcionar efetivamente. Para comprá-la, foi feito um empréstimo no extinto banco INCO.

Em 1953, houve um aumento do índice de consumo pelas estatais, que passou de 20% para 40%. A partir desse momento, Diomício e seus sócios começaram as atividades de exploração de carvão na até então abandonada Carbonífera Caeté. A sociedade expandiu-se com a aquisição da concessão da pequena carbonífera Visconde de Taunay (1944), transformando-a em Carbonífera Cocal. A seguir,

⁶³ Entrevista realizada com a jornalista Joice Quadros, agosto de 2005. In: ISOPPO, 2005.

⁶⁴ A expressão moinha designa qualquer substância seca ou triturada.

⁶⁵ SILVA Jr (199?), p.21.

promoveram a fusão das carboníferas Caeté e Cocal, que resultou na formação da Carbonífera Criciúma.

Pelo visto, só se pode dizer que Diomício tornou-se um grande empresário do carvão, a partir da década de 1940, quando adquiriu a sua primeira carbonífera em sociedade com outros. Deixou de ser empreiteiro e passou a ser proprietário de carboníferas.

Através do estudo de Isoppo (2005), podemos ver que há uma incoerência no discurso de Teixeira ao dizer que empreiteiros e empresários donos de carboníferas estariam em uma mesma esfera social. Chega-se à conclusão de que Diomício Freitas, de origem simples, é oriundo da diferenciação social existente na pequena produção mineradora (ou coletividade mineira, como diria Dobb), e não da associação com os donos das carboníferas concessionárias, como sugeriu Teixeira (1995). A não ser que a associação mencionada sejam as empreitadas realizadas nas carboníferas Barracão e Ouro Fino. Mesmo assim, naquele momento não poderia Diomício ser considerado de mesma classe social que os empresários do carvão.

A existência de pequenas e médias “minas” através dos empreiteiros pode ser considerada como uma pequena produção mercantil. Dentro dessa atividade é evidente o destaque de alguns empreiteiros que se transformaram posteriormente em empresários do carvão, como é o caso de Diomício Freitas e Santos Guglielmi. Maurice Dobb (1980), em sua obra, demonstra a existência da pequena produção dentro da atividade mineradora. Pode-se, portanto, considerar o início da mineração como um segundo período de acumulação e diferenciação social na região de Criciúma. Contudo

⁶⁶ BELLONI et al, 2002. Com relação à aquisição da Carbonífera Caeté, muitos autores mencionam datas diferentes, Goularti Filho (2002) menciona 1949, já Silva Jr. menciona 1948. Optou-se por Belloni et al

esse período diferencia-se do primeiro pela forma mais expressiva do surgimento de novos capitais locais, como foi descrito anteriormente.

Dobb (1980) descreve o mais lento e certamente menos forçado exemplo de “diferenciação econômica existente dentro da maioria das coletividades de pequenos produtores”, o “processo pelo qual o pequeno produtor se tornou um servidor de capital e um proletariado” ao mesmo tempo.⁶⁷

Os fatores principais nessa diferenciação são as distinções surgidas no correr do tempo na qualidade ou quantidade de terras possuídas e nos instrumentos de produção. “Os que chegavam primeiro, os afortunados que marcavam boas faixas para si próprios, devem sempre ter tido vantagens substanciais”.⁶⁸

“Os que possuíam capital para investir podiam aprofundar mais poços e alcançar jazidas mais ricas. [...] mineiro pobre a quem faltavam as vantagens conferidas pelo capital foi gradualmente expulso, provavelmente para se tornar como em outras partes, o empregado de uma nova classe de proprietário. [...] Ali fora costume dos senhores, onde por algum motivo não queriam explorar o minério, eles mesmos, com a mão-de-obra dos servos, arrendar os direitos de mineração a associações de trabalhadores livres”. (DOBB, 1980:251)

Essas reflexões feitas por Dobb podem, *mutatis mutandis*, ser relacionadas com a pequena produção mercantil mineradora catarinense, bem como com o exemplo da trajetória de Diomício Freitas. Aos poucos, as vantagens diferenciais podem levar à diferenciação de classe. Como vantagens substanciais que lhe garantiram uma diferenciação social, podem-se considerar o afloramento de carvão encontrado por ele perto de sua casa; a acumulação anterior oriunda do trabalho na estatal Dona Tereza

(2002).

⁶⁷ DOBB (1980), p. 245.

⁶⁸ DOBB (1980), p. 245.

Cristina e demais serviços exercidos por ele; e, sem sombra de dúvidas, a descoberta do beneficiamento da moinha, recurso responsável pela grande acumulação obtida, o que possibilitou o crédito necessário para a aquisição de sua primeira carbonífera, além do monopólio de compra já pré-estabelecido por parte das estatais.

Comparando os dois momentos de diferenciação social vividos na região de Criciúma, pode-se concordar com a seguinte conclusão de Dobb:

“Esses exemplos do crescimento de uma diferenciação de classes e a transição para um sistema de trabalho assalariado, que podem encontrar seus paralelos nas coletividades camponesas em quase todas as regiões do mundo, são instrutivos por uma série de razões. Mostram que o desaparecimento da terra livre, embora possa ter sido de importância capital nas coletividades primitivas, não é o fato único e não precisa ser tomado como o principal na criação de uma classe assalariada dependente, como se afirma algumas vezes. Mesmo onde existe terra livre, fatores outros como a dívida ou monopólio podem roubar ao pequeno produtor sua independência e finalmente ocasionar seu desapossamento. Ao mesmo tempo, é claro que as desigualdades econômicas não tendem a criar uma divisão da sociedade em uma classe empregadora e uma classe assalariada sujeita a primeira, a menos que o acesso aos meios de produção, inclusive a terra, seja de um ou de outro modo negado a uma parcela substancial da coletividade. Esses exemplos demonstram também como pode ser instável uma economia de pequenos produtores, em vista dos efeitos desintegradores da produção para um mercado, principalmente um mercado distante, a menos que ela desfrute de alguma vantagem especial que lhe confira vigor ou que se tomem medidas especiais para protegê-la [...]”.(DOBB, 1980:256)

Como é o caso da atividade carbonífera, esta apresentou como vantagem especial o grande interesse do Estado em subsidiar tal produção. “É aí que a interferência política e a intervenção do Estado podem ser de importância capital.

3. A INDÚSTRIA DE REVESTIMENTOS CERÂMICOS

A origem da utilização de materiais cerâmicos é muito antiga. Foram encontradas peças de argila cozida em vários sítios arqueológicos.

Antes do final do período Neolítico ou da PEDRA POLIDA, que compreendeu, aproximadamente, de 26.000 a.C. até por volta de 5.000 a.C. a habilidade na manufatura de peças de cerâmica deixou o Japão e se espalhou pela Europa e Ásia, não existindo, entretanto, um consenso sobre como isto ocorreu. (ANFACER, História da cerâmica. Disponível em: www.anfacer.org.br Acessado em 19 de outubro de 2008).

A atividade cerâmica consiste na produção de objetos com a utilização de argila que se torna maleável após ser umedecida. “Depois de submetida a uma secagem para retirar a maior parte da água, a peça moldada é submetida a altas temperaturas ao redor de 1.000°C, que lhe atribuem rigidez e resistência, mediante a fusão de certos componentes da massa, e em alguns casos fixando os esmaltes na superfície” (ANFACER, 2008). Propriedades como estas permitiram a utilização da cerâmica na construção de casas, em utensílios domésticos para armazenamento de alimentos, entre outras funções.

A arte da cerâmica prosperou em diversos povos com o desenvolvimento de técnicas e estilos de fabricação diferentes. Durante muito tempo, a cerâmica grega foi considerada as melhores peças do mundo mediterrâneo. Os chineses, por outro lado, foram os primeiros a usarem o caulim, dando origem à porcelana. Posteriormente,

graças ao elevado nível de sofisticação, a cerâmica chinesa começou a ser utilizada à mesa.⁶⁹

O uso de revestimentos cerâmicos em edificações remonta ao século VI a.C. Existia na Itália um crescente artesanato, “cerâmicas etruscas ornamentavam, além das gregas e persas, as mansões dos patrícios romanos: as formas bizarras, os esmaltes vivos e brilhantes, os vagos desenhos ornamentais” (ANFACER, 2008). Contudo foi nos últimos três séculos que sua utilização se difundiu na Europa, principalmente em Portugal, Espanha e Itália⁷⁰. Tendo como característica a produção artesanal, o que torna seu custo elevado, a utilização de revestimentos cerâmicos era muito restrita, sendo privilégio de consumidores de alta renda e edificações luxuosas.⁷¹

No mais importante país produtor mundial, a Itália, a indústria cerâmica desenvolveu-se “na região da Emília-Romagna, especialmente nas províncias de Módena e Régio-Emília, em torno da pequena cidade de Sassuolo, tendo como precursora a indústria de faiança, conhecida desde o Século XIII”.⁷²

Os ceramistas continuaram a trabalhar com velhos sistemas etruscos e gregos, ainda durante os séculos obscuros da Idade Média. No início do Renascimento, havia produtos manufaturados em Gubbio, Volterra, Faenza, Deruto e Montelupo. Em todas estas cidades, desenvolveram-se indústrias bem distintas, cada qual com estilo e técnica própria: os sistemas de cozimento, de esmaltar, a composição dos vernizes, tudo era mantido em rigoroso segredo. Basta lembrar, entre os ceramistas italianos, Luca e Andrea Della Robbia, que souberam criar baixo-relevos de terracota vidrada e pintada, que se vêem em quase toda parte, nas paredes das vilas e dos castelos da Itália Central.

A escola de Faenza ganhou tanta celebridade que deu seu nome a todos os objetos de cerâmica que, da Itália, se difundiam pela Europa: daí o nome faiança em português, e o faience, lembrando o nome da cidade Romana. (ANFACER, História da cerâmica. Disponível em: www.anfacer.org.br Acessado em 19 de outubro de 2008).

⁶⁹ (ANFACER, História da cerâmica. Disponível em: www.anfacer.org.br Acessado em 19 de outubro de 2008)

⁷⁰ (FABRE, 1999).

⁷¹ (FABRE, 1999 e FONTANELLA, 2001).

⁷² FABRE (1999), p. 88.

Com desenvolvimento industrial, os revestimentos cerâmicos para utilização em paredes e pisos deixaram de ser privilégio dos recintos religiosos e dos palácios, tornando-se acessíveis a todas as classes sociais. Eles trouxeram para as paredes externas das casas o colorido e o luxo das paredes internas. Deixaram de figurar apenas em obras monumentais e passaram também para as fachadas dos pequenos sobrados comerciais e residenciais e, até mesmo, de pequenas casas térreas.

Devido à sua tradição histórica em cerâmica, a Itália é considerada o mais importante país produtor de cerâmica do mundo, não por ter a maior produção, mas por ser o berço da tecnologia mais avançada para fabricação de revestimentos cerâmicos. Seus produtos estão em constante inovação, apresentando *design* arrojado e o melhor padrão de qualidade. O mercado italiano é considerado como o precursor de moda e tendências no setor, seus produtos são considerados modelos no cenário mundial. Sua tecnologia é importada por muitos países mediante a compra de equipamentos para a produção de revestimentos.

Além da Itália, a Espanha apresenta também produtos com altíssimo padrão de qualidade e inovação. O mercado espanhol de revestimentos cerâmicos é conhecido por possuir os melhores coloríficos do mundo. Estes são responsáveis pela fabricação de esmaltes e fritas necessários para dar acabamento aos produtos. Algumas empresas espanholas de esmaltes e fritas como a Esmalglass, a Torrecid, a Vidres possuem filiais no Brasil.

A concentração geográfica de empresas é característica da indústria cerâmica de revestimento. “Dois dos países líderes, Itália e Espanha, têm produção concentrada nas

regiões de Sassuolo e Castellón, respectivamente. A estratégia competitiva dessas regiões baseia-se em design, qualidade e marca” (ANFACER, 2008).

Tabela 1: Principais produtores mundiais da indústria de revestimentos cerâmicos (1989 – 1998, em milhões de m²/ano)

Países	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997*	1998
China	*	*	*	*	*	*	500	900	1370	1400
Itália	*	*	423	440	459	510	568	600	572	589
Espanha	*	*	228	261	281	320	400	420	485	564
Brasil	213	173	187	216	263	283	295	336	383	401
Turquia	*	*	*	*	*	80	90	100	148	154

Fonte: ANFACER, 1999 apud FONTANELLA 2001

* ANFACER, 1997 apud FABRE 1999

O setor cerâmico já passou por várias transformações no cenário mundial. Os principais fabricantes mundiais, ao longo dos anos, vêm alternando a sua posição no *ranking* de maiores produtores de revestimentos. A Itália foi por muito tempo a maior produtora do setor, seguida da Espanha e Brasil. De 1991 a 1994, essa ordem permaneceu inalterada (ver Tabela 1). A partir de 1996, a China vem liderando produção mundial de revestimentos cerâmicos, “seus produtos, contudo, ainda estão muito longe de fazer face aos países líderes em tecnologia, design e qualidade”.⁷³ O Brasil, em 1998, estava em quarto lugar com a produção de 401 milhões de metros quadrados.

Atualmente, os principais fabricantes mundiais de revestimentos cerâmicos, no que se refere ao volume de produção, são: China, Espanha, Brasil, Itália e Índia (ver Tabela 2). A produção de 3500 milhões de metros quadrados em 2007 confirma que já

passou o tempo em que os pisos chineses ficavam aquém dos pisos brasileiros e europeus. Os pisos chineses passaram por um desenvolvido muito forte nos últimos anos em relação a *design* e acabamento, e tal fato tem gerado um grande problema no mercado brasileiro e internacional.

Muitas empresas brasileiras estão comprando porcellanato chinês e vendendo com a sua marca. Se o produto chinês permanecesse com qualidade inferior, grandes empresas brasileiras certamente jamais iriam associar a sua marca a esse tipo de produto. Foi-se o tempo em que o produto produzido na China podia ser considerado de menor qualidade, pelo menos isto não pode mais ser atribuído ao setor de revestimentos. Assim como em todos os países, há as empresas arcaicas e as com tecnologia de ponta, por isso é importante rever esse pensamento em relação ao produto chinês.

Nas entrevistas realizadas no segundo semestre de 2007 para a obtenção de dados empíricos para realização deste trabalho, a informação que muito se escutou era a de uma empresa acusando a outra de comprar produtos chineses e embalar como se fossem seus. Isso seria uma forma de contornar a crise vivida no momento. O fato que pode ser confirmado é o preço dos porcellanatos chineses. Esses produtos estão entrando no mercado brasileiro muito mais baratos que o porcellanato nacional. “O metro do porcelanato custa no Brasil R\$ 110,00, em média. Com qualidade comparável, chineses vendem a R\$ 33,00 o metro” (O POVO ONLINE, 2007).

A invasão chinesa tem levado grandes indústrias brasileiras a se tornarem empresas comerciais apenas. Para muitas, sai mais barato comprar na China e vender no Brasil. Os produtos vindos de lá conseguem, por vezes, chegar aqui

⁷³ FABRE (1999), p. 91.

custando de 25% a 30% do preço dos produtos brasileiros. E mais, com prazos de financiamento que chegam a 180 dias. (O POVO ONLINE, 2007. China causa mudanças na indústria. Disponível em: <http://www.opovo.com.br/opovo/colunas/verticalsa/690887.html> Acessado 23 de maio de 2008)

Tabela 2 - Principais produtores mundiais da indústria de revestimentos cerâmicos (2004 – 2007, em milhões de m²/ano)

Países	2004	2005	2006	2007
China	2300	2500	3000	3500
Espanha	640	656	663	685
Brasil	566	568	594	637
Itália	589	570	569	563
Índia	270	298	340	360

Fonte: ANFACER, 2009

Em 2006, o Brasil passa a ocupar a terceira posição com 594 milhões de metros quadrados de revestimentos cerâmicos produzidos, deixando a Itália para trás. Até 2005, o Brasil ocupava o quarto lugar com a produção de 568 milhões de metros quadrados. A produção italiana sofreu uma ligeira queda de 2005 para 2006, caindo seguidamente em 2007 (ver Tabela 2).

Ainda sem produção expressiva em termos mundiais, mas com produtos de excepcional qualidade, contam-se países como México, os tigres asiáticos e outros mais, integrantes do bloco dos NICs (Newly Industrialized Countries). O Japão assume a liderança pela excelência técnica, embora não se coloque entre os primeiros produtores e exportadores mundiais. (FABRE, 1999: 92)

Tabela 3 - Principais consumidores de revestimentos cerâmicos (2004 – 2007, em milhões de m²/ano)

Países	2004	2005	2006	2007
China	1850	2050	2450	2960
Brasil	449	442	486	534,7
Espanha	361	378	394	409
EUA	292	305	312	280
Índia	270	303	350	385

Fonte: ANFACER, 2009

O mercado mundial de revestimentos cerâmicos segue sua tendência de crescimento, com exceção da queda apresentada pelos Estados Unidos devido à crise no mercado imobiliário. Eram 312 milhões de metros quadrados adquiridos em 2006 contra 280 milhões de metros quadrados em 2006 (ver Tabela 3). Os principais consumidores no mundo são, pela ordem, China, Brasil, Espanha, Índia e Estados Unidos.

O Brasil é o quinto maior território do mundo, com 8,5 milhões de km² e fazendo fronteira com dez países da América do Sul. “Está entre as cinco nações mais populosas, possuindo 180 milhões de habitantes, sendo 81% em áreas urbanas. O PIB brasileiro é de aproximadamente US\$1,1 trilhão (2006), posicionando-o entre as dez maiores economias mundiais” (ANFACER, 2008). Fatores como esses contribuíram para que o Brasil se tornasse o segundo maior consumidor de revestimentos cerâmicos do mundo.

Tabela 4 - Principais exportadores de revestimentos cerâmicos (2004 – 2007, em milhões de m²/ano)

Países	2004	2005	2006	2007
China	260	342	450	640
Itália	413	390	396	390
Espanha	341	341	336	330
Brasil	126	114	114	102
Turquia	94	89	93	96

Fonte: ANFACER, 2009

Recentemente, os principais exportadores de revestimentos cerâmicos no mercado internacional são a China, Itália, Espanha, Brasil e Turquia. Enquanto os demais países foram diminuindo as suas exportações entre o período de 2004 a 2007, a China aumentou-as consideravelmente. Em 2004, a exportação de revestimentos chineses, de 260 milhões de metros quadrados, salta para 640 milhões de metros quadrados em 2007. Sem dúvida, o bom desempenho chinês vem afetando os demais países exportadores no cenário mundial. Isso se deve à competitividade de seus produtos, que obtiveram uma considerável melhora na qualidade, embora mantendo os preços baixos.

3.1 A INDÚSTRIA CERÂMICA NO BRASIL

Ao contrário do que muito se tem dito a tradição ceramista não chegou ao Brasil com os portugueses ou veio na bagagem cultural dos escravos. Não se pode ignorar a cultura do indígena já existente no trabalho com o barro. Estudos arqueológicos indicam

que no Brasil a presença da cerâmica mais simples se deu na Ilha de Marajó por volta de 5.000 anos atrás.⁷⁴

A cerâmica marajoara era altamente elaborada e de uma especialização artesanal que compreendia várias técnicas: raspagem, incisão, excisão e pintura. A modelagem era tipicamente antropomorfa, embora ocorressem exemplares de cobras e lagartos em relevo. De outros objetos de cerâmica, destacavam-se os bancos, estatuetas, rodela-de-fuso, tangas, colheres, adornos auriculares e labiais, apitos e vasos miniatura.

Mesmo operando com instrumentos rudimentares, os índios conseguiram criar uma cerâmica de valor, que dá a impressão de superação dos estágios primitivos da Idade da Pedra e do Bronze. (ANFACER, História da cerâmica. Disponível em: www.anfacer.org.br Acessado em 19 de outubro de 2008).

O processo indígena rudimentar sofreu modificações com as “instalações de olarias nos colégios, engenhos e fazendas jesuítas, onde se produzia, além de tijolos e telhas, também louça de barro para consumo diário.” (ANFACER, 2008). A introdução de uso do torno tornou-se um bom diferencial, fazendo com que o acabamento dos produtos se tornasse mais simétrico e menos tempo fosse dedicado na produção.

Há controvérsias com relação à nacionalidade dos primeiros revestimentos cerâmicos chegados ao Brasil. Os azulejos em estilo barroco começaram a ser trazidos de Lisboa. Eram painéis que retratavam paisagens, cenas bíblicas e o cotidiano da metrópole; serviam apenas de material decorativo.⁷⁵ O estilo luso foi adotado com grande evidência durante o processo de colonização do Brasil.

As primeiras utilizações conhecidas do azulejo em Portugal, como revestimento monumental das paredes, foram realizadas com azulejos importados de Sevilha

⁷⁴ (ANFACER, História da cerâmica. Disponível em: www.anfacer.org.br Acessado em 19 de outubro de 2008)

⁷⁵ (ANFACER, História da cerâmica. Disponível em: www.anfacer.org.br Acessado em 19 de outubro de 2008)

em 1503, tornando-se uma das mais expressivas artes ornamentais, assumindo grande relevo na arquitetura.

Portugal, apesar de não ser grande produtor de revestimentos cerâmicos, foi o país europeu que, a partir do século XVI, mais utilizou o revestimento cerâmico em seus prédios. Esse gosto pela cerâmica inicia-se a partir de suas navegações iniciadas no século XV quando entra em contato com outras civilizações, fundindo as suas manifestações artísticas com vários desses países, como as de origem mulçumana, herdeira das tradições orientais, assírias, persas, egípcias e chinesas. A admiração pela cerâmica de revestimentos ganha dimensões de arte verdadeiramente nacional, capaz de identificar a sensibilidade e peculiaridade de sua gente e país.

Já no século XV são encontrados Palácios Reais revestidos, em seu interior, com azulejos. Mas é a partir do século XVI, com uma produção regular de revestimento cerâmico no país, que seu uso se torna freqüente em igrejas, conventos e em Palácios Nobres da alta burguesia. O uso, em sua maioria, se restringia aos interiores, em forma de tapetes, ou apenas como material ornamental. Quando utilizado exteriormente, limitava-se ao revestimento de pináculos e cúpulas das igrejas, devido o seu alto custo. (ANFACER, História da cerâmica. Disponível em: www.anfacer.org.br Acessado em 19 de outubro de 2008).

O Primeiro Ministro de Portugal, Marquês de Pombal, no século XVIII, implanta o projeto de industrialização manufatureira, criando a Fábrica de Loiça do Rato, que simplificava os padrões dos azulejos existentes, aumentando a produção, diminuindo o custo, tornando o produto mais acessível⁷⁶. Os azulejos não eram só usados em ambientes externos como decoração, mas também agora em ambientes internos como paredes de banheiros, cozinha, salas de almoço e em pisos.

Desta forma a utilização do azulejo tornou-se mais frequente “no Brasil, já independente, revelando-se um excelente revestimento para nosso clima. Casas e sobrados de muitas cidades brasileiras apresentam o colorido alegre e inalterável que, há mais de cem anos, o azulejo lhes dá” (ANFACER, 2008).

No Brasil, a indústria de revestimentos cerâmicos foi originada das antigas olarias, fábricas de tijolos, blocos e telhas conhecidas como a cerâmica vermelha.

⁷⁶ ANFACER, História da cerâmica. Disponível em: www.anfacer.org.br Acessado em 19 de outubro de 2008)

Essas olarias, no início do século XX, “começaram a produzir ladrilhos hidráulicos e, mais tarde, azulejos, pastilhas cerâmicas de vidro”.⁷⁷

Assim como é característica do setor de revestimentos cerâmicos mundial, no Brasil a produção também é concentrada em algumas regiões. A região de Criciúma, em Santa Catarina, que tem reconhecimento como pólo internacional, concentra as maiores empresas brasileiras. Nessa região as empresas produzem com tecnologia via úmida e competem por design e marca, em faixas de preços mais altas

No estado de São Paulo, estão localizados os polos: Mogi Guaçu e Santa Gertrudes. Embora não configure como sendo um polo, a região metropolitana de São Paulo conta com algumas indústrias cerâmicas. “As empresas da capital e Mogi Guaçu produzem com tecnologia via úmida, enquanto em Santa Gertrudes a tecnologia utilizada pela maioria das empresas é via seca” (ANFACER, 2008).

Um dos fatores que juntamente com a importância da presença de matéria-prima poderiam justificar a concentração de indústrias cerâmicas nos estados de Santa Catarina e São Paulo seria a “proximidade dos maiores centros consumidores no país, que são as regiões sudeste e sul”.⁷⁸

A aposta para um futuro próximo é que a região do nordeste brasileiro torne-se um importante polo do segmento. Isso “devido às condições favoráveis de existência de matéria prima, energia viável e um mercado consumidor em desenvolvimento, além de boa localização geográfica para exportação” (ANFACER, 2008). Muitas indústrias catarinenses já possuem unidades instaladas nessa região, isso demonstra a

⁷⁷ FABRE (1999), p. 89 e FONTANELLA (2001), p. 31.

⁷⁸ (NOGUEIRA et al, 2001:89).

credibilidade das vantagens locacionais e a visão avançada do empresariado catarinense.

Deste modo, o Brasil representa um dos grandes centros mundiais de revestimento cerâmico. O país é o segundo maior produtor e consumidor mundial de pisos e azulejos, quarto maior exportador “e segundo maior exportador para o mercado norte-americano, que é o maior importador do mundo” (ANFACER, 2008).

A indústria brasileira possui uma capacidade instalada de 698 milhões de m², devendo atingir, em 2008, 726 milhões de m². Em 2007, foram produzidos 637,1 milhões de m² e vendidos 636,8 milhões de m² (mercado interno mais exportações). As vendas totais tiveram crescimento de 10% no ano. (ANFACER, História da cerâmica. Disponível em: www.anfacer.org.br Acessado em 19 de outubro de 2008).

Hoje o setor de revestimentos cerâmicos brasileiro representa um setor composto por 94 empresas, que operam 117 plantas industriais, em 17 estados. Esse parque fabril emprega 23 mil pessoas com a produção de 673,1 milhões de metros quadrados⁷⁹. Sua produção vem aumentando constantemente desde 1999 (Gráfico 1).

⁷⁹ ANFACER, Brasil. Disponível em: www.anfacer.org.br Acessado em 19 de outubro de 2008)

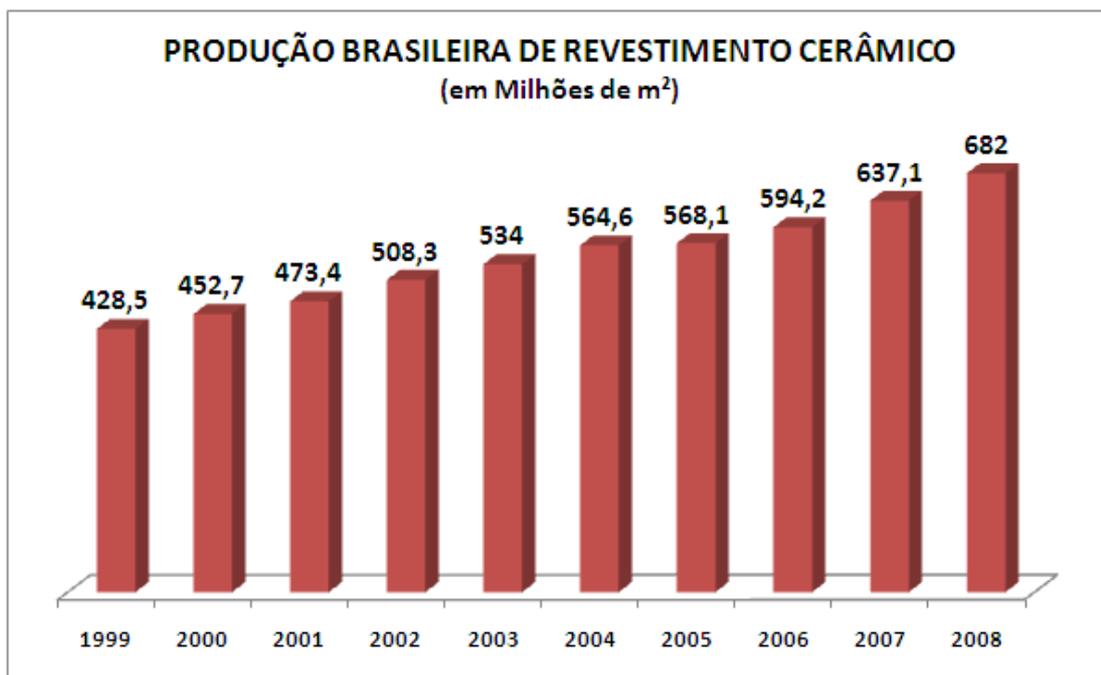


Gráfico 1: Produção Brasileira de Revestimento Cerâmico. Dados obtidos ANFACER 2008.
* O Ano de 2008 apresenta uma estimativa de cálculo. (Elaboração: Keity Kristiny Vieira Isoppo)

As vendas de revestimentos cerâmicos no mercado interno obtiveram oscilações durante o período de 1999 a 2008, possuindo quedas nos anos 2003 e 2005 (Gráfico 2). “Em 2007, foram produzidos 637,1 milhões de m² e vendidos 636,8 milhões de m² (mercado interno mais exportações). As vendas totais tiveram crescimento de 10% no ano” (ANFACER, 2008).

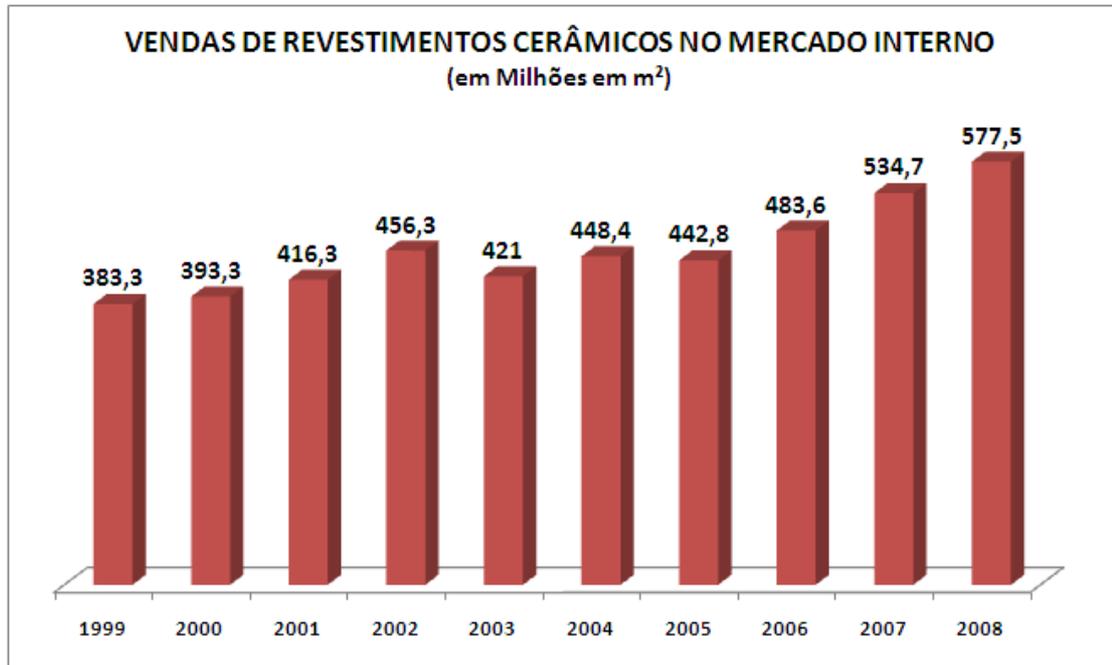


Gráfico 2: Vendas de revestimentos Cerâmicos no Mercado Interno. Dados obtidos ANFACER 2008.

* O Ano de 2008 apresenta uma estimativa de cálculo. (Elaboração: Keity Kristiny Vieira Isoppo)

Hoje devido as variadas técnicas de fabricação existem vários tipos de produtos no setor de revestimentos cerâmicos no Brasil. O Gráfico 3 apresenta um comparativo com estes tipos de produtos. O piso utilizado para o revestimento do chão de casas e calçadas é o produto com a maior produção. O segundo mais produzido, são os revestimentos de parede, os azulejos como eram conhecidos. O porcelanato muito utilizado para revestir o chão de salas e cozinhas fica com a terceira posição, seguido pelos revestimentos de fachadas. Estes são conhecidos como pequenas pastilhas que são utilizadas nas fachadas de casas e edifícios.

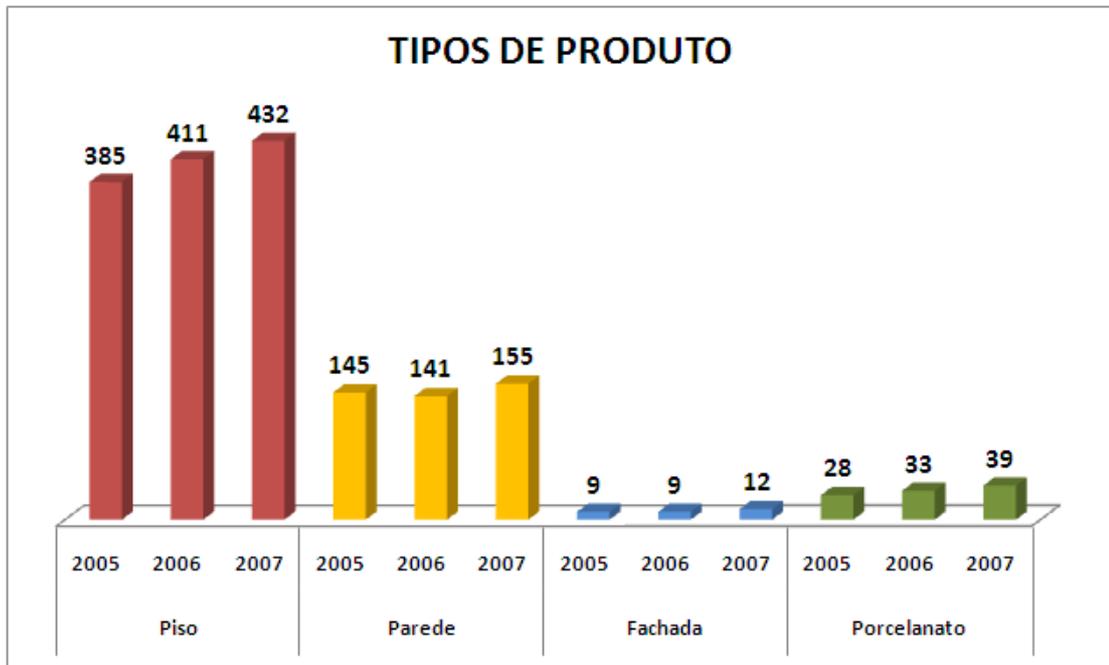


Gráfico 3: Tipos de Produtos. Dados obtidos ANFACER 2008.
 * Dados em Milhões de m². (Elaboração: Keity Kristiny Vieira Isoppo)

3.1.1 Relações entre o setor cerâmico catarinense e o paulista

O setor de revestimentos cerâmicos do Sul Catarinense abrange os municípios de Criciúma, Cocal do Sul, Içara, Imbituba, Morro da Fumaça, Tubarão e Urussanga. Hoje as principais empresas do setor cerâmico quanto à tecnologia, faturamento e produção em Santa Catarina são: a Cecrisa de Criciúma, a Eliane de Cocal do Sul e a Portobello de Tijucas; essas empresas são as principais exportadoras de revestimentos cerâmicos no Brasil. Sendo assim, Santa Catarina (mais precisamente a região de Criciúma) destaca-se como um importante polo cerâmico brasileiro ao lado do polo paulista das regiões de Santa Gertrudes, Rio Claro e Mogi Guaçu.

Os polos de “Santa Catarina e de Mogi-Guaçu, São Paulo, foram criados em uma fase de substituição de importações e suas expansões foram facilitadas pelo suporte financeiro do Banco Nacional de Desenvolvimento (BNDES)”.⁸⁰ O terceiro polo, localizado em Santa Gertrudes, São Paulo, possui uma trajetória completamente diferente. “Começou como uma operação setorial informal e cresceu produzindo revestimentos mais baratos para famílias de classe média e baixa”.⁸¹

Uma das diferenças entre os dois pólos é que as indústrias catarinenses em sua maioria produzem por via úmida e as paulistas da região de Santa Gertrudes produzem por via seca.

Em São Paulo a maioria das cerâmicas via seca surgiu da telha. Até porque o processo via seca é exclusivo do Brasil, nenhum outro país tem. É a maneira mais barata de produzir o piso e foi criada em São Paulo. (Informação Verbal. Entrevista realizada com Mateus Ricardo Pereira, filho do proprietário da Cejatel, em 09 de agosto de 2007)

No Brasil a maior parte da produção é realizada por cerâmicas via seca, cerca de 69%, quanto somente 31% é realizada por cerâmicas via úmida (Gráfico 4).

⁸⁰ Stamer-Meyer, et.all, 2001 apud INSTITUTO EVALDO LODI SANTA CATARINA (2005), p. 06.

⁸¹ Stamer-Meyer, et.all, 2001 apud INSTITUTO EVALDO LODI SANTA CATARINA (2005), p. 06.

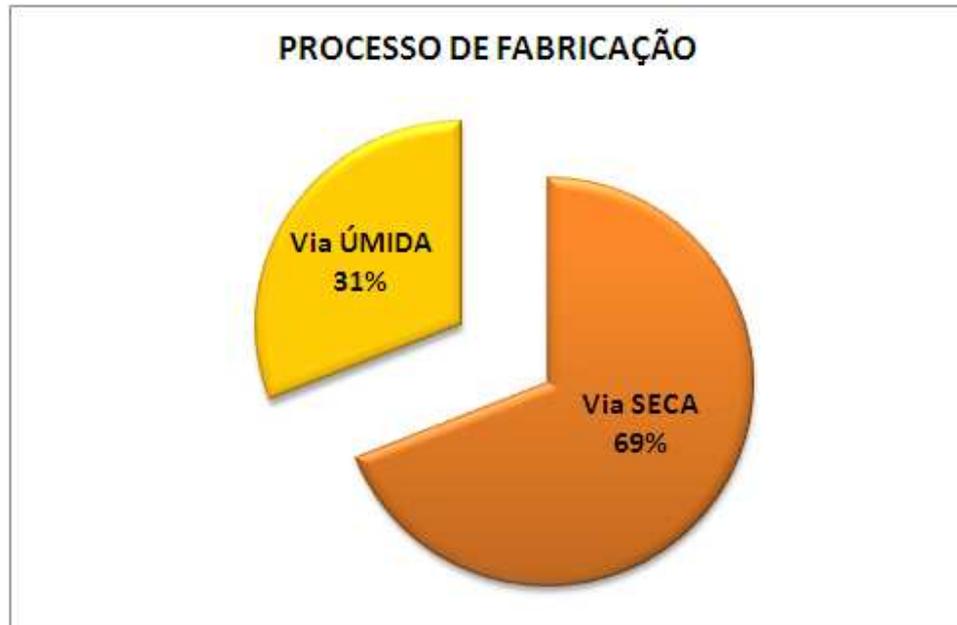


Gráfico 4: Processo de Fabricação. Dados obtidos ANFACER 2008.
(Elaboração: Keity Kristiny Vieira Isoppo)

Essa diferença no processo produtivo influencia a qualidade dos produtos, segundo Rogério Gustavo Arns Sampaio⁸² (2005): “a via úmida permite uma qualidade do corpo cerâmico muito melhor, muito mais constante e muito mais estável que a via seca permite”. Porque a via seca trabalha com um número limitado de matérias-primas, não tendo uma mistura homogênea, algumas matérias-primas ficam concentradas mais em uma região do que em outra. “A diferença que na via úmida, a água é um veículo que faz com que as partículas consigam se mover e misturar-se perfeitamente”. Ele destaca que, além do processo produtivo, as empresas do sul catarinense possuem um posicionamento estratégico com produtos diferenciados a preços maiores, enquanto normalmente as empresas de São Paulo estão posicionadas mais como capacitação de produção a baixo custo e vendem a preços baixos.

⁸² Entrevista realizada com atual presidente da Cecrisa Revestimentos Cerâmicos, Rogério Augusto Arns Sampaio em agosto de 2005. In: ISOPPO, 2005.

3.2 A INDÚSTRIA CERÂMICA DA REGIÃO DE CRICIÚMA

A cerâmica de revestimento constitui-se num segmento da indústria de transformação, inserida no ramo de minerais não-metálicos, tendo como atividade a produção de uma variedade de produtos destinados ao revestimento de pisos e paredes.⁸³ Em Santa Catarina, a indústria cerâmica de revestimento (pisos e azulejos), cuja posição de destaque no cenário mundial vem ganhando relevância face ao elevado padrão de qualidade alcançando por seus produtos, é de origem relativamente recente.

Para entender a importância da indústria de revestimentos cerâmicos no Estado de Santa Catarina, é necessário resgatar a importância da argila como recurso mineral que se configurou como fator fundamental no surgimento e na expansão desse ramo industrial.

3.2.1 A presença de argila na região

A presença da argila⁸⁴ no solo da região Sul Catarinense é encontrada na camada Barro Branco, uma faixa de argila no meio dos depósitos de carvão.⁸⁵ Essa é uma das mais importantes camadas de carvão da bacia carbonífera sul catarinense. Isto se deve à

sua ampla e persistente distribuição geográfica e da qualidade de seu carvão, o único atualmente explorado no Brasil com propriedades coqueificantes, permitindo seu uso na indústria siderúrgica nacional. Distribui-se por uma

⁸³ (FONTANELLA, 2001).

⁸⁴ Produto usado na cerâmica vermelha, na indústria de azulejos, louça e de isoladores, é encontrada em muitas regiões do Estado de Santa Catarina e tem reservas expressivas, montando a 37.000.000 toneladas. (SANTA CATARINA, 1986: 30)

⁸⁵ O carvão é constituído por material mineral, sendo as mais comuns, os minerais de argila, carbonatos, sulfetos e quartzo. (Id Ibidem: 12).

superfície de aproximadamente 2.00km², sendo constituída por uma alternância de leitos de carvão e de material estéril (siltitos e folhelhos), em proporções aproximadamente equivalentes. A espessura do carvão contido na camada está em torno de 1,00m, chegando a 1,60m ao longo do eixo da bacia. A camada total tem em média cerca de 2,00m de espessura. Nas bordas da bacia a espessura diminui bastante, tonando-se muitas vezes antieconômica. A distribuição relativa dos leitos de carvão e intercalações de siltitos e folhelhos mostra uma razoável uniformidade, podendo deste modo dividir a camada Barro Branco do topo para a base em forro, quadração, coringa, silito barro branco e banco. (SANTA CATARINA, 1986: 18)

Desta forma, a argila constitui uma parte do rejeito do carvão, servindo de base para o surgimento de um setor econômico que mais tarde também se tornaria uma nova atividade impulsionadora da região.

No estado de Santa Catarina, são explorados “os depósitos de argilas das planícies aluviais, bem como depósitos argilosos resultantes da alteração pelo intemperismo de siltitos e tufos do Grupo Campo Alegre e da alteração de certas litologias correspondentes aos complexos Luís Alves e Canguçu”.⁸⁶

Com o surgimento de novas cerâmicas também surgiu a necessidade de novas jazidas com qualidade superior.

Alírio Gercino Costa, ex-telegrafista da Estrada de Ferro Dona Teresa Cristina, [...] mais conhecido por Santos Costa [...] tornou-se o maior pesquisador desses recursos, principalmente de argila, inicialmente usando trados manuais e, após, mecânicos. Constatou-se que as maiores e melhores reservas de argila encontravam-se em Içara. (CAMPOS, 2001: 246)

As novas pesquisas comprovaram a existência de argila⁸⁷, caulim⁸⁸, feldspato e quartzo, melhorando a qualidade das cerâmicas produzidas na região. Santa Catarina possui “em seu território a terceira maior reserva de argila do país (11,95%) e quartzo

⁸⁶ SANTA CATARINA (1986), p. 30.

⁸⁷ Esse material através de processos gravitacionais pode ser usado na produção de Cerâmica Vermelha (construção: telhas e tijolos) e de revestimento (pisos e azulejos). SANTA CATARINA, 1990: 48

⁸⁸ Os “depósitos caulínicos” resultam da intemperização de tratos rochosos pertencentes a diferentes unidades litoestratigráficas ou, então de processos sedimentológicos. (Id Ibidem: 31)

(18,03%) e a quinta de caulim (3,32%), matérias-primas básicas para a produção de revestimentos cerâmicos” (DIÁRIO CATARINENSE apud FONTANELLA, 2001).⁸⁹

A maior parte das argilas consumidas pelas indústrias cerâmicas da região de Criciúma é fornecida “pelo próprio estado, enquanto que o caulim apresenta um fornecimento igualmente dividido entre Santa Catarina e o Rio Grande do Sul”.⁹⁰

“A existência de argilas na região, a experiência técnica acumulada e a garantia de mercado lucrativo de azulejos levou os capitais locais, nos últimos vinte anos (pós 1965)⁹¹, a se dirigirem à produção de azulejos”.⁹²

Todavia, é importante ressaltar que atualmente a maior parte das argilas e minerais utilizados na fabricação dos revestimentos cerâmicos vem do nordeste e de outras regiões do Brasil.

3.3 ASPECTOS HISTÓRICOS DO SETOR CERÂMICO CATARINENSE

A primeira indústria cerâmica criada em Santa Catarina foi fundada em Imbituba por Henrique Lage em 1919; “juntamente com um técnico italiano, mais tarde foi vendida a João Rinza, um empresário local”⁹³. Com a morte de seu fundador em 1941, a empresa quase foi à falência, mas alguns anos mais tarde, João Rinza adquire a empresa e renova suas instalações com aquisição de equipamentos alemães e italianos. Ela chama-se Indústria Cerâmica Imbituba – ICISA. Esta Cerâmica foi criada

⁸⁹ A importância da cerâmica em SC. Informe especial. Florianópolis, ago/1996

⁹⁰ FONTANELLA (2001), p. 32.

⁹¹ K.K.V.I.

⁹² MAMIGONIAM (1986), p. 105.

com a intenção de produzir louças “para abastecer os seus próprios navios que faziam a linha Rio-Imbituba-Porto Alegre. [...] Em 1925, a cerâmica para de produzir louças e começa a fabricar azulejos” (GOULARTI FILHO, 2002: 156). Durante algum tempo, essa indústria serviu de referência para as indústrias que estavam surgindo na região de Criciúma.

“Uma sociedade formada por famílias tradicionais da cidade de Criciúma, com experiências comerciais ou industriais, funda em outubro de 1947 a Cerâmica Santa Catarina Ltda. – CESACA” (Figura 2).⁹⁴



Figura 2: Vista aérea da cidade de Criciúma, no detalhe a cerâmica Cesaca.
Fonte: ARQUIVO CECRISA

⁹³ (GOULARTI FILHO, 1995).

⁹⁴ SERRALHEIRO (2004), p. 68.

É a segunda no Estado e a primeira cerâmica a ser fundada em Criciúma, “tendo como sócios, o minerador de carvão Jorge Cechinel, o médico José Balsini, Maximiliano Gaidzinsk e outros. Assim como em Imbituba, usava fornos redondos, com a queima a lenha” (CAMPOS, 2001: 246). Inicialmente, assim como a ICISA, produzia apenas louças.⁹⁵ Nos anos 50, passa a produzir também azulejos. Goularti (2002) conta que a maioria dos sócios era de famílias de Criciúma, com exceção de Alfredo Del Prior.

O Seu Alfredo Del Prior era um italiano que inicialmente veio para a Klabin no Rio de Janeiro. Depois disso ele veio para Imbituba junto com o Catão e o Rinza, convidado para fazer a Icisa. Então ele foi convidado por alguns empresários aqui do sul do estado, para fazer a Cerâmica Cesaca, que passou a produzir os azulejos Del Priori. Daí foi lá para Cocal do Sul. (SERRALHEIRO, 2004, p. 718)

O conhecimento técnico de Alfredo Del Priori foi de fundamental importância para o nascimento e o fortalecimento de muitas cerâmicas da região. Era considerado por muitos como o pioneiro da cerâmica, profissional extremamente técnico, trabalhou na ICISA, CESACA, Cerâmica Cocal e Eliane. “Por ser italiano ele tinha acesso à tecnologia e à informação da Itália, que permitia um diferencial na produção de azulejos” (SERRALHEIRO, 2004: 718).

Posteriormente foi criada a Cerâmica Urussanga S.A. – Ceusa em 1953, uma sociedade formada por “vários pequenos proprietários da comunidade de Urussanga que compraram uma antiga olaria” (GOULARTI FILHO, 2002: 157) que passou a produzir pisos sextavados de base vermelha.

Logo depois, foi criada em 1954 na localidade de Cocal, ainda pertencente ao município de Urussanga, a Cerâmica Cocal Indústria e Comércio Ltda. “A empresa foi constituída a partir de uma cooperativa formada por 215 sócios” (GOULARTI FILHO,

⁹⁵ (SERRALHEIRO, 2004)

2002: 157), entre eles Maximiliano Gaidzinski, que em 1959 assumiu a direção da fábrica que vinha enfrentando dificuldades e a comprou, tempo depois. Com a reformulação da fábrica e a introdução de novas tecnologias, surgiria assim uma das maiores empresas de Santa Catarina, a Cerâmica Eliane.

Segundo Goularti Filho (2002), as condições necessárias para a consolidação e expansão do setor cerâmico catarinense estavam disponíveis, faltava apenas um “arranjo institucional financeiro”, que surgiria com a criação do BNH – Banco Nacional de Habitação e SFH – Sistema Financeiro de Habitação, que alavancaria a produção.

Os investimentos, cobertos com fundos privados, entraram a elevar-se, notadamente na construção residencial, liberando fundos públicos para outras aplicações. Estava criada a escola maternal do capitalismo financeiro brasileiro. Como sempre acontece, a crise trouxe uma redistribuição das atividades econômica, suscitando um novo setor público ao lado de um novo setor privado. A construção residencial, tão importante, num país que expandia sua população urbana a ritmos tão galopantes, teve reforçadas ou criadas suas próprias bases financeiras, por certo sob a supervisão do Estado, via Sistema Nacional de Habitação e Banco Nacional de Habitação (SNH e BNH, respectivamente), mas movendo fundos privados em escala sem precedentes. Com recursos antes comprometidos com ampliações no próprio setor público, o Estado empreendeu, noutras áreas, um gigantesco esforço de formação de capital – notadamente no campo da indústria pesada, da energética, dos serviços urbanos, dos transportes pesados rodoferroviários, etc. (RANGEL, 1985: 46)

Na década de 60, foram criadas a Cecrisa – Cerâmica Criciúma S.A. (1966) e a Incocesa – Indústria e Comércio de Cerâmica S.A. (1969), a primeira situada em Criciúma e a segunda em Tubarão.

Quanto à origem da indústria cerâmica na região de Criciúma, considera-se que o tipo de imigração contribuiu para a ocorrência de pequena produção mercantil, fato importante que possibilitou acumulação e ascensão de alguns em detrimento de outros. Segundo Goularti Filho (2002), como os outros setores da economia catarinense, o cerâmico também teve origem na pequena propriedade agrícola. E tal modelo de

acumulação pulverizada perdurou até a década de 60 (ver Tabela 5). Contudo salienta-se, mais uma vez, a existência de dois períodos de diferenciação social distintos, o primeiro ligado à agricultura e o outro ao carvão (ambos já mencionados no capítulo anterior), que serviram como base para a acumulação e enriquecimento dos capitais locais. Desta forma, discorda-se de FONTANELLA que em seu estudo menciona que a origem da indústria cerâmica de revestimento em Santa Catarina “foi implantada na Região Sul do Estado no final da década de 40”, apenas “como resultado da diversificação econômica buscada a partir da atividade mineradora”.⁹⁶

Tabela 5: Indústrias Cerâmicas fundadas até a década de 60

Ano	Indústria	Município
1919	Indústria Cerâmica Henrique Lage	Imbituba
1947	Cerâmica Cesaca	Criciúma
1953	Cerâmica Ceusa	Urussanga
1954	Cerâmica Cocal*	Cocal do Sul
1966	Cecrisa Revestimentos Cerâmicos	Criciúma
1969	Incocesa	Tubarão

Fonte: GOULARTI, 2002. (Elaboração: Keity Kristiny Vieira Isoppo)

* Futura Eliane.

⁹⁶ FONTANELLA (2001), p. 32.

Os anos 70 foram de grande expansão para o setor cerâmico da região de Criciúma, marcado pelo surgimento de novas empresas (Tabela 6):

Surgiram a cerâmica Napolini (atual Moliza), a Inpisa (Indústria de Piso S.A.), a Incopiso (Indústria e Comércio de Piso S.A.), a Incede (Indústria de Cerâmicos e Decorados) e a Cerâmica Sartor. [...] Na segunda metade da década foram fundadas a Cemaco (Cerâmica Mineral de Construção, atual Vectra), a Recel (Revestimento Cerâmico Ltda., atual Cooperceram), a Cerâmica Solar, A Ceramisa (Cerâmica Minérios S.A., que passou a denominar-se Cerâmica Veneza em 1985, atual Pisoforte) a Refraza (Refratários Zandavalle, que depois transforma-se na Pisos Tubarão, atual Itagres). [...] Fora deste pólo, surgiram apenas a Cerâmica Portobello, em Tijucas, e a Celma Indústria de Pisos Refratários (atual Casagrande) em Mafra. (GOULARTI FILHO, 2002: 237)

É nessa década que esse setor industrial ganha fôlego, com consideráveis investimentos estatais em tecnologia e, ainda nesse período, passa a realizar uma espécie de intercâmbio com outros países produtores, principalmente a Itália, que continua sendo o principal produtor mundial.

Santos Costa, um importante pesquisador, construiu a sua cerâmica na localidade de Içara, [...] conhecida como Cerâmica Vectra, pertence ao seu genro Ademir Lemos. (CAMPOS, 2001) Essa cerâmica entrou em falência no ano de 2005. Um grupo de sessenta funcionários que, naquele momento, foram dispensados de suas atividades formaram uma cooperativa denominada Coopervetra. Passaram primeiramente a vender a massa atomizada que vinham fabricando, uma alternativa encontrada pelos trabalhadores para não saírem do mercado. Mediante uma parceria com a empresa Sul Brasil Mosaicos, começaram a produzir listelos cerâmicos como terceirizados dessa empresa.⁹⁷

⁹⁷ Listelos são faixas decorativas utilizadas entre os azulejos.

Tabela 6: Indústrias Cerâmicas fundadas nos anos 70

Ano	Indústria	Município
1971	Moliza Revestimentos Cerâmicos	Morro da Fumaça
1975	Itagres Revestimentos Cerâmicos	Criciúma
1975	Casagrande Pisos Cerâmicos	Mafra
1979	Vectra Revestimentos Cerâmicos	Içara
1979	Cerâmica Portobello	Tijucas

Fonte: Sítio oficial da empresas listadas. (Elaboração: Keity Kristiny Vieira Isoppo)

Nos anos 80, foram criadas as Cerâmicas Metropol, De Lucca Revestimentos Cerâmicos (fundada por ex-funcionário da Cecrisa) e a Cerâmica Gabriella.⁹⁸

O setor cerâmico esteve “até meados da década de 80, na segunda posição, atrás do Setor Carbonífero no que diz respeito à quantidade de mão-de-obra. Por dois a três anos, aproximadamente, assumiu a posição de maior empregador de mão-de-obra” (SANTOS 1997: 75). (Tabela 7)

Tabela 7: Indústrias Cerâmicas fundadas nos anos 80

Ano	Indústria	Município
1981	Angelgres Revestimentos Cerâmicos	Araranguá
1986	Eldorado – Unidade 05*	Criciúma
1986	Portinari – Unidade 06*	Criciúma
1986	Cerâmica Artística Giseli	Içara
1987	De Lucca Revestimentos Cerâmicos	Criciúma
1989	Pisoforte	Criciúma

Fonte: Sítio oficial da empresas listadas. (Elaboração: Keity Kristiny Vieira Isoppo)

*Unidades Industriais pertencentes ao Grupo Cecrisa

As iniciativas locais contaram com uma série de fatores favoráveis:

a) a disponibilidade de argilas e caulim (barro branco) na região (Formação Geológica Palermo), geralmente obtidos por jazidas próprias; b) disponibilidade de energia elétrica (usina Jorge Lacerda); proximidade a importantes eixos de comunicação (BR 101, estrada de ferro, porto de Imbituba); e c) mão-de-obra abundante na região e na maior parte “familiarizadas com o trabalho cerâmico” (presença de inúmeras pequenas cerâmicas/olarias). (ROCHA, 2004: 110)

A crescente industrialização, juntamente com a urbanização brasileira, reforçada ainda mais pelos incentivos “governamentais, tendo em vista a política econômica de alavancamento da indústria da construção civil pós-64, através da fundação do BNH e Sistema Financeiro de Habitação (SFH) e da abertura de créditos específicos, através do BRDE e do BADESC”⁹⁹, possibilitou o aumento do mercado consumidor nacional.

⁹⁸ GOULARTI (2002), p. 137.

⁹⁹ ROCHA (2004), p. 110.

Goularti (2002) menciona também a importância dos investimentos estatais no desenvolvimento do setor cerâmico “quanto ao financiamento estadual.

A demanda no setor cerâmico era muito grande no início dos anos 80. Isso fez com que as empresas existentes tivessem a necessidade de ampliar sua produção. A busca pela liderança no setor fez com que as principais concorrentes Eliane e Cecrisa realizassem várias aquisições pelo território brasileiro. Iniciou-se um período de novas aquisições das empresas do Sul Catarinense, tanto no âmbito local como nacional. Surgiram, nessa época, novas cerâmicas impulsionadas pela grande demanda existente e a certeza de um negócio lucrativo.

O grupo Eliane, por exemplo, comprou a Inpisa, em 1975; a Incopiso, em 1978; a Ornato S.A. em Serra (ES), em 1993; a Palmas em Várzea da Palma (MG), em 1984; e a Florâmica em Londrina (PR), em 1989. Em 1997, a Eliane comprou a Iasa, em Salvador; e a Céramus, em Camaçari (BA). O Grupo Cecrisa também realizou uma série de aquisições, tais como a compra da Incocesa (Tubarão - 1974), da Cesaca (Criciúma – 1978), da Eldorado (Criciúma – 1986), da Cemisa (Santa Luzia – 1987), da Klace (Rio de Janeiro – 1987), da Brilho (São Paulo – 1987) e as construções da Cemina em 1978 em Anápolis, no estado de Goiás, e da Portinari em Criciúma (1987)¹⁰⁰.

Anos mais tarde, o mercado nacional entrou em um processo de saturação devido “a super-população de empresas e a alta concentração da indústria de revestimentos”.¹⁰¹

¹⁰⁰ Dados obtidos em: www.cecrisa.com.br e www.eliane.com.br.

¹⁰¹ SERRALHEIRO (2004), p. 100.

3.3.1 A crise do final dos anos 80 e início dos anos 90

É importante apresentar as especificidades da reestruturação por que passou a indústria cerâmica catarinense nos anos 80 e 90, período em que essa indústria veio adquirindo forças para manter-se em boas condições de competitividade depois de passar por uma das maiores crises entre 1982 e 1985, com a construção civil praticamente desativada. Excetuando-se a construção de unidades habitacionais de alto luxo, em pequeno número, e unidades habitacionais do tipo COHAB, sem a utilização dos acabamentos fabricados pelo segmento, esse setor foi sustentado basicamente pelo mercado de reformas e pelas exportações.¹⁰²

Praticamente, todas as cerâmicas da região, nos anos de 1990, sofreram um processo de profissionalização administrativa para enfrentar a crise de maneira mais estruturada. Passaram então a contratar pessoas especializadas para ocupar as gerências; antes dessa reestruturação, as empresas eram administradas pela família do fundador. Na Cecrisa, por exemplo, em 1990, Manoel Dilor de Freitas, proprietário dessa cerâmica, conduziu o processo de profissionalização da empresa, passando a família a integrar somente o Conselho de Administração. Apesar de terem passado por um processo de profissionalização, quase todas as cerâmicas da região ainda continuam sob controle de uma única família ou grupo.

Devido à crise no setor produtivo e ascensão do setor financeiro em nosso país, algumas cerâmicas de Criciúma estão interessadas na atividade monetária e já abriram

¹⁰² Dados obtidos através de entrevista com o presidente da Cecrisa Rogério Arns Sampaio, em agosto de 2005. In: ISOPPO, 2005

seus bancos a fim de realizar pagamentos e empréstimos aos funcionários, além de fazer investimentos. Isso já vem demonstrar a intenção de expandir suas atividades em um setor que está com alta lucratividade em nosso país, uma vez que o setor produtivo não está tão bem. Um exemplo disto é a Cecrisacred, inaugurada pelo grupo Cecrisa em 1999.

3.4 GÊNESE DAS PRINCIPAIS INDÚSTRIAS CERÂMICAS DA REGIÃO DE CRICIÚMA

Cada indústria cerâmica possui uma história em particular. A trajetória de cada fundador bem como a evolução administrativa e tecnológica de cada empresa identifica a gênese de cada uma. Após conhecer as origens das indústrias cerâmicas da região de Criciúma, será possível mencionar se esse setor industrial está relacionado à pequena produção mercantil existente na formação socioespacial na região, e também como se dá a influência do setor carbonífero nesse setor. Será possível identificar se o setor cerâmico é apenas um desdobramento do carvão, ou o carvão funcionou apenas como atividade motriz.

Pretende-se verificar as gêneses de todas as indústrias cerâmicas da região. Embora seja um número expressivo, o presente trabalho conta com um recorte geográfico bem definido: a microrregião de Criciúma.

3.4.1 Cerâmica Cejatel

A origem da Cerâmica Cejatel está baseada no setor de cerâmica vermelha, ou seja, na produção de telhas e tijolos. Assim como Morro da Fumaça e Sangão, Jaguaruna também possui muitas cerâmicas e olarias, tendo em vista o solo da região ser constituído por argilas de boa qualidade para produção desses produtos.

Constituída por José Hercílio Pereira e seus três filhos, a Cejatel iniciou com a produção de telhas e tijolos, aproveitando-se da argila existente no quintal da fábrica. A produção era totalmente artesanal, um trabalho que requeria dedicação intensa devido ao tempo de queima da telha. A venda era direta e o mercado dos produtos era regional. Antes da dedicação à cerâmica, a família retirava seu sustento da agricultura.

Arlito da Silva Pereira, que trabalhou desde jovem (16 anos) com seu pai, herdou o negócio da família de mais de 10 anos, e fez a produção passar de vinte mil telhas para um milhão e meio. O produto inicial foi a produção de telhas brancas, mais tarde passaram a produzir telhas vermelhas e lajotas. Na década de 1995, houve um grande aumento na demanda por telhas, isso fez com que houvesse um crescimento significativo na produção. A partir de então, os negócios da Cejatel foram prosperando.

Com a finalidade de adquirir reservas de matéria prima, foi adquirida uma fazenda de plantação de arroz. “A mesma argila que é utilizada na fabricação de telha branca é a mesma argila do arroz. Então a gente tem uma reserva grande de argila, que dificilmente vai ser usada. Por enquanto, está tudo requerido para arroz”.¹⁰³

Além da diversificação dos negócios com a plantação de arroz, a Cejatel passou para o ramo de revestimentos cerâmicos com aquisição da fábrica situada em

¹⁰³ Entrevista realizada com filho do proprietário da Cejatel.

Jaguaruna. Essa fábrica foi adquirida com recursos próprios em leilão e já possui cerca de 20 anos com produção de pisos. Ela já foi chamada de “Mártin, já foi Riber”.¹⁰⁴

Surgiu oportunidade de comprar aqui, na época a gente não comprou com a intenção de fazer piso. Compramos pelo terreno e pela localização, pelo próprio investimento. Tivemos a oportunidade de entrar no mercado de piso e agora estamos com a ampliação. (Informação Verbal. Entrevista realizada com Mateus Ricardo Pereira, filho do proprietário da Cejatel, em 09 de agosto de 2007)

Não foi identificado nenhum envolvimento dos proprietários dessa indústria com o setor carbonífero.

O contato com a produção de cerâmica de revestimento fez surgir um novo negócio, a produção de telhas com o mesmo processo de fabricação de pisos. O que muda é o formato da prensa, que em vês de produzir um objeto plano como piso produz o produto em formato de telha (Figura 3).



Figura 3: Fabricação de Telhas através do processo produtivo cerâmico.
Autora: Keity Kristiny Vieira Isoppo. (Agosto de 2007)

¹⁰⁴ Entrevista realizada com filho do proprietário da Cejatel.

3.4.2 Itagres revestimentos Cerâmicos

A origem da Itagres Revestimentos, localizada no município de Tubarão, nas margens da BR – 101, não está atrelada, em nenhum momento, ao setor carbonífero. Não foi identificado nenhum envolvimento dos sócios durante suas trajetórias em negócios com carvão. Como segue abaixo:

Em 1982, a empresa chamava-se Refraza. Era Refratários Santa Bárbara. Ela não produzia revestimentos cerâmicos, produzia refratários. Em 1983, foi adquirida por um grupo de três pessoas, na verdade, um sogro e dois genros. Essa empresa estava num momento em que precisava mudar de perfil, deixar de produzir refratários. Isso estimulou essas três pessoas a comprar a empresa. Foi quando, então, o senhor José Ghizoni, Túlio Zumblick e Humberto Ghizzo Bortoluzzi compraram a Refraza em setembro de 1983. A partir dessa data, a empresa passou a chamar-se Itagres Revestimentos Cerâmicos.

Motivados por diversos atributos como diversificar os negócios pela ascensão do ramo cerâmico no Brasil, o tamanho e localização do imóvel, as margens da BR-101, os sócios decidiram investir na compra dessa empresa. “São poucas empresas que podem ter um imóvel que tem 1.400 metros de frente para a BR-101. Eu acredito que na época talvez até o próprio imóvel tenha sido um atrativo forte” (Figura 4).¹⁰⁵

¹⁰⁵ Entrevista com o Diretor Geral da Itagres.



Figura 4: Itagres, localizada no município de Tubarão as margens da BR-101.
Autora: Keity Kristiny Vieira Isoppo. (Agosto de 2007)

A empresa foi ampliada e passou por uma mudança total de perfil de atividade, de produção, havendo investimento tecnológico. “Hoje ela tem 42,000 metros de área construída, e na época ela tinha alguma coisa em torno de 11.000 metros de área construída. Em suma, esta empresa hoje não tem absolutamente nada a ver com a empresa que a antecedeu”.¹⁰⁶

Anteriormente à cerâmica, José Ghizoni era empresário tradicional da região de Tubarão; possuía comércios, concessionárias da Mercedes Benz e também negócios na área de reflorestamentos. Ele e o genro, Túlio Zumblick, permaneceriam administrando as concessionárias e os demais negócios. Para administrar a cerâmica, convidou seu outro genro, Humberto Ghizzo Bortoluzzi, que era funcionário do Banco do Brasil há 11 anos. Largou a estabilidade da carreira pública para se dedicar a esse

¹⁰⁶ Entrevista com o Diretor Geral da Itagres.

empreendimento. Trabalhando com o sogro, ele passou a investir em compras de cotas, e passou a ser sócio da empresa.

São de origem italiana, Guizoni e Bortoluzzi, a terceira geração no Brasil. Eles possuem vínculos muito fortes, pois são originários de pequenas cidades de colonização italiana, do sul do Estado.

Humberto Ghizzo Bortoluzzi faleceu em 1999. Foi uma mudança rápida dentro dos negócios da família. Um pouco antes, também faleceu o sogro, restando apenas como sócio Túlio Zumblick. Os membros diretores das empresas estimularam a divisão de bens.

Todos os negócios foram divididos, em função de uma necessidade legal que era confecção do inventário do sogro que era o majoritário em todos os negócios. Ele tinha 34 % e os dois genros 33% cada um. Como houve praticamente duas mortes sucessivas de dois sócios num intervalo de tempo muito pequeno, estimulou em função do inventário, a separação de tudo. Então um ficou com as concessionárias, outro ficou com reflorestamento, outro ficou somente com imóveis. Já se fez uma partilha inclusive com a segunda geração, os sucessores, que acabaram sendo herdeiros. Para evitar que os negócios viessem a ter qualquer reflexo negativo aumentando substancialmente a quantidade de acionistas em função dos netos, resolveu-se dividir todos os negócios. (Informação Verbal. Entrevista com Jonh Victor Mueller, Diretor Geral da Itagres, em 5 de setembro de 2007)

Atualmente 100% do capital da Itagres é de Regina Guizoni Bortoluzzi, a viúva de Humberto Guizzo Bortoluzzi, e de dois filhos. São três sócios novamente, agora, mãe e dois filhos. Regina Guizoni Bortoluzzi possui 51% da empresa, os filhos Murilo Guizoni Bortoluzzi e Maurício Guizoni Bortoluzzi possuem 24,5% cada um.

3.4. 3 Pisoforte Revestimentos Cerâmicos

A cerâmica Pisoforte está situada na Rodovia Jorge Lacerda, no bairro Sangão, do município de Criciúma (Figura 5). Tem como origem o ano de 1989, quando Jolmar Galli resolveu comprar a massa falida de uma antiga cerâmica. A Cerâmica Veneza, como era chamada, pertencia à família De Lucca, do município de Içara¹⁰⁷, que por sua vez, já havia comprado a cerâmica da família Ronssoni. Na época, a empresa chamava-se Cerâmica Minério.



Figura 5: Pisoforte Revestimentos Cerâmicos localizada no bairro Sangão em Criciúma.
Fonte: Disponível em www.pisoforte.com.br

Jolmar Galli, antes de iniciar a Pisoforte, foi Diretor Industrial da Eliane. Ele começou na Eliane em 1960 e trabalhou ali cerca de trinta anos. Seu sonho sempre foi ter uma cerâmica. Aproveitou a oportunidade e comprou a antiga cerâmica. A Cerâmica Veneza S/A produzia pisos esmaltados no processo de bi-queima. “Ela produzia um outro tipo de produto com outros tipos de fornos. Nós demolimos tudo o que tinha dentro e começamos tudo de novo. Só ficaram os pavilhões, hoje tem dois a mais do que tinha na época”.¹⁰⁸ Com a razão social alterada para Pisoforte Revestimentos

¹⁰⁷ Essa família não é a mesma família que foi proprietária da De Lucca Revestimentos Cerâmicos.

¹⁰⁸ Entrevista realizada com Madelaine Gali, Gerente de Marketing e Desenvolvimento de Produto da Pisoforte e filha de um dos sócios majoritários.

Cerâmicos Ltda., nascia assim uma empresa já com 30 anos de experiência na produção de revestimento cerâmico.

“Em 1992, a PISOFORTE sofreu um processo de modernização, passando então a produzir revestimento pelo processo de monoqueima, numa quantidade anual de 1.030.000 m²”.¹⁰⁹ Enfrentou muitas dificuldades no desenvolvimento e constituição da empresa, principalmente na época do Plano Collor. Isso fez com que posteriormente em 1996 houvesse a necessidade de abrir sociedade. Hoje são quatro sócios, dois de Criciúma e dois de São Paulo. João Magali, fundador da Pisoforte, Renê Milaneze também de Criciúma, trabalhou durante 25 anos na Eliane. E os outros dois sócios são de São Paulo, Sérgio Magalhães e Acena, donos da Enaplic, fabricantes de fornos, equipamentos para cerâmica.

Eles foram por muito tempo representantes da SAQM, empresa italiana que é a maior produtora de equipamentos cerâmicos do mundo. Os sócios de São Paulo acompanham menos, através de relatórios. Um deles vem sempre a Criciúma uma vez por mês porque ele também é um apaixonado por cerâmica¹¹⁰. Todos se conheciam por causa da Eliane, eram muito amigos. Os quatro resolveram ser sócios e a sociedade continua até hoje. O majoritário é o João Magali e os três são sócios minoritários. Todos os quatro sócios vêm de cerâmica, então todos conhecem de cerâmica. (Entrevista realizada com Madelaine Gali, Gerente de Marketing e Desenvolvimento de Produto da Piso Forte e filha de um do sócio majoritário.)

Quatro representantes da segunda geração, os filhos dos sócios, trabalham na cerâmica. O sócio João Gali possui cinco filhas, três trabalham na empresa. Uma é gerente de marketing e desenvolvimento de produto, outra é gerente financeira e outra trabalha no departamento de contas a pagar. Outro sócio, Renê Milaneze, tem dois

¹⁰⁹ Dados obtidos em: <http://www.pisoforte.com.br>, acessado dia 20 de fevereiro de 2009.

¹¹⁰ Entrevista realizada com Madelaine Gali, Gerente de Marketing e Desenvolvimento de Produto da Piso Forte e filha de um sócio majoritário.

filhos, um rapaz e uma moça. O filho, engenheiro eletricista, também trabalha na Pisoforte, é o gerente de produção da fábrica. Quanto aos outros sócios, um tem quatro filhas e o outro tem duas filhas e um filho, e nenhum deles trabalha na empresa, pois moram em São Paulo.

Segundo Madelaine Gali, gerente de marketing e desenvolvimento de produto da Pisoforte, o grupo não diversificou seus negócios em nenhum outro setor, suas ações continuam concentradas no setor de revestimentos cerâmicos. Os sócios de São Paulo possuem outras empresas anteriores à cerâmica, mas estas não possuem nenhuma ligação com a Pisoforte. Em nenhum momento da trajetória dos sócios, exerceram atividades ligadas ao setor carbonífero. Contudo, a entrevistada relembra que a primeira família proprietária da então Cerâmica Minério possuía, sim, negócios atrelados ao carvão, mas salienta que esse capital não possui nenhum vínculo com a atual Pisoforte.

Em 2006 entrou em funcionamento a nova unidade fabril da Piso Forte, denominada de Firenze Revestimentos Cerâmicos (Figura 6), possui maquinários modernos é com alta capacidade produtiva. Com a construção desta nova unidade a Pisoforte, continua com seu objetivo de produzir produtos com preços competitivos voltados para a classe média, tendo em vista a possibilidade de ampliar sua produção com um número reduzido de trabalhadores. Desta forma, para esta nova fábrica também foi adotado o sistema de produção via seca assim como a matriz.



Figura 6: Firenze, nova unidade produtiva do grupo Pisoforte, situada em Criciúma.
Fonte: Disponível em www.pisoforte.com.br

3.4. 4 Angelgres Revestimentos Cerâmicos

A Angelgres Revestimentos Cerâmicos tem sua origem atrelada a uma indústria de lajotas glazuradas e a uma metalúrgica. Seu fundador Gerson Pasquale era dono da Metalúrgica Pajé localizada em Araranguá.

Antes de se tornar empresário Gerson Pasquale era político. Sua primeira empresa foi a Metalúrgica Pajé, com um pequeno torno e uma ferraria, iniciou as suas atividades em 13 de agosto de 1964, voltada para o conserto de peças de tratores e caminhões¹¹¹. Mais tarde passou a produzir fornos para farinha de mandioca, arados, grades e outros equipamentos agrícolas. Em 1980 transferiu-se para novas instalações

¹¹¹ Dados disponíveis em: www.indpage.com.br

e passou a fabricar equipamentos completos para armazenagem de grãos, transporte e beneficiamento.¹¹²

Motivado pela boa rentabilidade do setor e para acompanhar a tendência resolveu investir na cerâmica. Em 1981 empresa foi fundada em Araranguá mesmo e teve como seu primeiro nome Pajé Revestimentos Cerâmicos. Posteriormente separou e empresa em duas, uma de metalúrgica e outra de cerâmica, deixando para seus filhos Marconde Pasquale e a Ângela Pasquale.

Iniciou as atividades no setor cerâmico produzindo lajotas glasuradas, um tipo de revestimento com um preço bem mais baixo. O sistema de fabricação é bem arcaico, primeiramente a lajota é moldada só depois queimada. Lembra o processo de fabricação de tijolos. O mercado era regional, as vendas eram feitas para Santa Catarina, principalmente para Criciúma, Araranguá e Sombrio. A empresa também possuía representantes que vendiam para o estado do Rio Grande do Sul. Produziram lajotas até meados de 1992.

Com estouro na cerâmica, a empresa resolveu fabricar pisos cerâmicos. O sistema escolhido foi o processo de produção via seca, com custo mais baixo o que tornava seus produtos mais competitivos Foi realizado investimento em equipamentos, houve uma remodelagem da fábrica, desde o departamento de argila e geologia até a área comercial. Foram aproveitados todos os funcionários que já estavam na fábrica para produção. Neste período a empresa passou a se chamar Paloma. Em 1995 houve uma nova reestruturação agora na questão de recursos humanos, foram contratados profissionais que já haviam empresas renomadas, como a Portobello, Eliane e Cecrisa. A partir de então, começaram a produzir 150 mil m².

¹¹² Dados disponíveis em: www.indpage.com.br

Em 2002 ocorreu mais uma troca de nome, a empresa de Paloma passou a se chamar Angelgres Revestimentos Cerâmicos. A partir de 2004 a produção aumentou 300 mil m², em 2006 foi para 400 mil m². Em 2005 foi construída uma fábrica nova no município de Criciúma (Figura 7), motivada pela nova fonte de energia, o gás natural e pela facilidade logística de se encontrar as margens da BR-101. A fábrica de Araranguá foi desativada porque só se utilizava o gás GLP.



Figura 7: Angelgres, localizada em Criciúma as margens da BR-101.
Autora: Keity Kristiny Vieira Isoppo. (Outubro de 2007)

Como a Angelgres é uma cerâmica via seca e está posicionada no mercado com produtos com característica de preço mais competitivo, para manter a sua margem de preço e uma lucratividade viável é necessária que ela cada vez mais aumente sua produção. A empresa tem como plano chegar a um milhão de m² nos próximos anos.

3.4. 5 Gabriella Revestimentos Cerâmicos

A Gabriella Revestimentos Cerâmicos Ltda. foi fundada em 10 de fevereiro de 1999 na cidade de Criciúma por empresários da região ligados “a vários industriais como: carvão mineral, metalurgia e geração de energia”.¹¹³ Um deles o engenheiro mecânico Gilson Heitor Zanette, atualmente único proprietário da empresa, torna-se indispensável conhecer sua trajetória a ponte de resgatar a origem desta cerâmica.

Natural de Criciúma, Gilson foi estudar no estado do Rio Grande do Sul para obter formação superior. Para manter-se financeiramente, começou a trabalhar “como vendedor/comprador de uma indústria cerâmica da região de Comprava o produto lá para Porto Alegre de uma empresa daqui, a Cerâmica Urussanga, a Ceusa”.¹¹⁴ Esse foi seu primeiro emprego, posteriormente foi trabalhar com um colega em uma empresa de terraplanagem. Voltando para Criciúma por volta de 1980, já formado foi trabalhar no setor de construção civil como sócio de uma concreteira.

“Trabalhamos quatro ou cinco anos. Chegamos a ter quarenta e três equipamentos, cinco usinas, depois vendemos a empresa e entramos no campo da mineração. Éramos três sócios e compramos uma empresa de mineração”. (Informação Verbal. Dados obtidos através da entrevista realizada com Gilson Heitor Zanette, proprietário da Gabriella Revestimento Cerâmicos, em 17 de outubro de 2007.)

Depois de 10 anos no ramo da mineração, Gilson Heitor Zanette teve a idéia de fazer um projeto no ramo cerâmico. O início do projeto foi por volta de 1993, com o

¹¹³ Dados obtidos em: www.gabriellamineracao.com.br

¹¹⁴ Dados obtidos através da entrevista realizada com Gilson Heitor Zanette, proprietário da Gabriella Revestimento Cerâmicos, em 17 de outubro de 2007.

estudo do setor e equipamentos, compra de material, terraplanagem, contudo a empresa começou a funcionar em meados de 1999.

Fomos à Itália, vimos os equipamentos, adquirimos os equipamentos. Como havíamos comprado uma empresinha que fazia revestimentos para chão, fizemos a terraplanagem e começamos a construção do pavilhão. Fizemos tudo com recursos próprios e bem devagar. (Informação Verbal. Dados obtidos através da entrevista realizada com Gilson Heitor Zanette, proprietário da Gabriella Revestimento Cerâmicos, em 17 de outubro de 2007.)

A produção iniciou de forma terceirizada, ou seja, contrataram um pessoal que seria remunerado com uma parte do lucro, a parte operacional, mas isso não deu resultado.

Em meados de 2003, Gilson Heitor Zanette comprou a parte do seu sócio na cerâmica. Houve em 2004, uma separação no restante dos negócios que envolviam a mineração. “A Gabriella Mineração foi fundada em 2004 a partir da dissolução da empresa Cocalit”.¹¹⁵ Atualmente os sócios de Gilson são seus filhos que também trabalham nas empresas.

No início a empresa chamava-se Piso Gabriela. Era uma empresa pequena de refratários, ela possuía um forninho pequeno. É uma outra empresa que nós temos aqui do lado. Esta deu origem a Gabriella Refratários Ltda. que foi fundada em junho de 1996, com foco na industrialização de materiais refratários Sílico-aluminoso formados e não formados. Atualmente esta empresa opera em dois segmentos: indústria e construção civil.¹¹⁶

¹¹⁵ Dados obtidos em: www.gabriellamineracao.com.br

¹¹⁶ Dados obtidos em: www.gabrefratarios.com.br

As três empresas que possuem hoje são: a Gabriella Revestimentos, Gabriella Refratários e a Gabriela Mineração. São três empresas distintas, mas o corpo gestor é o mesmo.

A partir da constituição da Gabriela Revestimentos Cerâmicos, começou a produção com a fabricação de pisos no formato 20X30 simples, mas esse não era o objetivo inicial. O objetivo era fazer revestimentos de parede no formato 10x10. Contudo, devido ao crescendo deste mercado houve muita oferta, então a Gabriella partiu para a produção de peças especiais.

O mercado pedia muito 10x10 e poucas fábricas tinham. Então, a nossa intenção aqui era produzir 10x10, mas como nós demoramos, surgiram muitas empresas fazendo e o preço despencou. Uma fábrica de 10x10 possui uma produção pequena, se tu não tiveres valor agregado tu não tens como produzir. Desta forma, partimos para as peças especiais que é hoje é nosso carro chefe. (Informação Verbal. Dados obtidos através da entrevista realizada com Gilson Heitor Zanette, proprietário da Gabriella Revestimento Cerâmicos, em 17 de outubro de 2007.)

Sendo assim, desde 2001 houve uma especialização neste segmento, mas não se abandonou a produção de peças 10x10. A Gabriella já é muito conhecida como fabricante especializado em peças especiais, possui representantes e distribuidores em todo o país e marca presença com exportação para vários países da América Latina, do Norte, Caribe, Oriente Médio e Austrália.

O ponto forte é uma coleção de peças especiais, como: rodapés no formato 8,5x33 cm, filetes liso e cordões, no tamanho de 33x2,5 cm, tosetos 10x10 para paredes, com lindas estampas, uma ampla linha de listelos no tamanho 5x25, 8,5x33 e 9,5x30 cm e uma variada linha de revestimentos de fachada nos formatos 10x10 e 20x20. (Informação Verbal. Dados obtidos através da entrevista realizada com Gilson Heitor Zanette, proprietário da Gabriella Revestimento Cerâmicos, em 17 de outubro de 2007.)

“Como a produção restringe-se a revestimentos 10x10, 20x20 e peças especiais em grande escala, tem parceria com outras cerâmicas, "studios" e grandes cadeias de lojas, desenvolvendo linhas com marcas exclusivas”.¹¹⁷

3.4. 6 Cerâmica Artística Giseli

A Cerâmica Artística Giseli foi fundada em 1984, nesta época estava envolvida com a fabricação de cerâmicas artísticas, como bonecos, vasos e etc. Isto ocorreu devido ao interesse do fundador por fazer desenhos e esculturas. Foi constituída pelo aposentado Renee José Pamato Alves e por seu genro Francisco Carlos Lopes, ex-funcionário da Icisa.

Antes de adquirir a Giseli, Renee José Pamato Alves possuía uma retífica de autopeças, negócio totalmente diferente do ramo cerâmico. Ele vendeu e mudou de ramo. Todavia o genro tinha a experiência e conhecimento em cerâmica uma vez que havia se aposentado na função de técnico em cerâmica. Após o investimento no setor cerâmico não fizeram nenhuma diversificação nos negócios. Nenhum dos fundadores foi envolvido com negócios no setor carbonífero.

A empresa constitui-se como uma economia fechada de capital familiar. O capital da empresa está 50% com o Renee, se constituindo como sócio majoritário. O restante foi dividido igualmente entre sua filha e o neto, esposa e filho de Francisco.

De peças artísticas passaram pra trabalhar com cantoneiras, listelos, filetes, rodapés e mosaicos. “Já na década de 90, com o intuito de suprir as mais diversas

¹¹⁷ Dados obtidos em: www.gabriellanet.com.br

necessidades dos clientes e ampliar a sua área de atuação, a empresa introduziu uma nova linha de produtos: cantoneiras para acabamento de piscinas”.¹¹⁸

Com o sucesso dos investimentos anteriores e com a experiência de mais de dez anos de mercado, a Cerâmica Artística Giseli, em 1997, amplia o seu mix de mercado e passa a atuar também no segmento de listelos e filetes esmaltados e decorados para uso em banheiros e cozinhas. A linha de Rodapés iniciada no ano de 2003 e mosaicos no ano de 2007 oferecem maior opção para utilização em todos os cômodos de residências.¹¹⁹ Atualmente atua no mercado com duas marcas: a Cerâmica Artística Giseli e a San remo

A Cerâmica Artística Giseli iniciou sua atividade na unidade de em Imbituba. Atualmente a produção na matriz é reduzida, possui apenas um turno de trabalho. Isto se deve ao tamanho do forno ser pequeno ela esta destinada a produzir peças que não necessitam de grandes quantidades.

A Filial localizada em Criciúma foi comprada em 2002 com capitais próprios. Na verdade compraram a massa falida da antiga Recel (Revestimento em Cerâmico Ltda.) através de leilão. Nesta compra houve uma parceira com a Colorminas, a Giseli comprou o maquinário de cerâmica e a Colorminas comprou o atomizador para fazer de massa. A compra da filial foi capital próprio, já a propriedade e o galpão são alugados, até hoje se paga aluguel. No período que antecedeu a compra pela Giseli e pela Colorminas, a antiga Recel foi administrada por uma cooperativa de funcionários conhecida como Cooperceram.

¹¹⁸ Dados obtidos em: www.giseli.com.br

¹¹⁹ Dados obtidos em: www.giseli.com.br

A maior parte da produção da Cerâmica Artística Giseli é feita na filial por causa da maior capacidade de seus fornos.

Comparando o processo de fabricação das duas unidades pode-se constatar que na matriz o processo é mais artesanal, enquanto que a produção na filial é automatizada utilizando massa branca e vitrosa importada. Em Imbituba é feita somente a segunda queima, o biscoito sai da filial e é esmaltado e queimado novamente lá. Antigamente era feito todo o processo de biqueima, fazia-se o biscoito queima-se, esmaltava e queimava novamente. Isso acontece porque tem produtos que a gente não tira de linha porque é conveniente manter eles. Como a capacidade de produção na matriz é menor, quando temos que produzir menos peças nós produz-se lá porque com o forno maior da filial não seria possível produzir.

3.4. 7 Cecrisa Revestimentos Cerâmicos

Antes mesmo da divisão da sociedade de Diomício Freitas e Santos Guglielmi, (mencionada no item 2.4.1 do segundo capítulo), Dilor Freitas, o terceiro filho de Diomício, veio com a idéia de investir em um setor que não precisasse tanto de incentivos governamentais quanto o carvão. Escolheu então o setor cerâmico. Fez várias viagens para a Itália e a Espanha, que eram os maiores produtores mundiais com a melhor tecnologia em cerâmica, à procura de fornecedores, equipamentos, etc. “Para começar os primeiros negócios, era necessário registrar uma empresa [...]

Cerâmica Criciúma S. A., a Cecrisa, que passou a existir juridicamente em 8 de junho de 1966.¹²⁰

Dilor passou a fazer pesquisas à procura de caulim na região para explorar. A retirada de caulim era feita “no braço, com pá. Se fosse num barranco, seria com picareta, com pá e com carrinho de mão, semelhante a uma mina de carvão. Senão, faziam um poço e subiam o material com balde”.¹²¹

Antes mesmo de construírem a empresa, fizeram um estudo analisando dados para ver a viabilidade de efetivamente embarcarem no negócio. “Estudando os números desde 1957, que havia um crescimento anual do consumo constante entre 5 e 7% no revestimento cerâmico do Brasil”.¹²²

Os investimentos feitos na abertura da Cecrisa vieram de recursos da família Freitas e de financiamentos junto ao BRDE, FUNDESC – Fundo de Desenvolvimento do Estado de Santa Catarina, “um fundo estadual cuja verba vinha de uma porcentagem da arrecadação do antigo ICM, hoje ICMS. [...] havia um incentivo fiscal do ICM onde se tinha a possibilidade de aplicar 10% do imposto, ao invés de recolhê-lo”.¹²³ Em garantia aos empréstimos feitos, ficaram as terras da família localizada no Morro dos Conventos, em Araranguá. O surgimento da Cecrisa foi um assunto que dividiu as opiniões dentro da família Freitas, eram investimentos muito altos e poderia não dar certo.

Para a instalação da Cecrisa, prevaleceu a tecnologia italiana nos fornos da fábrica Sity. Eram fornos elétricos de estrutura metálica, menores do que os modelos

¹²⁰ SILVA JUNIOR (199?), p. 58.

¹²¹ SILVA JUNIOR (199?), p. 59.

¹²² SILVA JUNIOR (199?), p. 59.

¹²³ SILVA JUNIOR (199?), p. 59.

alemães. A energia era subsidiada; posteriormente, com o corte do subsídio, dever-se-ia pensar em outra fonte de energia, como gás, por exemplo.

Hilário Freitas, o segundo filho de Diomício, como era engenheiro civil, ficou responsável pelo projeto de construção. A maioria dos equipamentos era importada da Itália. “Hilário montou uma pequena oficina junto à Cecrisa e fabricou toda a parte de caldeiraria para complementação do equipamento italiano [...] daquela oficina, nasceria uma nova empresa: a Industrial Conventos”.¹²⁴

Somente em abril de 1971 é que a Cecrisa começou a funcionar após quase cinco anos de implantação. A primeira fábrica ficou conhecida como Unidade 1. “A empresa ocupava, na época, uma área construída de 26 mil metros quadrados, [...] empregando 350 funcionários” (MORAGNO, 2002, p. 10). (Figura 8)

Numa primeira fase, começaram a produzir 36 mil m² mensais, trabalhando em um único forno. No mês seguinte, dois fornos passaram a fabricar 72 mil m². Em julho, além dos dois fornos elétricos, veio um forno a gás [...] produziam a todo vapor, em grande quantidade, utilizando-se de seus fornos a eletricidade, mesmo sem ter ainda como, onde e para quem vender. (SILVA JUNIOR, 199?:64)

¹²⁴ SILVA JUNIOR (199?), p. 62.



Figura 8: Primeira fábrica da Cocrisa, Unidade Industrial 1, Criciúma, SC.
Fonte: ARQUIVO COCRISA

No início, a Cocrisa passou por um período difícil, o maior problema era a inserção no mercado. Os estoques eram elevados, apesar da inovação do produto e da superioridade tecnológica no processo produtivo, isto é, a Cocrisa começou produzindo o azulejo decorado, pioneirismo no Brasil. Nenhuma fábrica produzia este tipo. O mercado consumidor não estava habituado a esse produto e por ser uma marca até então desconhecida, levou algum tempo até ganhar credibilidade e reconhecimento.

Até a década de 70, a maior produção de cerâmica se dava em São Paulo, na cidade de Mogi Guaçu, lá existiam cerâmicas com o processo produtivo muito antigo. Então, quando a Cocrisa entrou no mercado, ela entrou como uma fábrica moderníssima, começou produzindo o azulejo, lançou o azulejo decorado no Brasil. Antes os azulejos eram, ou branco, ou amarelo, ou azul. (informação verbal. Entrevista realizada com o atual presidente da Cocrisa, Rogério Gustavo Arns Sampaio, em agosto de 2005)

Tentando resolver o problema da estocagem, Dilor Freitas foi para São Paulo conquistar mercado consumidor. Começou vendendo para pequenos distribuidores, uma vez que os grandes haviam rejeitado inicialmente. Assim que a marca passou a ser mais conhecida, as grandes distribuidoras passaram a se interessar no então novo azulejo decorado. Porém, o transporte até o Sudeste do País era feito por empresas terceirizadas, pois os custos eram muito elevados para entregar os pedidos individualmente. Surgiu então a idéia de “montar um depósito em São Paulo, mantendo um estoque de 500 m² de cada produto”.¹²⁵

Em 1973, o grupo de Diomício & Freitas expandiu-se mais uma vez com a compra da Incocesa, em Tubarão. Dite Freitas foi o responsável por administrar a nova cerâmica. Simultaneamente, com a compra da Incocesa, estava posta a ampliação da Cecrisa, que passou a contar com mais um galpão. A Incocesa entrou em funcionamento em janeiro de 1974. Pouco tempo depois, em março, foi atingida pela enchente em Tubarão. Após a enchente, foi feito um financiamento que expandiu a fábrica. “Já no ano de 1976, a Incocesa já produzia 300 mil m² mensais de cerâmica, enquanto a Cecrisa fazia algo em torno de 300 mil m² por mês. [...] E em 1977, a produção de azulejos já batia um milhão de metros quadrados”.¹²⁶ (Figuras 9 e 10)

¹²⁵ SILVA JUNIOR (199?), p. 66.

¹²⁶ SILVA JUNIOR (199?), p. 73.



Figura 9: Vista aérea da Incocesa – Unidade 2, Tubarão (SC).
Fonte: ARQUIVO CECRISA



Figura 10: Interior da Incocesa em Tubarão (SC).
Fonte: ARQUIVO CECRISA

Mesmo com a aquisição da segunda unidade industrial com o concomitante aumento da produção de azulejos e da instalação de depósitos em São Paulo, o braço cerâmico da família Freitas ainda enfrentava o problema da dificuldade de distribuição.

Esses empresários aproveitaram a quantidade de incentivos fiscais que o estado de Goiás vinha oferecendo para industrializar-se, bem como a proximidade com o mercado brasileiro e a disponibilidade de energia¹²⁷ e, então, resolveram construir mais uma unidade industrial que viria a ser conhecida como Cemina (Figura 11). A cidade escolhida foi Anápolis; “estava sendo criado um distrito industrial para a implantação de indústrias que fossem pioneiras no território goiano. Quanto ao empréstimo [...] o governo estadual permitia que o valor fosse descontado do débito de ICM a ser recolhido”.¹²⁸ Assim, resolveu-se em parte o problema de distribuição de produtos pelo território nacional.

A Cemina “era o maior consumidor industrial do estado de Goiás de energia elétrica naquele tempo”.¹²⁹

¹²⁷ Entrevista realizada com o atual presidente da Cecrisa, Rogério Gustavo Arns Sampaio, em agosto de 2005.

¹²⁸ SILVA JUNIOR (199?), p. 76.



Figura 11: Vista aérea da Cemina – Unidade 3, Anápolis (GO).

Fonte: ARQUIVO CECRISA

Uma equipe, composta pelo engenheiro Andrés Pessler e pelo técnico em eletromecânica Luís Vito, foi montada para deslocar-se a Goiás com o objetivo de tocar as obras de instalação da nova fábrica. A terceira unidade industrial de cerâmica do Grupo Diomício & Freitas recebeu um galpão pré-moldado, algo ainda inexistente no ramo cerâmico brasileiro.

Parte dos equipamentos foi construída pela Industrial Conventos, outra parte pela italiana Sity. A empresa comandada por Hilário Freitas fez toda a parte de seção de massas, atomizadores, silos, moinhos, transportadores de correias, bombas, prensas, linhas de esmaltação, equipamentos de esmaltação, decoradora serigráfica, menos os fornos, que ficaram com a Sity.¹³⁰

¹²⁹ Entrevista realizada com o atual presidente da Cecrisa, Rogério Gustavo Arns Sampaio, em agosto de 2005.

¹³⁰ Entrevista realizada com o atual presidente da Cecrisa, Rogério Gustavo Arns Sampaio, em agosto de 2005.

A Cemina empregou cerca de 1.200 funcionários, em 1978, mas para as funções de mecânicos e eletricitas, que eram as mais necessárias na época, “nada se aproveitou da mão-de-obra existente no local. Não eram especializados”.¹³¹ Um dos diretores que dirigia a fábrica era Valter de Lucca, diretor industrial na época. Muitos anos mais tarde, ele deixaria o Grupo para implantar sua própria cerâmica, a De Lucca Revestimentos Cerâmicos.

Acompanhando as exigências do mercado, que vinha transformando-se muito naquela época, a Cemina foi a primeira unidade industrial do grupo a produzir pisos. Para que isso acontecesse, necessitou de um outro tipo de tecnologia a ser empregada ao processo produtivo.

“Na produção do piso, a maior diferença está na chamada ‘tecnologia de piso em monoqueima’, ou seja, os pisos passam uma vez só pela queima. Na época, passavam sobre uma bandeja; hoje, o piso vai cru sobre os rolos” (SILVA JUNIOR, 199?, p. 82). A partir de então, a Cemina ganhou importância fundamental dentro do Grupo.

A década de 70 significou mais expansão para o grupo. Os filhos de Diomício, a exemplo de Dilor Freitas, já começavam a ter suas próprias tendências.

A Industrial Conventos S.A. surgiu na década de 70 como suporte para construção da Cecrisa. Quem dirigia essa empresa era Hilário, que começou dentro da Cecrisa como encarregado da montagem dos equipamentos importados da Itália. Muitas partes do parque fabril não foram importadas, mas produzidas por Hilário e sua equipe.¹³²

¹³¹ SILVA JUNIOR (199?), p. 80.

¹³² Entrevista realizada com Hilário Freitas, novembro de 2005.

Um ano após o funcionamento da Cecrisa, nascia a Industrial Conventos (1972) (Figura 12). Sem apoio financeiro da família, Hilário prosseguiu com seu sonho. Ficou encarregado de administrar uma das carboníferas, em cujo pátio existia uma pequena oficina. Nesse local, após os expedientes de trabalho na carbonífera, Hilário começou a produzir máquinas para cerâmicas. A primeira máquina produzida seguiu os princípios de funcionamentos das italianas, uma serigráfica, que foi colocada na Cecrisa para teste.¹³³



Figura 12: Industrial Conventos. Fundada em maio de 1972 pelo empresário Hilário Freitas. Localiza-se no bairro Pinheirinho em Criciúma, na rua Imigrante Casagrande. Autora: Keity Kristiny Vieira Isoppo. (Agosto de 2005)

A Industrial Conventos ficou responsável pela manutenção das minas e pela oficina mecânica das empresas do Grupo, dentre as quais a Cecrisa, produzindo

¹³³ Entrevista realizada com Hilário Freitas, novembro de 2005

máquinas. “Um ano depois de a cerâmica ter sido concluída, Hilário fez um empréstimo e construiu um pavilhão.

Em seguida, largou a manutenção das minas e a Industrial Conventos e passou a dedicar-se ao desenvolvimento de equipamentos e máquinas para a indústria cerâmica” (SILVA JUNIOR, 199?, p. 69).

A maior concorrente da Industrial Conventos era a empresa italiana Sity, que fornecera aos Freitas os primeiros equipamentos. “Três anos mais tarde, a Industrial Conventos desenvolveu sua primeira prensa elétrica e hidráulica, para prensagem de azulejos e pisos. Tratava-se de uma máquina de 350 toneladas. Em seguida, modelos maiores surgiram: de 550, 750 e 950 toneladas”.¹³⁴ Posteriormente, a Industrial Conventos começou a fabricar equipamentos como: moinhos, transportadores de correias, atomizadores, silos, prensas, linhas de esmaltação. O grupo todo se apoiou na Industrial Conventos, na parte mecânica, e na Sity, na parte de fornos.

Os impostos de importação eram muito altos, existia um programa governamental de substituição de importações como política industrial do governo federal. A Industrial Conventos surgiu como uma fábrica para dar apoio na produção de equipamentos para expansão do grupo cerâmico da Cecrisa e brasileiro. [...] começou como uma oficina de manutenção da Cecrisa mesmo, depois ela foi para numa sede que ficava lá na mina Metropolitana. E depois ela comprou um pavilhão no centro de Criciúma na rua São José [...]. (Informação Verbal)¹³⁵

Assim que os equipamentos começaram a ser construídos, o próprio Hilário viajava para negociar suas máquinas. Um dos principais mercados foi o interior do estado de São Paulo, pois na região de Criciúma o nome da sua empresa era ligado ao

¹³⁴ SILVA JUNIOR (199?), p. 70.

¹³⁵ Entrevista realizada com o atual presidente da Cecrisa, Rogério Gustavo Arns Sampaio, em agosto de 2005. Trabalhou cerca de 17 anos na Industrial Conventos antes de ingressar na Cecrisa.

grupo de Diomício & Freitas, o mesmo da Cecrisa, o que consistia em obstáculo às outras cerâmicas da região. Elas não compravam as máquinas, pois viam a Industrial Conventos como concorrente, e isso atrapalhava os negócios. Após a divisão do grupo, o mercado industrial do ramo cerâmico do sul catarinense foi conquistado a passos lentos. A cerâmica Eliane, por exemplo, demorou a comprar máquinas da Industrial Conventos.¹³⁶

Quando Hilário estava começando, ele propôs uma parceria com a empresa italiana Sity. Ele conta que, um dia, estavam em um carro, ele, seu pai e o dono da Sity; quando lançou a proposta de parceria, o dono da Sity respondeu-lhe com muita aspereza que não aceitava. Então Hilário respondeu que iria ser o seu maior concorrente aqui no Brasil. Hoje, a maior concorrente da Industrial Conventos é a italiana Sity.¹³⁷

Com a crise no setor cerâmico no início da década de 90, as cerâmicas não dispunham de capital para inovar as máquinas e equipamentos, refletindo na baixa produção da Industrial Conventos. Tendo em vista que o forte mercado eram os reparos e consertos e trocas de partes das máquinas, Hilário criou a Icon S.A., “que levou a Industrial Conventos a tiracolo, só manteve a Industrial Conventos mais por sentimentalismo”.¹³⁸ (Figura 7)

Além do mercado brasileiro, a ICON – ESTAMPOS & MOLDES exporta para países da América Latina produtos na área de fornecimentos de estampos para indústrias cerâmicas. Hoje, a ICON possui “três unidades fabris, com a matriz em Criciúma - SC, e filiais em Tubarão – SC e em Rio Claro - SP, que juntas formam uma

¹³⁶ Entrevista realizada com Hilário Freitas, novembro de 2005.

¹³⁷ Entrevista realizada com Hilário Freitas, novembro de 2005.

estrutura com cerca de 250 empregados diretos”.¹³⁹ Entre alguns de seus clientes estão a Cecrisa, a Cerâmica Lume, a Cerâmica Portobello, a Cerâmica São Marcos, a Eliane Revestimentos Cerâmicos e a Pisoforte Revestimentos Cerâmicos S.A. Devido à expansão, eram criadas na Icon S.A. divisões de produtos: a divisão de Cerâmica, de Prensas Especiais, de Energia e de Mineração.

Sempre primando por tecnologias inovadoras, a ICON é pioneira em todos os grandes passos em termos de desenvolvimento em estamperia existentes no país, o que se deve à alta qualificação de sua equipe além dos acordos de transferência de tecnologia com empresas líderes do mercado europeu, entre as quais pode ser citada a MARTINELLI ETTORE, principal parceira ICON. (ICON, 2005)¹⁴⁰

Hilário comprou também uma empresa metal-mecânica, a Hazemag (empresa alemã) localizada em São Paulo. A morte de um membro da família do proprietário motivou a venda e o retorno à Alemanha. Hoje, chama-se Hazemag do Brasil.

A busca pela diversificação marca a tendência das empresas administradas por Hilário Freitas. Cita-se como exemplo a descoberta de que poderiam produzir máquinas para um novo processo de fabricação de telhas coloridas, com tecnologia diferente. O mercado para tal sistema de produção de telhas ainda é incipiente, mas tem muito a expandir, já que as telhas produzidas são mais sofisticadas e de qualidade superior. Outra busca de diversificação produtiva foi a descoberta do atomizador, que é usado na cerâmica para “secar” a barbotina, adaptado para ser usado na fabricação de

¹³⁸ Entrevista realizada com Hilário Freitas, novembro de 2005.

¹³⁹ Dados obtidos no sítio oficial da Industrial Conventos, www.icon-as.com.br, acessado em 19 de setembro de 2005.

¹⁴⁰ Dados obtidos no sítio oficial da Industrial Conventos, www.icon-s.com.br, acessado em 19 de setembro de 2005.

agrotóxicos; um já foi exportado para uma empresa dos Estados Unidos, que pretende adquirir mais seis, pois ficou surpreendida com a qualidade do equipamento.¹⁴¹

Dentro dessa perspectiva de diversificação, foi fundada em 1976 a Intelbrás (OSTROSKI, 1988) no Distrito Industrial do município de São José. Na época, esse município vinha oferecendo muitos incentivos fiscais para as empresas que se instalassem nesse distrito. A lei n.º 848, de 1972, menciona o seguinte:

Ficam isentas de impostos e taxas municipais, pelo prazo de 5 (cinco) anos, as firmas comerciais e industriais pioneiras, que vierem a se instalar no Município, com capital superior a Cr\$ 20.000, 00 (vinte mil cruzeiros) e que possuam no mínimo 5 (cinco) empregados trabalhando no estabelecimento. Parágrafo Primeiro – As firmas com capital superior a Cr\$ 50.000,00 (cinquenta mil cruzeiros), e que possuem no mínimo 20 (vinte) empregados, isenção passará a ser de 10 (dez) anos. Parágrafo Segundo – No que diz respeito ao imposto predial e territorial, a presente Lei apenas isenta: a) O prédio onde funciona a indústria e anexos; b) A área de terra ocupada pelo prédio, garagens, galpões e depósitos nexos; c) A área de terra destinada ao estacionamento de veículos. (PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO JOSÉ, 1972).

Além dos incentivos fiscais oferecidos, esse distrito apresenta vantagens: situar-se às margens da BR-101; ser uma área somente industrial; estar próximo à concentração de mão-de-obra; receber benefícios fiscais por parte do governo municipal (isentos de impostos de 5 a 10 anos, dependendo do capital investido); não apresentar um controle rígido de poluição; localizar-se próximo à capital Florianópolis.

A Intelbrás S.A. - Indústria de Telecomunicação Eletrônica Brasileira começou produzindo equipamentos para telefone e centrais telefônicas. Hoje é comandada por Jorge Luiz Freitas (filho de Dite Freitas). Possui um parque fabril de 36 mil m², onde trabalham cerca de 800 funcionários.

O crescimento da família Freitas, composta na década de 1980 por dezessete netos de Diomício, encaminha para a divisão do grupo entre os filhos do fundador. Na

¹⁴¹ Entrevista realizada com Hilário Freitas, novembro de 2005.

época (1980) em que houve a divisão, o Grupo possuía vinte e uma empresas e empregava cerca de 6.500 trabalhadores. “Nos materiais publicitários, o slogan chamava o Grupo de “a locomotiva que hoje puxa 21 vagões” (SILVA JUNIOR, 199?, p. 87), numa alusão à origem profissional de Diomício Freitas. (Quadro 1)

GRUPO DIOMÍCIO & FREITAS EM 1980
Agropecuária Conventos Ltda.
Balneário Conventos Ltda.
Cecrisa (Cerâmica Criciúma S.A.)
Cemina (Cerâmica e Mineração Nacional Indústria e Comércio Ltda.)
Cia. Carbonífera São Marcos
Construtora Conventos Ltda.
Corte (Conventos Obras Rodoviárias e Terraplanagem Ltda.)
Cominas (Mineradora Conventos Ltda.)
Florestal (Sociedade de Florestamento e Reflorestamento Ltda.)
Hotel Morro dos Conventos Ltda.
Incocesa (Indústria e Comércio de Cerâmica S.A.)
Indústria e Comércio de Coque Ltda.
Industrial Conventos S.A.
Intelbras S.A. (Indústria de Telecomunicação Eletrônica Brasileira)
Rádio Difusora de Laguna Sociedade Ltda.
Sociedade Rádio Eldorado Catarinense Ltda.
Sondominas (Sondagem e Pesquisas Minerais Ltda.)
Turismo Morro dos Conventos S.A. (Camping Morro dos Conventos)
TV Eldorado Catarinense Ltda.

Quadro 1: Listagem de empresas pertencentes ao Grupo Diomício & Freitas em 1980.

Em 1980 “o grupo Freitas é desdobrado em quatro grandes vertentes: Áreas: a) Grupo CECRISA; b) Grupo Conventos; c) Grupo Amanda; e d) Grupo Difrei” (VIEIRA FILHO, 1986, p.71).

Segundos os dados apresentados por VIEIRA FILHO, em 1986 as empresas que compreendiam eram:

- Grupo Cecrisa: Complexo Mineral não metálico: Cecrisa S.A., Incosesa S.A., Cemina S.A., Cesaca S.A. e Comunicação: Rádios E TV Eldorado/Cultura;
- Grupo Conventos: Complexo Pecuário: Agropecuária Conventos S.A., Complexo Metal Mecânica: Industrial Conventos S.A, e Ouro Preto Part. Empresariais Ltda. e Lazer: Ouro Preto Hotel Ltda.;
- Grupo Amanda, Complexo de Mineração: Carbonífera Criciúma S.A;
- Grupo Difrei, Complexo Mineral Não Metálico: CEDISA S.A e Complexo de Material Elétrico: Intelbrás S.A.

O filho mais velho de Diomício, José Francioni de Freitas (Dite), ficou com o grupo Difrei; o segundo, Hilário Freitas, ficou com o Grupo Conventos; Dilor e Dilza ficaram juntos com o Grupo Cecrisa; o Grupo Amanda ficou com o caçula Paulo Freitas. Esse Grupo hoje não pertence mais à família, foi vendido. Hoje a Carbonífera Criciúma é de Alfredo Gazola, um advogado que trabalhava com Paulo Freitas.¹⁴²

“O Seu Diomício [...] continuou gerindo os negócios dele até o fim da década de 70. No começo da década de 80, ele dividiu os negócios da família, parece que ele já estava prevendo que logo iria morrer”¹⁴³.

¹⁴² A Carbonífera Criciúma não é mais deles, de mineração eles não possuem mais nada. (Informação Verbal) Entrevista realizada com a jornalista Joice Quadros, agosto de 2005

¹⁴³ Informação verbal. Entrevista realizada com a jornalista Joice Quadros, agosto de 2005.

Em maio de 1981, faleceu Diomício Freitas no Hospital São José em Criciúma, de pneumonia, consequência do acidente automobilístico que sofreu dias antes na BR-101, no trajeto Criciúma-Florianópolis.

Na década de 80, ocorreram muitas oscilações marcadas por períodos de crise e desenvolvimento. Apesar da crise econômica brasileira, para a Cecrisa também foi uma década de expansão de construção e aquisição de novas unidades. Foi durante a década de 80 que esse processo se intensificou, quando foram incorporadas ao Grupo seis novas indústrias, cinco que produziam cerâmicas e uma para a fabricação de matéria-prima.¹⁴⁴

Em 1985, foi comprada a Cesaca – Cerâmica Santa Catarina S.A., a primeira cerâmica da região de Criciúma (Figura 13), da década de 40, que “primeiramente, produzia apenas louças como pratos, xícaras e sanitários, sob a marca Prior, até que, na década de 70, passou a ser Sociedade Anônima, passando a produzir cerâmica plana com a marca Azulejos Cesaca” (ARNS, 1985, p.175). Surgiu como uma forte concorrente da Cecrisa, que passava por mau momento, vindo a ser a Unidade 4 do grupo.

¹⁴⁴ Entrevista realizada com a jornalista Joice Quadros, agosto de 2005.



Figura 13: Vista aérea da Cesaca – Unidade 4, Criciúma (SC).

Fonte: ARQUIVO CECRISA

Posteriormente, iniciou-se a construção da Cerâmica Eldorado pela iniciativa de Dilson Freitas, filho de Diomício. Essa empresa foi posteriormente comprada pelo grupo, passando a ser a Unidade 5. Logo depois, iniciou-se a construção da Portinari Unidade 6. Foram adquiridas em 1987: o braço Cerâmico da Klabin, que já tinha sido a mais forte do mercado, com a compra da Klace no Rio de Janeiro, e a Cemisa - Cerâmica Santa Luzia em Minas Gerais (Figura 14), Unidades 7 e 8 respectivamente. A Brilhocerâmica situada em São Paulo foi comprada de uma empresa Uruguaia.¹⁴⁵ A cerâmica de Minas Gerais ainda pertence ao Grupo, mas foi completamente remodelada com equipamentos mais modernos, só permanecendo o prédio externo; “o processo de produção está completamente diferente, a do Rio de Janeiro foi

¹⁴⁵ Entrevista realizada com o atual presidente da Cecrisa, Rogério Gustavo Arns Sampaio, em agosto de 2005.

desativada, vendemos o terreno e a Brillhocerâmica também foi desativada, terreno vendido e equipamentos leiloados”¹⁴⁶.



Figura 14: Vista Aérea da Cemisa – Unidade 8, comprada da Kablin na década de 80.

Fonte: ARQUIVO CECRISA.

Essa expansão toda foi provocada exatamente por uma capacidade de produção, de produtos de boa qualidade e de excelente estética e com custo baixo, com preços extremamente competitivos. Alta tecnologia de produção agregada a preços competitivos, foi o motor estratégico que levou a Cocrisa a crescer tanto. (informação verbal. Entrevista realizada com o atual presidente da Cocrisa, Rogério Gustavo Arns Sampaio, em agosto de 2005)

Salienta-se que “neste período, as diversas marcas que o Grupo produzia foram extintas, restando apenas a marca Cocrisa”.¹⁴⁷

¹⁴⁶ Entrevista realizada com o atual presidente da Cocrisa, Rogério Gustavo Arns Sampaio, em agosto de 2005.

¹⁴⁷ MARAGNO (2002), p. 12.

Os anos 80 também foram anos de mudanças de estruturação empresarial; a primeira logomarca havia sido criada com a preocupação da imagem da empresa. O setor comercial também se modernizou com a abertura de filiais nos estados em que havia grande participação no mercado. A expansão do Grupo, “interrompida pelas consequências do Plano Cruzado, teve um reflexo administrativo”.¹⁴⁸ Havia a necessidade de se reformular a estrutura administrativa do grupo, teria de se contratar profissionais para administrar. A empresa já estava com um porte tão grande – nove unidades industriais espalhadas por cinco estados – que era preciso sair da forma de empresa familiar, para ser administrada por executivos. Essa reformulação demorou um pouco a ser implementada, e este motivo pode ter contribuído para a crise do Grupo Cecrisa, no final da década.

O grupo Cecrisa em crescimento enfrentou os mais variados problemas em suas unidades, “a falta de um padrão para todas gerava custos desnecessários”.¹⁴⁹

A Cecrisa Revestimentos cerâmicos vem atuando no mercado por meio de cinco Unidades Industriais: INCOSESA (UI 2) - Tubarão/SC, CEMINA (UI 3) - Anápolis/GO, ELDORADO (UI 5) - Criciúma/SC, PORTINARI (UI 6) - Criciúma/SC e CEMISA (UI 8) - Santa Luzia/MG. Destas, a mais recente é a Cerâmica Portinari, que possui grande importância para o Grupo devido ao grande investimento feito em novas tecnologias que possibilitaram o surgimento da marca Portinari com produtos diferenciados.

A fábrica Portinari, implantada em 1989 com um custo de 50 milhões de dólares, constitui a Unidade 6 do Grupo Cecrisa e possui uma área construída de 65.046 m². Foi

¹⁴⁸ SILVA JUNIOR (199?), p. 94.

¹⁴⁹ SILVA JUNIOR (199?), p. 96.

projetada com a intenção de ser a fábrica mais moderna do grupo para produzir produtos com alto padrão de qualidade. Com ela nasceu a marca Portinari. (Figura 15)

No ano seguinte, 1988, é criada a Portinari, uma fábrica construída para desenvolver um produto novo, voltado para as classes mais abastadas. No início, pensou-se em uma empresa totalmente independente, que integrasse o Grupo Cecrisa, mas que pudesse funcionar por si só, com administração e até equipe de vendas própria. Isso acabou não acontecendo, devido a problemas operacionais, e ela passou a ser administrada como uma nova marca, ao lado da marca Cecrisa. (MARAGNO, 2002: 12)

A tecnologia empregada na Unidade 6 é espanhola, trazendo como pioneirismo o processo de monoqueima adaptado para azulejo, que já vinha sendo realizado em pisos.

“Seria a utilização de uma técnica ainda inexistente no país, a monoqueima monoporosa. Ao invés do tradicional processo de duas queimas, aqui se utiliza apenas uma, obtendo um produto de alta qualidade, tão necessário para o novo mercado”.

¹⁵⁰Foi preciso a “permanência de dois técnicos espanhóis em Criciúma, nos anos 89 e 90. Com suas máquinas automáticas, a Portinari pode fazer pisos e azulejos em diversos formatos: 15x15, 15x20, 20x20, 25x25, 30x30, 40x40 e 45x45”. ¹⁵¹

¹⁵⁰ MARAGNO (2002), p. 35.

¹⁵¹ SILVA JUNIOR, 199?: 96



Figura 15: Portinari – Unidade 6, Criciúma (SC)

Fonte: ARQUIVO CECRISA

O local escolhido para a instalação da nova unidade fica em Criciúma. O terreno foi incorporado ao patrimônio da empresa com a aquisição da Cesaca, alguns anos antes. Para aquela área, a Cesaca havia desenvolvido um projeto para uma nova unidade, a Cebrasul, mas que foi abandonado temporariamente devido a uma crise no setor. Com a aquisição da empresa pelo grupo Cocrisa, o imóvel acaba sendo utilizado, mas pouco do projeto original é aproveitado. (FREITAS apud MARAGNO, 2002: 36-37).

A escolha do nome da nova unidade industrial vem juntamente com a proposta do lançamento da nova marca voltada a classes sociais com maior poder aquisitivo. O nome Portinari foi escolhido por Manoel Dilor de Freitas, devido à sua admiração pelas artes, em especial à obra de Cândido Portinari.

Foram dois meses de intensa negociação, onde Manoel Dilor acompanhou o filho do artista, João Candido, em longa viagem à Europa para divulgação do Projeto Portinari. Ao final da viagem, a empresa consegue o direito de uso da marca, mediante pagamento de quinhentos mil dólares, à vista. João Candido participaria ainda do lançamento da Cerâmica Portinari. (MARAGNO, 2002: 38).

A expansão do Grupo Cecrisa foi muito intensa e rápida a partir de 1985. Como foi mencionado anteriormente, as unidades industriais possuíam problemas; a necessidade de uma reformulação administrativa já vinha sendo constatada, mas ainda não havia sido realizada. O Plano Collor, juntamente com a diminuição do mercado em 1990, foi o estopim para fazer com que a Cecrisa fosse derrubada. Em novembro de 1990, a Cecrisa entrou em Concordata; para o pagamento das dívidas, houve várias formas de ajuda.

Havia troca de equipamentos por dívida, troca de material por dívida, tudo para que os fornecedores continuassem fornecendo. A produção caiu. [...] a Incocesa, produzindo um azulejo de exportação que era fonte de renda para conseguir algum faturamento. Mais a maior parte do estoque permanecia encalhada. (SILVA Jr, 199?: 98)

Muitos terrenos da família Freitas foram vendidos para pagar as dívidas, assim como algumas unidades industriais. “Nós tínhamos nove unidades industriais e hoje estamos com cinco unidades industriais. Nós chegamos a produzir cinco milhões de m² por mês, hoje nós produzimos dois milhões e setecentos m² por mês”.¹⁵²

Em 1991, foram tomadas medidas para a Cecrisa restabelecer-se e sair da crise. Uma delas foi a reestruturação e a profissionalização da administração, com a contratação de um profissional experiente e conceituado, Cláudio Galiasi, que permaneceu no grupo até 1995. Logo após, contratou-se Antônio Carlos Maciel, que ficou até 1997.

¹⁵² Entrevista realizada com o atual presidente da Cecrisa, Rogério Gustavo Arns Sampaio, em agosto de 2005.

“Houve uma reavaliação de pessoal, de estrutura organizacional, de mentalidade, de cultura” (SILVA JUNIOR, 199?, p. 98). Foi implantada a gestão por valores, contrapondo a gestão por supervisão, realizada anteriormente.

Foi no período da concordata que foi desativada a Unidade 1, conhecida por “Cecrisa-mãe”; “era uma fábrica com grande valor afetivo, mas que tinha problema com a sua energia, toda montada sobre energia elétrica, que não oferece competitividade”. Na época em que foi instalada, a energia era subsidiada pelo governo; era vantagem na época, hoje não mais. Hoje o Gás Natural apresenta maior competitividade, pois possui menor custo, se comparado com outras formas de energia.

“Em junho de 1995, a Cecrisa resolveu reduzir seu parque fabril, desativando as unidades Klace (RJ) e Cesaca (SC), por estarem localizadas em centros urbanos e terem se tornado obsoletas”.¹⁵³

Após analisar a história, podem-se visualizar algumas fases distintas vividas pela Cecrisa. Os anos 70 e 80 foram anos de altíssimo crescimento. Nos anos 90, houve uma queda que originou a concordata. Anterior ao período de concordata, a empresa possuía um posicionamento estratégico genérico que era de capacitação de produção, isto é, produzir a custos baixos para obter preços cada vez mais competitivos. A empresa cresceu muito, porque tinha bons produtos, designer adequado e preços competitivos. Pode-se dizer que a Cecrisa passou por períodos com direcionamentos distintos¹⁵⁴.

O primeiro período seria até a segunda metade da década de 80; começaram a surgir cerâmicas importantes no estado de São Paulo, na região de Santa Gertrudes,

¹⁵³ MARAGNO (2002), p. 12.

Cordeirópolis e Rio Claro. “Elas possuíam três características básicas, não possuíam conformidade técnica, muitas vezes faziam assim para diminuir o custo de seus produtos; não eram formais no ponto de vista fiscal, não recolhiam todos os impostos e eram muito bem administradas, eram muito enxutas (com relação ao número de funcionários) e começaram a produzir pisos muito mais barato” (informação verbal)¹⁵⁵.

A partir da década de 80, começou uma tendência de mais utilização de piso do que azulejo. A cerâmica começou a ser utilizada no chão, em outras partes em que não fossem utilizadas somente as úmidas, como cozinha, banheiro, área de serviço etc. “A Cecrisa estava muito direcionada para a produção de azulejo, então isso atrapalhou um pouco, essa visão que veio um pouco tardia de passar do azulejo para o piso, veio somente depois da concordata”¹⁵⁶.

A Cecrisa ficou competindo com Santa Gertrudes, que produz produtos em formatos maiores e com custos mais baixos. “Começaram a subir parede também; isso atrapalhou bastante a produção de azulejo Cecrisa.”¹⁵⁷ Nessa época, até 1990, o Grupo Cecrisa produzia piso na Cemina, na Eldorado, na Portinari, mas era uma parte relativamente pequena da produção. Então a Cecrisa foi muito atacada por Santa Gertrudes e perdeu esse posicionamento de capacitação por preço, porque não conseguia fazer um preço menor, entrando em concordata. A concordata não se deve somente a esse fator. A expansão rápida do grupo na década de 80 e a conjuntura

¹⁵⁴ Entrevista realizada com o atual presidente da Cecrisa, Rogério Gustavo Arns Sampaio, em agosto de 2005.

¹⁵⁵ (Informação Verbal) Entrevista realizada com o atual presidente da Cecrisa, Rogério Gustavo Arns Sampaio, em agosto de 2005.

¹⁵⁶ (Informação Verbal) Entrevista realizada com o atual presidente da Cecrisa, Rogério Gustavo Arns Sampaio, em agosto de 2005.

¹⁵⁷ Entrevista realizada com o atual presidente da Cecrisa, Rogério Gustavo Arns Sampaio, em agosto de 2005.

político-econômica, período pós-BNH, do final dos anos 80 e início dos anos 90, também contribuíram para a crise da empresa.

O segundo período foi o da concordata marcado por um programa de reestruturação muito importante. Começou-se a fazer um trabalho de reposicionamento visando ao mercado consumidor. “Em 1992/1993 foram comprados quatro fornos muito grandes e instalados um em cada fábrica, com exceção da Incocesa, que são as linhas grandes. Isso fez mudar o *mix* de produção, reduzindo a produção de azulejo e se começasse a entrar fortemente na produção de piso para se ajustar, para se adequar à tendência do mercado.”¹⁵⁸ Isso aconteceu na primeira metade da década de 90; da segunda metade da década de 90 em diante, houve uma busca para mudar o posicionamento estratégico genérico da Cecrisa de oferecer produto de baixo preço, capacitação de produção para produzir a baixo preço, para um posicionamento estratégico de produtos diferenciados, de oferecer para o mercado produtos diferenciados. ¹⁵⁹ “Então começou uma recuperação de novo, que, como toda recuperação, vem tendo altos e baixos, reveses, mas a recuperação vem acontecendo fortemente até hoje.” ¹⁶⁰

Da segunda metade da década de 90 em diante, tem-se o terceiro período marcado pelo crescimento via mudança de posicionamento empresarial. A Cecrisa começou fortemente a qualificar seus produtos e, com mais força ainda, começou a qualificar nos últimos três anos. “Em maio do ano 2001, foi lançado o Porcellanato Portinari, produzido na unidade de Minas Gerais, que substitui com requinte as pedras

¹⁵⁸ Entrevista realizada com o atual presidente da Cecrisa, Rogério Gustavo Arns Sampaio, em agosto de 2005.

¹⁵⁹ Entrevista realizada com o atual presidente da Cecrisa, Rogério Gustavo Arns Sampaio, em agosto de 2005.

naturais polidas”.¹⁶¹ Investindo nessa fábrica de Santa Luzia, começou-se a produzir o porcellanato técnico de 60x1,20 no Brasil; hoje só duas empresas o fazem.

O porcellanato técnico tem uma qualidade técnica reconhecida internacionalmente como melhor porcellanato técnico do mundo, inclusive existe teses de doutorado, do ponto de vista técnico. Entrou-se com muita força também no porcellanato rústico, que é uma categoria de produto que cresce muito no mundo (informação verbal. Entrevista realizada com a gerente administrativa de exportação da Cecrisa, Vera Ronchi, em agosto de 2005)

Hoje, produzindo muito menos, o faturamento é maior do que o faturamento anterior à concordata; devido ao novo posicionamento estratégico com produtos diferenciados para atingir um patamar de clientes com alto poder aquisitivo, criou-se um novo modelo de lucratividade.

3.4.8 Eliane Revestimentos Cerâmicos

A Eliane S/A Revestimentos Cerâmicos foi fundada em 1960, em Cocal do Sul, Santa Catarina, onde ficam a sede administrativa e cinco das suas 8 unidades fabris. Até 1959 funcionava neste local a antiga Cerâmica Cocal, fundada em 1954 por 215 sócios. O italiano Alfredo Del Priori, técnico em cerâmica, foi seu idealizador e o sócio que possuía a maioria das cotas da empresa, possuía larga experiência em Cerâmica, esta adquirida em seus trabalhos na ICISA e CESACA.¹⁶²

¹⁶⁰ Entrevista realizada com o atual presidente da Cecrisa, Rogério Gustavo Arns Sampaio, em agosto de 2005.

¹⁶¹ MARAGNO (2002), p. 13.

¹⁶² (SERRALHEIRO, 2004)

Maximiliano Gaidzinski¹⁶³, fundador da Eliane, e Del Priori se conheciam desde 1949, quando sócios da Cerâmica Santa Catarina - CESACA. Foi lá, aliás, que o técnico Del Priori, antes de sair para fundar a Cerâmica Cocal, ensinou a Maximiliano tudo o que sabia sobre massa.

Foi quando Maximiliano ficou conhecido como “seu Milo, o fazedor de massa”, pois ele carregava sempre consigo as cadernetas com as “receitas” das massas, já que elas eram um tesouro, verdadeiro segredo de “estado”. Milo só confiou estes “segredos” ao primogênito Jarvis que, em suas férias escolares, trabalhava com o pai na Cerâmica Santa Catarina. (ARQUIVO ELIANE, dados fornecidos pela empresa).

A Cerâmica Cocal enfrentou problemas administrativos e financeiros, e foi decretada a sua falência em maio de 1959. É então, oferecida em compra a Maximiliano Gaidzinski, que aceita o desafio.

O distrito de Cocal do Sul, na época pertencente ao município de Urussanga, tinha a Cerâmica Cocal como a sua única fonte de trabalho e renda. Todos os sócios-funcionários dessa cooperativa eram da região, e o funcionamento da empresa significava a sobrevivência da maioria dos habitantes de Cocal. A aquisição da empresa por parte do Seu Maximiliano foi um fato que fez com que os habitantes da região se empenhassem ao máximo para que os desafios enfrentados por ele fossem coroados de êxito. (SILVA apud SERRALHEIRO, 2004, p. 70).

Em 1959 o negócio é fechado. “Em 8 de dezembro de 1959 Milo e Jarvis tomam posse da Cerâmica Cocal, que passa a ser a Maximiliano Gaidzinski Ltda. e Milo faz de Del Priori e do filho Jarvis seus braços direitos. Reescalando as dívidas e

¹⁶³ É necessário relatar que em sua trajetória de vida, Maximiliano Gaidzinski esteve envolvido com negócios com carvão. De 1934 a 1943 aproximadamente, Maximiliano trabalhou em sociedade com seus irmãos em vários negócios. Entre eles, uma firma de lavagem de carvão e produção de moinha e também na Carbonífera Próspera. De 1938 a 1939 foi Gerente do armazém da Carbonífera Próspera. Dados obtidos em: <http://camara.virtualiza.net/tramite.php?id=1685>, acessado em 18 de fevereiro de 2009.

conseguiram fomentos para os pagamentos atrasados dos funcionários da antiga Cerâmica Cocal¹⁶⁴.

Maximiliano deu a esta cerâmica o nome de sua filha caçula, Eliane. Nascia então a Maximiliano Gaidzinski S/A – Indústria de Azulejos Eliane. “Dando o nome da sua própria empresa o nome da sua filha, Seu Milo dá uma conotação familiar à empresa. Seu próprio filho primogênito, Jarvis Gaidzinski, esteve intensamente ao lado do pai nesta fase”¹⁶⁵.

Maximiliano pede a Edson Bastos, noivo de sua filha Edna e homem de vendas, que faça uma pesquisa de mercado. Em visita a lojas de materiais de construção em Porto Alegre, RS, em dezembro de 1959, Bastos descobriu que o mercado para revestimentos cerâmicos era muito deficitário.

Assim, acreditando na imensa possibilidade da cerâmica no Brasil daqueles tempos, Bastos diz em carta ao futuro sogro ‘ponha logo estas máquinas para funcionar, o que aconteceu em janeiro de 1960. E as máquinas nunca mais foram desligadas! Em março de 1960 Bastos tira o primeiro e histórico pedido, que veio em uma das cartas românticas que escrevia à noiva Edna. (ARQUIVO ELIANE, dados fornecidos pela empresa em 2007).

Em 1959 a empresa adquirida por Maximiliano possuía a seguinte estrutura: um barracão onde funcionava a produção, outro onde ficavam a oficina e o depósito de insumos e uma casa para o escritório. “A fábrica tinha dois tamburões para a mistura de massa; quatro prensas manuais (três para biscoito de azulejos 15x15 e uma para refratário); dois fornos tipo garrafão e dois fornos tipo túnel”¹⁶⁶. A produção era composta de azulejo 15x15 bisotado nas cores branca, azul, verde, amarela e rosa,

¹⁶⁴ ARQUIVO ELIANE, dados fornecidos pela empresa em 2007.

¹⁶⁵ (SERRALHEIRO, 2004, p. 70)

¹⁶⁶ Memorial Eliane, anos 60. Texto modificado em 28 de junho de 2004.

além de peças complementares como terminais, calhas internas e externas, meias calhas, cantoneiras e triângulos.

Seu Milo tinha fundado uma empresa através das cinzas de outra. Ela produzia, mas sempre com dificuldades, com equipamento antigo, já fora de padrão de cerâmicas modernas A Cerâmica Eliane, nesta época, era uma empresa que produzia somente azulejos esmaltados de pequenos formatos, através do processo de biqueima¹⁶⁷. (SERRALHEIRO, 2004, p. 72).

Em 1962 Maximiliano salda as dívidas pendentes da Cerâmica Cocal e dá início ao processo de modernização do seu parque fabril com a aquisição, em 1963, de um forno tipo Mufla (forno com calor irradiado) para esmalte, fabricado com tecnologia Ferro Enamel. Em 1965 adquire mais dois fornos, um para esmaltação e outro para queima de biscoito.¹⁶⁸

No Brasil, existiam fabricantes de implementos para a cerâmica de revestimento, mas não se tinha a tecnologia avançada como a das fabricantes italianas:

A Ferro Enamel vendia fornos, e nesse período foram feitos muitos fornos com ela, mas sempre baseado no sistema antigo. Só os fornos foram aumentados, mas as prensas eram manuais, onde se precisava de quatro homens para fazer um azulejo. Nas prensas italianas, um homem só fazia quatro azulejos. Essa era a grande diferença. (SERRALHEIRO, 2004, p. 72)

Em 1966 os filhos Jarvis e Edson que haviam acabado de se formar em odontologia no Rio Grande do Sul, vão à Europa para visitas técnicas. Nesta viagem eles conhecem o moderno universo cerâmico, dotado da mais avançada tecnologia em equipamentos e processos. Passaram por países como a Itália, Espanha, Inglaterra, Alemanha e Bélgica, onde conheceram as maiores fábricas mundiais de equipamentos para a indústria cerâmica. “Esta viagem os levou a tomar o primeiro

¹⁶⁷ Processo na qual o azulejo passa por duas etapas de queima: uma para fabricar o “biscoito”, que irá ser esmaltado, para então ser novamente queimado juntamente com o esmalte que o recobre.

susto tecnológico, pois a tecnologia empregada pela Cerâmica Eliane na época não estava alinhada com a tecnologia vigente no país onde se produziam os melhores revestimentos cerâmicos no mundo, que era a Itália” (SERRALHEIRO, 2004, p. 72).

Jarvis começa a delinear os primeiros planos para a “completa mecanização da Eliane”. Na volta, impulsionado por determinação e vontade férrea, contagia o pai e o irmão Edson convencendo-os a importar novos equipamentos. O sonho ganha corpo quando em 1967 chegam as primeiras máquinas importadas da Itália, como as primeiras prensas que faziam 4 azulejos por batida, aumentando a produtividade da Eliane, e os fornos inaugurados em 1968. (Memorial Eliane, anos 60. Texto modificado em 28 de junho de 2004.).

“Seu Milo fez um empréstimo do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico de Cr\$ 6,5 milhões novos e mandou trazer os equipamentos italianos para Cocal do Sul, como relata” (SERRALHEIRO, 2004, p. 72). Começa então a produção dos primeiros decorados: os azulejos esmaltados já queimados chegavam para ser decorados de forma artesanal e a tinta era queimada num forquinho elétrico de baixa temperatura num processo conhecido como terceira queima.

A Cerâmica Eliane virava a década de 70 com uma posição privilegiada no cenário nacional de produção de revestimentos cerâmicos. Seu volume de produção correspondia, nesta época, a um terço da produção estadual, e quase a um quinto no cenário nacional. A modernização de equipamentos durante o final da década de 60 foi o principal fator que colocou a Cerâmica Eliane nesta posição de destaque. (SERRALHEIRO, 2004, p. 79)

“No ano de 1970 usava-se a técnica de hidrorrepelente, que consistia em aplicar, com tela, uma substância gordurosa na forma do desenho que se queria e, depois, recebia o esmalte e era lavada com água”¹⁶⁹.

¹⁶⁸ Memorial Eliane, anos 60. Texto modificado em 28 de junho de 2004.

¹⁶⁹ Memorial Eliane, anos 70. Texto modificado em 28 de junho de 2004.

Em 1972 começa a fabricação do azulejo 15x15 decorado feito em processo de biqueima, onde se queimava primeiro o biscoito e depois o esmalte e a decoração. Neste período a decoração era feita com apenas uma cor, mas já em serigrafia automática. Nos anos seguintes, 1973 e 1974, a decoração começa a receber mais cores. Entre os anos 1975 e 1976 entra em produção uma nova bitola (formato) 11x22.

Nos anos 70 acontece o “boom” tecnológico e produtivo da Eliane. Nesta década ela cresce em tamanho e produção, amplia o mercado e passa a variar sua tipologia de produtos antes restrita ao 15x15 e acabamentos. Inicia a produção de pisos e uma série de novos azulejos como 20x20 e 20x25. (Memorial Eliane, anos 70. Texto modificado em 28 de junho de 2004).

Já na década de 1970, Maximiliano Gaidzinski teve a visão de diversificar seus negócios. Comprou o Frigorífico Sul Catarinense S.A. – FRISULCA, localizado no distrito de Forquilha, cujo negócio era o abatimento de suínos e bovinos. Em meados da década de 1970, adquiriu um pequeno abatedouro de aves, fundando a Avícola Eliane, passando a trabalhar somente com aves e suínos. “Nascia então a Agroeliane Indústria de Alimentos S.A. (AGROELIANE) A partir de 1975, a Agroeliane começou a dar resultados financeiros e não mais depender de injeção de capital proveniente da cerâmica. Seus tempos áureos foram na década de 80” (SERRALHEIRO, 2004, p. 79).

Neste mesmo período, é fundada em 1971 a MINEL Minérios Industriais do Sul Ltda., empresa de mineração da Eliane, dirigida pelo filho Vicente Gaidzinski. Responsável pela pesquisa e extração de minerais não metálicos que servem como matéria prima para a indústria cerâmica.¹⁷⁰

¹⁷⁰ ¹⁷⁰ Memorial Eliane, anos 70. Texto modificado em 28 de junho de 2004.

Ainda em 1971, devido ao grande crescimento de suas atividades foi criada a Transportes Cocal Ltda. “O objetivo desta empresa era transportar tanto as matérias primas extraídas das jazidas da MINEL, quanto de distribuição logística dos produtos da Cerâmica Eliane e da Agroeliane” (SERRALHEIRO, 2004, p. 86).

Da contratação do engenheiro mecânico Dairo Cesa foi criada em 1975 a empresa IMECAL – Implementos Mecânicos Cocal do Sul Ltda., que tinha como propósito suprir de máquinas e equipamentos o crescimento fabril da Cerâmica ELIANE. (SERRALHEIRO, 2004, p. 82)

Em 1974 foi incorporada à Eliane a antiga Cerâmica Sartor, localizada em Criciúma. Denominada até então INPISA – Indústria de Pisos S/A era de propriedade de Sr. Zandavalle.

No ano de 1975, também foi criada a Eliane Imobiliária, responsável por projetos civis, como construção de novos pavilhões, fundações e infra-estrutura civil.

Em 1976 duas novas unidades são inauguradas, a Eliane II e a Eliane Refratários, ambas no município de Cocal do Sul.

No ano de 1978 foi adquirida a INCOPISO – Indústria e Comércio de Pisos S/A, localizada no bairro da Quarta Linha em Criciúma.

A fundação da MINEL, da Imobiliária, da IMECAL e da Transportes Cocal nos primeiros anos da década de 70 teve uma característica de verticalização do processo produtivo. Na época a empresa era dirigida pela própria família, e seu Maximiliano era o presidente da empresa e os filhos eram os seus conselheiros. Como a Cerâmica Eliane estava localizada numa região na época muito pobre em termos de infra-estrutura, “a empresa teve que apostar em unidades de negócios paralelos para dar sustentação ao seu crescimento, impulsionada pela riqueza acumulada pela geração de capital da própria cerâmica” (SERRALHEIRO, 2004, p. 87).

Fundado em 1979 por iniciativa de Edson Gaidzinski, o Colégio Maximiliano Gaidzinski, foi criado com o objetivo de oferecer aos filhos dos funcionários da Eliane e a comunidade uma educação profissional de qualidade formando técnicos em cerâmica prontamente absorvidos pelo mercado de trabalho. “A Eliane foi a primeira e continua sendo a única empresa do setor a manter uma instituição de ensino gratuito” (MEMORIAL ELIANE – ANOS 70. Texto modificado em 28 de junho de 2004).

Em 1980 as empresas Eliane passaram por uma mudança administrativa significativa. “Aos 78 anos, o fundador deixou a diretoria executiva da empresa. Em seu lugar assumiu o seu segundo filho, o Dr. Edson Gaidzinski” (SERRALHEIRO, 2004, p. 87). Ao invés de escolher seu filho primogênito que trabalhou com ele desde o início da fundação da cerâmica Eliane, Maximiliano optou por deixar a diretoria executiva nas mãos de seu segundo filho, que possuía segundo ele o perfil mais parecido com o seu.

Em 1983 foi adquirida a cerâmica ORNATO localizada no estado de Espírito Santo. Ela vinha sendo controlada até então por um “grupo composto pelo CIEC (Comércio, Indústria e Engenharia Capixaba S.A.), Viação Itapemerim S.A., FUNRES (Fundo de Recuperação Econômica do Estado do E.S.) e pelo BANDES (Banco de Desenvolvimento do Estado do E.S)” (SERRALHEIRO, 2004, p. 98). O maior diferencial da Ornato e que certamente interessou a família Gaidzinski a comprar essa empresa foi a fabricação pelo sistema de monoqueima¹⁷¹. O grande acontecimento desta década, para a Eliane, é a adoção de uma nova tecnologia de produção, a monoqueima. Neste processo o biscoito cru recebe esmalte e decoração e é queimado uma única vez.

¹⁷¹ Processo pelo qual o revestimento cerâmico (base cerâmica e esmalte) é queimado apenas uma vez.

A monoqueima reduz drasticamente o tempo de finalização do produto, pois, enquanto na biqueima pode levar até 5 dias para o produto ser finalizado na embalagem, agora leva no máximo 3 horas. Nesta década a monoqueima é utilizada apenas na produção de pisos. (Memorial Eliane, anos 80. Texto modificado em 28 de junho de 2004).

A segunda oportunidade de expansão da Eliane no território nacional se deu através da compra da PALMASA. Esta empresa pertencia a “Darci Bessone de Oliveira Andrade, um jurista que tinha fundado a empresa numa região do polígono da seca, no município de Várzea da Palma em Minas Gerais, com apoio da SUDENE e do Bando do Nordeste S.A” (SERRALHEIRO, 2004, p. 99). A compra aconteceu no ano de 1984, passando a empresa se chamar Eliane Azulejos de Minas Gerais S.A. Entrou em funcionamento apenas no ano seguinte após passar por algumas reformas e adaptações.

“A partir de 1985 a Eliane começa a participar de feiras internacionais e impulsiona as exportações que, até o final desta década, vão representar quase 20% do total das vendas” (Memorial Eliane, anos 80. Texto modificado em 28 de junho de 2004).

Outra aquisição foi a FLORÂMICA – Florâmica Indústria Cerâmica S.A., localizada na cidade de Londrina no estado do Paraná. “A empresa tinha o controle acionário do BADEP (Banco de Desenvolvimento do Estado do Paraná), o Banestado (Banco do Estado do Paraná), BRDE e a empresa italiana Welko Industriale S/A” (SERRALHEIRO, 2004, p. 100). Tendo as Empresas Eliane como sócios majoritários, em 1989 a empresa passou a se chamar ELIANE PARANÁ – Eliane Azulejos do Paraná.

A busca por estar próximo ao mercado consumidor foi o principal motivo que levou a expansão da Eliane pelo território brasileiro. A aquisição das três cerâmicas pela Eliane na década de 80 foi uma alternativa encontrada para a sua expansão, tendo em vista que construir uma nova fábrica levaria cerca de dois anos de investimentos em maquinários e construção de pavilhões. Adquirir uma fábrica já existente permitiria que as melhorias realizadas pudessem ser pagas pela produção.

Os frutos colhidos nas décadas de 60 e 70 estavam maduros com a capitalização contínua de recursos financeiros e tecnológicos, e a competitividade gerada pela alta concentração de empresas de revestimentos cerâmicos em Santa Catarina obrigou a esta corrida por novos mercados e pela liderança em mercados já existentes. (SERRALHEIRO, 2004, p. 101)

Desta forma, cresce consideravelmente o volume de produção da empresa, conseqüência da incorporação de mais unidades fabris e do início da fabricação de pisos nos tamanhos 20x30, 30x30 e 33x33.

Pela necessidade de fabricação de pisos, além das unidades adquiridas um outro pavilhão foi erguido em Cocal do Sul, onde foi inaugurada a ELIANE III. Foram adquiridos três fornos a rolo para a produção de 350.000 metros quadrados de pisos monoqueima que entraram em produção em 1988. No mesmo pavilhão foi construída uma fábrica de 3ª queima – elementos decorados para composição estética, como faixas, listelos e trims. Esta fábrica contribuiu para a flexibilização do mix de produtos da empresa, agregando valor não só a um produto, mas abrindo espaço para a venda de produtos conjugados: pisos, azulejos e acessórios.

A modernização do sistema produtivo foi uma necessidade maior após o Plano Collor, as transformações econômicas sentidas neste período como a perda da reserva de mercado fez com que a Eliane, assim como outras cerâmicas, passassem a ter como foco da produção industrial o cliente. Para isso era preciso ter produtos mais arrojados.

Em meados dos anos 90 as tecnologias mais avançadas de fabricação eram a monoporosa e o porcellanato, estes dois tipos inovadores de processos foram desenvolvidos pela Espanha e pela Itália respectivamente. “Em 1994 a Eliane dá início ao processo de fabricação em monoporosa, que leva à agilização do processo industrial e garante beleza, alto brilho e características técnicas superiores ao produto final” (Memorial Eliane, anos 90. Texto modificado em 28 de junho de 2004).

A monoporosa mesmo sendo uma tecnologia desenvolvida não gerou a Eliane a esperada vantagem competitiva tendo em vista que outras cerâmicas também optaram por este tipo de produção. Os fornecedores locais transferiram este tipo de tecnologia para as diversas cerâmicas da região. O que era pra ser um diferencial acabou sendo adotado por todos. Sendo assim, “a Eliane decidiu investir na diferenciação de produto no mercado de pisos através da tecnologia inovadora que os italianos haviam desenvolvido – o *grès porcellanato*” (SERRALHEIRO, 2004, p. 118).

A Eliane entrou no mercado de porcellanato em 1994, em parceria com a empresa italiana Flavicher para a comercialização de seus produtos num volume de cerca de cinco mil metros quadrados por mês. Porém, diferentemente de suas concorrentes, a primeira aposta da Eliane foi no processo de aprendizagem para adiantar a aquisição de uma planta de produção e, em parceria com fabricantes de máquinas e equipamentos, enviou técnicos à Itália para aprender a produzir porcellanato. (SERRALHEIRO, 2004, p. 118)

Em 1996 é criada a primeira fábrica de porcellanato das Américas, a Eliane Porcellanato. A Unidade Eliane IV foi totalmente reformulada num projeto que iniciou em 1993. “Este pioneirismo resultou numa vantagem competitiva interessante para a Eliane. Entre os anos de 1996 e 2000, apenas a Eliane produzia revestimento de porcellanato técnico – ou seja, não esmaltado – no país” (SERRALHEIRO, 2004, p.

119). Seu avanço tecnológico é tamanho que só foi alcançado pela concorrência 5 anos depois. A Eliane Porcellanato foi também um marco mundial, pois foi a primeira indústria cerâmica do mundo a receber a certificação ISO 14001 de Gestão Ambiental (1997). Com isto a Eliane alinha-se às principais produtoras mundiais. O Porcellanato Eliane tornou-se um produto globalizado, destacando-se sempre nas feiras mundiais do setor. Para a Eliane os anos 90 ficou conhecido como a década da internacionalização consolidando-se no mercado mundial.

A Eliane adquire a segunda linha de produção em 1998 e aumenta sua capacidade para 140 mil metros quadrados por mês. Para sustentar o desenvolvimento de mercado do novo produto e criar a demanda necessária para seu crescimento, a Eliane investiu pesado em marketing. (SERRALHEIRO, 2004, p. 118)

O contexto enfrentado pela Eliane neste momento tendo agora sua dinâmica imposta pelo mercado fez com que a empresa além de remodelar seus produtos passasse por uma reforma na sua estrutura organizacional. Iniciou o período de profissionalização da diretoria executiva da empresa.

Este processo culminou com a posse do então diretor industrial Adriano Lima frente à presidência executiva, em 1995, substituindo o Dr. Edson Gaidzinsk, sob a exigência do Banco Mundial para investimentos na empresa de que não deveria existir membros da família na diretoria executiva. A partir deste evento, os membros da segunda geração se limitaram a tomar parte do Conselho de Administração. (SERRALHEIRO, 2004, p. 122)

Após sofre com a crise do setor desencadeada pelo Plano Collor, a Eliane viveu maus momentos com o início do Plano Real em 1994. “Ninguém sabia trabalhar com a falta de inflação (...) o mercado começou a ditar o preço, e a competição ficou mais acirrada. A maior crise da Eliane foi em 1994” (SERRALHEIRO, 2004, p. 123). A

estratégia adotada foi o foco em seu *core bussiness*, a cerâmica de revestimento, com a venda da Agroeliane para a Ceval Alimentos S.A. e venda de ativos e terceirização de algumas das empresas criadas para dar suporte estratégico ao seu crescimento no passado.

A partir de 1996, a Imecal deixou de realizar montagens industriais e aos poucos suas operações foram sendo terceirizadas pelos próprios funcionários. O mesmo processo ocorreu com a Imobiliária e com a Minel. A Imobiliária foi extinta como empresa, e a Minel e a Imecal foram incorporadas pela Magasa e se transformaram em no seu Departamento de Engenharia.

Este processo tinha como principal objetivo a focalização dos recursos do grupo empresarial em seu *core bussiness*: a cerâmica de revestimentos. O outro objetivo foi de eliminar os altos custos financeiros gerados pelo desempenho negativo que as empresas de apoio estavam dando nos anos anteriores. A criação destas empresas na década de 70 teve o intuito de alavancar o crescimento industrial que a Eliane vinha obtendo na época. Porém, as empresas sempre serviram para apoiar as Empresas Eliane, e não se abriram para o mercado. (SERRALHEIRO, 2004, p. 124)

Segundo Serralheiro (2004), este foi o erro da Eliane investir em outros setores em vez de modernizar o setor cerâmico. Para desfazer este equívoco desfez das empresas de apoio e passou a terceirizar estes serviços e dedicou-se a década de 90 quase que totalmente para a modernização de suas unidades produtivas. Isso resultou numa série de financiamentos com os fornecedores que mais tarde com as crises existentes tornaram se grandes dívidas. “As Empresas Eliane então começaram a deixar de pagar taxas e impostos para poder pagar os funcionários e também seus fornecedores de matéria prima. Isto causou um bolsão de dívidas” (SERRALHEIRO, 2004, p. 126). Em 1998 é feito um empréstimo junto à Corporação Financeira Internacional no valor de US\$ 40 milhões.

No meio desta onda de modernização, a Eliane adicionou a produção de peças especiais para piscina com a aquisição da Ceramus Produtos Cerâmicos Ltda. e a IASA – Indústria de Azulejos S.A., ambas localizadas no estado da Bahia. Estas duas

fábricas pertenciam ao Grupo Brennand, tradicional investidor baiano no ramo de revestimentos cerâmicos, mineração, vidro, agropecuária e do setor sucroalcooleiro. “Como as marcas produzidas por estas unidades – a Terra Grês e a IASA respectivamente – eram muito fortes no mercado, a decisão de compra se deveu ao posicionamento lateral de mercado” (SERRALHEIRO, 2004, p. 127). Além disso, o fato de estar perto do Porto de Camaçari, facilitando as exportações, e a proximidade do pólo petroquímico diminuí os custos com o gás.

Atualmente, a Eliane vem passando por uma nova reestruturação¹⁷², a segunda ao longo de sua história. Em 2007 foram fechadas duas unidades industriais, uma no estado do Espírito Santo e a outra no Paraná.

Diante de dificuldades pelo atual nível do câmbio para manutenção das exportações e com um mercado interno mais concorrido, a empresa optou por concentrar sua produção na Bahia e em Santa Catarina, fechando duas unidades, uma em Londrina (PR) e outra na Grande Vitória (ES). Também colocou em curso um plano de reestruturação da dívida, com intenção de alongamento do seu perfil. (Eliane inicia reestruturação e fecha fábricas. Texto modificado em 03 de setembro de 2007).

A fábrica situada em Londrina foi fechada em 9 de agosto de 2007, e possuía 110 funcionários. Os motivos que levaram ao seu fechamento foram os custos altos devido a utilização de GLP e a grande concorrência no mercado local. Já a fábrica do Espírito Santo contendo 115 trabalhadores foi fechada em 17 de julho de 2007, devido sua produção estar voltada ao mercado externo e a empresa ter apresentado quedas nas exportações. “Os maquinários do Espírito Santo estão sendo transferidos para

¹⁷² Esta nova reorganização impossibilitou a realização de visitas e aplicação de entrevistas na Cerâmica Eliane. Segundo a empresa, devido a nova ocupação dos cargos gerenciais não seria possível marcar entrevistas com funcionários da empresa.

Camaçari (BA), onde a empresa possui uma unidade, e que agora passará por ampliação. As máquinas de Londrina seguem para Santa Catarina”.¹⁷³

3.5 CONSIDERAÇÕES A GÊNESES DAS EMPRESAS

Quando se fala na origem das cerâmicas, muitos autores mencionam o carvão como se fosse a única forma de acumulação de capital existente na região. Goularti (2002) apresenta a proposta na qual afirma que a origem da indústria cerâmica local está baseada na pequena propriedade, entretanto, as origens das empresas são diversas. Segundo ele, algumas se originaram de pequenas olarias, outras através da acumulação comercial. Do desdobramento do setor carbonífero, surgiram apenas a Cecrisa, a Gabriella e a Eliane. Pensando dessa forma, muitos autores estariam equivocados ao ligar a origem do setor cerâmico Sul Catarinense somente à atividade da extração do carvão, pois apenas três empresa teriam essa origem, tendo a maioria outras origens.

De acordo com os exemplos dados neste capítulo, pode-se concluir que Diomício Freitas, de origem humilde, tem sua base na pequena agricultura exercida por seu pai, a quem ele ajudava quando menino e, ao longo da sua vida, foi conquistando os negócios através de seu trabalho. Como muitos, também utilizou os recursos estatais, todavia vale salientar que isso não ocorreu no início, somente a partir da compra da Carbonífera Caeté. Anteriormente, como já foi mencionado, Diomício Freitas trabalhou

¹⁷³ Eliane inicia reestruturação e fecha fábricas. Texto modificado em 03 de setembro de 2007.

na Estrada de Ferro Dona Tereza Cristina, efetuando trabalhos eventuais, como venda de seguros, de jornais e revistas e de alguns artigos como farinha de mandioca, por exemplo. Passou para a atividade carbonífera como pequeno empreiteiro, descobrindo uma jazida próxima de sua casa, depois, associou-se a outros pequenos empreiteiros e, juntos, arrendaram um terreno para extração. Somente com a descoberta do beneficiamento da moinha, é que houve um salto com relação à lucratividade, pois eram os únicos que a comercializavam e ainda ganhavam uma comissão pela venda da moinha das outras carboníferas. Essa acumulação de capital deu-se de forma gradativa, e os investimentos eram feitos pelo “próprio bolso”. Assim como Diomício, Maximiliano Gaidzinski e Gilson Heitor Zanette, proprietários da Cerâmica Eliane e da Gabriella Revestimento Cerâmicos, respectivamente, também tiveram origem humilde. O primeiro conforme seu é demonstrado em sua trajetória passou vários momentos de acumulação o que pode ser considerado dentro da gênese de pequena produção mercantil. O segundo, pode ser associado a quadros de escritório.

Como Mamigonian (1966) explica, os capitais locais possuem origens diversas: pessoas que já eram industriais, ligadas ao comércio de importação e exportação; representantes comerciais, quadros de escritório e comerciantes varejistas; mão-de-obra qualificada e artesãos.

A origem do capital de Diomício Freitas está ligada a quadros de escritório, tendo em vista que trabalhou durante anos na estatal EFDTC e também tendo a origem do seu trabalho na mineração avaliado como pequeno modo de produção. Essa origem e o processo de acumulação enquadram-se na pequena produção mercantil.

Essas cerâmicas nasceram da diversificação desses capitais, assim como outros negócios já haviam surgido; portanto discorda-se quando se afirma que a origem das cerâmicas é somente um desdobramento do capital carbonífero. Certamente a atividade carbonífera foi muito significativa e proporcionou a ascensão de muitos industriais e empresários. Entretanto, em momento anterior a ela, existiram outros negócios, outras formas de acumulação que não podem ser esquecidas e que determinaram as gêneses e evoluções desses grupos. Assim, propõe-se que a origem do capital da Eliane, da Gabriella Reestimentos Cerâmicos e da Cecrisa Revestimentos Cerâmicos está, sim, baseada na pequena produção mercantil, tendo em vista a pesquisa realizada sobre a trajetória de seus fundadores, e não somente no carvão, como se tem dito, pois este serviu apenas como impulsionador desses capitais.

4. FUNCIONAMENTO GEOECONÔMICO DAS CERÂMICAS DE REVESTIMENTO CERÂMICOS SUL-CATARINENSES

Neste capítulo, mediante a análise dos aspectos: estrutura técnico-produtiva, maquinário/tecnologia, matéria-prima, mão de obra e mercado – alcance geográfico das vendas, será possível traçar o perfil do setor cerâmico catarinense, considerando as relações existentes entre os itens citados, tanto das empresas a montante como das empresas a jusante dessa cadeia produtiva. Portanto, pela análise da evolução do processo fabril, possibilitar-se-á entender o processo de inserção das indústrias cerâmicas no mercado nacional e internacional, já mencionado no capítulo anterior.

4.1 ELEMENTOS DA CADEIA PRODUTIVA

A cerâmica de revestimento constitui um segmento da indústria de transformação, de capital intensivo, inserido no ramo de minerais não-metálicos, e tem como atividade a fabricação de pisos e azulejos. Está incluída no complexo industrial de materiais de construção.

O setor cerâmico do sul de Santa Catarina não só concentra grandes unidades produtoras de revestimentos, como também concentra a maioria das indústrias cerâmicas do Estado e também outras indústrias relacionadas ao setor, tais como máquinas e equipamentos, insumos, embalagens, fritas, corantes, tijolos refratários, além de transportes e outros serviços. Essa aglomeração setorial começa a atrair investimentos e a ganhar novos serviços de apoio, que se constituem em importantes

economias externas e de aglomeração, proporcionando ao setor renovadas vantagens locacionais.

Devido à dinâmica do setor de revestimentos cerâmicos, surgiu uma série de empresas ligadas ao setor a montante e a jusante da cadeia produtiva, “o que atraiu empreendimentos de outros locais (como multinacionais), ligadas ao setor”. (FONTANELLA, 2001: 33) ¹⁷⁴

Criou-se na região uma indústria complementar, fornecedora de matérias-primas, indústrias mecânicas e metalúrgicas (para fabricação de máquinas, equipamentos e até cerâmicas inteiras, por encomenda, inclusive para exportação), indústrias de esmalte, fabricantes de telas serigráficas, de estampa cerâmica, e mais uma série de insumos que alimentam a cadeia produtiva. (FONTANELLA, 2001: 33)

Fabre (1999), em seu estudo, menciona que a cadeia produtiva de revestimentos cerâmicos inicia com a mineração das matérias-primas, segue com os produtores de maquinário, fritas, esmaltes e corantes, embalagens, indústrias de revestimentos cerâmicos, distribuidores dos mercados interno e externo, que podem ser a construção civil ou o cliente individual. Essa junção de empresas inter-relacionadas permite uma maior credibilidade ao setor cerâmico catarinense, agregando, ainda, mais vantagens locacionais, atraindo novos empreendimentos para a região.

4.1.1 Atividades a montante da cadeia produtiva

¹⁷⁴ “Instalaram-se na região filiais dos gigantes mundiais das fritas metálicas, esmaltes e corantes, de uso obrigatório no acabamento de revestimentos cerâmicos”. (FABRE, 1999: 77)

As atividades que compõem a montante dessa cadeia produtiva são a mineração e beneficiamento das matérias-primas (composta por empresas mineradoras e coloríficos), indústrias de produção de bens de capital (tecnologia, máquinas e equipamentos), escritórios de *design* e empresas de assistência e manutenção.

A mineração constitui a etapa inicial da cadeia produtiva de revestimentos cerâmicos. A extração e beneficiamento das matérias-primas minerais existentes na região sul catarinense e fora dela não possui a tradição de utilizar tecnologias avançadas, como as do processo produtivo da indústria cerâmica de revestimentos. É na fase de produção das matérias primas utilizadas pelas cerâmicas e coloríficos, que se encontram as maiores defasagens tecnológicas. Parte das deficiências da homogeneização e constância das matérias-primas é consequência da falta de conhecimento e controle das características tecnológicas do minério na jazida, decorrente, por sua vez, da carência de pesquisa mineral prévia.

Fabre, em 1999, já mencionava que a maior parte da matéria-prima utilizada vinha da própria região: “as argilas (comuns e especiais) conseguem suprir cerca de 71% das necessidades das empresas cerâmicas; os 29% restantes são oriundos de outras regiões do país; o caulim, mineral muito abundante na área, supre em torno de 52% das quantidades demandadas pelos produtores de revestimento e o silicato, de menor uso, tem reservas na região para cerca de 62% das demandas dos ceramistas”. Existem também matérias-primas pouco encontradas na região, como é o caso da bentonita, do calcário, filito, quartzo e talco. Estas são supridas por outras regiões brasileiras.

No passado, a maior parte das cerâmicas possuía sua própria jazida para ser explorada, como era o caso da Cecrisa e Eliane.

Na fase da produção pioneira – antes da década de 70 – a mineração de argilas e algumas outras MP minerais era uma atividade praticamente integrante do organograma das empresas produtoras de revestimentos, constituindo o primeiro passo da produção verticalizada do setor. Para isso contribuíam: a localização das jazidas em áreas próximas às plantas industriais cerâmicas, a abundância dessas reservas e o know-how dos empresários da região no trato das questões legais e técnicas relacionadas com a pesquisa e lavra, haja vista que alguns deles já exerciam atividades de mineração de carvão, fluorita e similares, não raro, havia casos em que as reservas de MP para cerâmicas localizavam-se nas próprias terras que tinham em seu subsolo minerais como carvão, fluorita e outros. (FABRE, 1999:83)

O processo de desverticalização do setor cerâmico da mineração deve-se a vários fatores, como: as cerâmicas que se instalaram posteriormente não desfrutaram das mesmas facilidades na obtenção de jazidas; a necessidade de especializar-se em seu segmento. A preocupação ambiental exigida pela sociedade, aumentando os custos da extração, fez com que muitas cerâmicas se desligassem dessa parte do processo.

O resultado desse processo foi o aparecimento de empresas mineradoras de pequeno e médio porte. Estas não possuem subsídios para realizar pesquisas geológicas, ocasionando uma série de extrações predatórias e operações de homogeneização da matéria-prima deficientes. Contudo, há ainda grandes mineradoras que têm investido em pesquisa e tecnologia, “como geoestatística, procedimentos detalhados de estudos geológicos e complementados por melhores sistemas de processamento, o que permite a caracterização ideal, modelagem e quantificação dos depósitos minerais”.¹⁷⁵

Outro segmento importante que faz parte da montante da cadeia produtiva de revestimentos cerâmicos são os coloríficos produtores de esmaltes, fritas e corantes.

¹⁷⁵ FABRE (1999), p. 85.

Na região sul catarinense, esse setor é dominado pelas multinacionais Esmaglass, Torrecid, Ferro Enamel, Frita S.L. e Vidres do Brasil. Dentre elas estão também as brasileiras Colorminas e Vidrados B.S.

O primeiro coloríficos a se instalar na região foi a Ferro Enamel em 1979. A criação desse setor veio para ajudar na fabricação dos corantes, esmaltes, granilhas, e também *design*, que é a decoração do piso. Esses produtos são necessários para a finalização dos revestimentos cerâmicos. Assim, muitas indústrias cerâmicas passaram a depender muito dos coloríficos na questão de desenvolvimento de produto. Os coloríficos, em parcerias com os clientes (as cerâmicas), criam projetos de *design* “a partir de concepções originais de suas matrizes ou de projetos aqui criados”.¹⁷⁶ Esse processo, anteriormente, era realizado pelas próprias cerâmicas, pois cada uma tinha seu próprio laboratório de pesquisa e desenvolvimento. As maiores cerâmicas ainda o possuem, mesmo assim não deixam de trabalhar em parceria com os coloríficos.

“Há uma concorrência muito acirrada entre os coloríficos, com verdadeira ‘guerra’ pelo mercado regional e nacional, o que redundando em produtos melhores e de preço mais baixo”.¹⁷⁷ Desta forma, muitos coloríficos, tanto os nacionais como os multinacionais, já possuem filiais nos polos cerâmicos de São Paulo, como é o caso da Colorminas, Vidrados B.S., dentre outras.

As embalagens de papelão ondulado são fabricadas na região por apenas 3 empresas, que suprem cerca de 42% da demanda regional, que é completada por fornecedores dos dois estados vizinhos e por São Paulo. O setor tem potencial de crescimento e, aliás, já foi bem mais expressivo, nas décadas de 70/80, quando fornecia a quase totalidade da demanda das cerâmicas regionais. (FABRE, 1999: 87)

¹⁷⁶ FABRE (1999), p. 86.

O setor fornecedor de maquinário e equipamentos para as indústrias cerâmicas é representado pela empresa líder do setor, regionalmente, a Industrial Conventos. Essa empresa é “uma das quatro principais fornecedoras de máquinas e equipamentos para cerâmicas de revestimento operando no país [...] Uma outra empresa da região sul (ENTEC, de Siderópolis) fabrica as unidades de moinhos, atomizadores e silos”.¹⁷⁸ Há empresas que produzem telas serigráficas e estampos para prensas, utensílios utilizados pelas cerâmicas no setor de esmaltação.

A Industrial Conventos destaca-se no setor pela ascensão alcançada no mercado, conseguindo competir com empresas estrangeiras como a Sity, mesmo sendo uma empresa de origem local.¹⁷⁹

Também fazem parte do montante do processo produtivo cerâmico as oficinas de manutenção e assistência técnica, muitas vezes montadas por ex-funcionários das indústrias cerâmicas.

4.1.2 Produto

As placas cerâmicas de revestimento são utilizadas, principalmente, para revestir e dar acabamento a superfícies lisas, em espaços residenciais, comerciais, industriais e em ambientes externos. Estão sendo bastante utilizadas devido a sua estética e funcionalidade. Ainda assim, encaram a concorrência de vários produtos, como:

¹⁷⁷ FABRE (1999), p. 86.

¹⁷⁸ FABRE (1999), p. 87.

¹⁷⁹ O histórico da Industrial Conventos já foi mencionado no item do 3.4.6 do terceiro capítulo.

madeira, carpete, tecidos, pedra (ardósia, mármore, granito e outras), vinil, plástico e papel.¹⁸⁰

Em relação a seus concorrentes, as peculiaridades mais favoráveis aos revestimentos cerâmicos são: “durabilidade, resistência mecânica, facilidade de limpeza, resistência à água e ácidos, não ser inflamável, ser higienicamente inerte e inorgânica, e não ter limites para o desenho estético em sua superfície”.¹⁸¹ O preço mais elevado de outros produtos, como rochas naturais, também favorecem a utilização de revestimentos cerâmicos.

As placas cerâmicas são constituídas, em geral, de três camadas: a) o suporte ou biscoito; b) o engobe, que tem função impermeabilizante e garante a aderência da terceira camada e c) o esmalte, camada vítrea que também é impermeabilizada, além de decorar uma das faces da placa.

Os tipos de cerâmicas de revestimento são classificados formalmente em classes de absorção d'água, o que determina seu uso. As placas com menor grau de absorção de água são recomendadas para pisos externos que sofrerão grandes esforços durante sua utilização, como locais públicos, *shopping centers*, aeroportos e escolas. Esse é o caso do grés porcelânico.

As placas com maior grau de absorção são os azulejos, que devem ser utilizados em paredes internas, pois a absorção d'água facilita o assentamento.

(Disponível em: <<http://www.bndes.gov.br/conhecimento/Bnset/set1005.pdf>> Acessado em: 12 de janeiro de 2009)

4.1.3 Matérias-primas

As cerâmicas de revestimentos de pisos e paredes apresentam uma variedade de produtos, devido às possibilidades de combinações, “destacando-se: escolha de massa; forma de preparo; tipo de conformação da peça; tipo de acabamento da

¹⁸⁰ Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/conhecimento/Bnset/set1005.pdf>

¹⁸¹ SOUZA (2006), p. 29.

superfície; processamento térmico; e, conseqüentemente, das características técnicas do produto”.

A cerâmica contém matérias-primas naturais e sintéticas. O corpo cerâmico compõe-se de matérias-primas naturais, argilosas e não argilosas. Os materiais argilosos são formados de uma mistura de diversos tipos e características de argilas para dar a composição desejada e são a base do biscoito. Os materiais não argilosos como, quartzo, feldspato e caulim, servem para sustentar o corpo cerâmico ou promover a fusão da massa. Os materiais sintéticos são utilizados para a produção de esmaltes e engobes. (Disponível em: <<http://www.bndes.gov.br/conhecimento/Bnset/set1005.pdf>> Acessado em: 12 de janeiro de 2009)

As matérias-primas utilizadas na indústria cerâmica podem ser classificadas como plásticas e não plásticas. As plásticas são essenciais na fase de conformação enquanto as não plásticas atuam mais na fase do processamento térmico. As plásticas são as de queima branca ou clara, “caulim e argilas plásticas (queima vermelha)”.

As argilas são compostas por “caulinita e outros argilominerais subordinados (illita e esmectita), com variável conteúdo de quartzo, feldspato, micas e matéria orgânica”. Esses minerais fornecem “plasticidade, maleabilidade e resistência mecânica e refratariedade”. A cor de queima branca deve-se aos baixos teores de ferro e outros elementos corantes, sendo uma característica rara, tornando-as escassas. Os depósitos mais comuns são de pequeno porte e encontram-se em planícies atuais, sob a forma de bolsões descontínuos e erráticos, dificultando sobremaneira a pesquisa e lavra. Depósitos de maior porte ocorrem associados a sedimentos cenozóicos pré-atuais e a unidades sedimentares mais antigas, como é o caso das argilas “Barro Branco” de Santa Catarina.

O caulim composto principalmente por argilomineral caulinita pode ser acrescentado ou substituído às argilas. Apresenta plasticidade e “resistência mecânica

a seco inferior e a estas argilas, mas comportamento na queima semelhante ou superior, além de menor conteúdo de matéria orgânica”. Esse é uma das matérias-primas mais importantes, por ser o material plástico de queima branca mais abundante que as argilas.

Dentre as não plásticas estão filitos, fundentes feldspáticos (feldspato, granito, sienito etc.), talco e carbonatos (calcário e dolomito). O filito e o talco apresentam também características plásticas. O quartzo (material não plástico) geralmente já está incorporado a outras substâncias minerais (argilas, filitos e fundentes feldspáticos).

As argilas fundentes são compostas por uma mistura de argilominerais como a illita, caulinita e esmectita, com proporção variada de quartzo e outros minerais não plásticos, com presença de óxidos fundentes. No Estado de São Paulo, essas argilas compõem 100% das massas cerâmicas dos revestimentos via seca (Polo de Santa Gertrudes), e de 10 a 20% dos revestimentos via úmida do Polo de Mogi Guaçu, totalizando uma produção anual superior a dois milhões de toneladas. Existem no Paraná e em Santa Catarina depósitos com argilas similares a essa. A mineração desse tipo de argila é feita da seguinte forma: decapamento, perfuração, escavação, carregamento, transporte e estocagem.

Embora o feldspato não seja usado na produção das massas, é utilizado pela indústria cerâmica para a composição de engobe e vidrado, utilizados nas superfícies dos biscoitos. Os minerais desse grupo possuem geralmente alta pureza química e mineralógica, são extraídos de pequenas minas distantes dos centros ceramistas.

4.1.4 Processo Produtivo: transformação da biqueima para monoqueima

No processo de biqueima, identificam-se as peças cerâmicas esmaltadas obtidas por meio de duas sucessivas queimas. A primeira visa a atender somente ao suporte e a segunda à superfície esmaltada. A produção de biqueima ainda hoje é utilizada em várias partes do mundo e originou-se em fornos de túnel, sobre carros, onde as peças cerâmicas são secadas e colocadas uma em contato com a outra em pilhas sucessivas.

Após a primeira queima (do suporte base), o produto originário, chamado de “biscoito” é escolhido e levado à linha de esmaltação para deposição do esmalte cerâmico e aplicação dos efeitos superficiais definidos no *design* do produto. A fase seguinte é a segunda queima, que pode ser executada em carros-estante ou em fornos a rolo. Uma das empresas da região que ainda realiza esse processo é a Incocesa, pertencente ao Grupo Cecrisa e localizada no município de Tubarão.

No processo de monoqueima, são queimados, simultaneamente, a massa argilosa, que constitui o suporte, e o esmalte, em temperaturas elevadas (geralmente acima de 1.000 C). Esse processo determina maior ligação do esmalte ao suporte, conferindo-lhe melhor resistência à abrasão superficial, além de resistência mecânica e química, e uma absorção de água relativamente baixa. Tais características apresentam índices melhores do que os obtidos pelo processo de biqueima.

A tecnologia utilizada na monoqueima – que representa um salto tecnológico em relação à biqueima – permite atualmente produzir materiais de elevado conteúdo estético, com excelentes características de resistência. Devido às suas propriedades, esses materiais são indicados para utilização como revestimentos de pisos interiores e exteriores, locais de tráfego intenso e hospitais.

A Portinari, a Eldorado, ambas cerâmicas do Grupo Cecrisa, realizam esse tipo de processo.

4.1.5 Monoporosa

A produção de azulejos pelo processo de biqueima apresentou sensível evolução com a instalação do processo de monoqueima às suas características técnicas. O novo processo denominado de monoporosa integra ao seu processo produtivo secadores horizontais e fornos de última geração, aumentando a produtividade e qualidade dos produtos. No processo de biqueima, temos duas queimas: a primeira da massa e a segunda do esmalte, ao passo que na monoporosa (monoqueima porosa) tanto a massa como o esmalte são tratados por uma única queima. Novas formulações de massa e esmalte foram desenvolvidas visando a adaptar o produto aos novos ciclos de queima. Esse processo é utilizado na cerâmica Portinari, pertencente ao Grupo Cecrisa em Criciúma.

4.1.6 Porcellanato Técnico

O Porcellanato Técnico é um revestimento cerâmico com uma estrutura compacta, caracterizada por uma fase cristalina imersa em uma fase vítrea, com características semelhantes à porcelana. Caracteriza-se por ter uma absorção de água inferior a 0,5%, o que lhe confere uma alta resistência mecânica e uma série de outras

características técnicas e estéticas, até então não alcançadas nos revestimentos cerâmicos convencionais.

Para produzirmos esse tipo de revestimento necessita-se de matérias-primas especiais e de um processo produtivo diferenciado em relação ao atualmente utilizado para produção de pisos cerâmicos tradicionais. Dentro da classificação de Porcellanato, há três tipos:

- Porcellanato Natural: Somente a massa cerâmica prensada e queimada, não sendo aplicado nenhum outro tratamento superficial;
- Porcellanato Técnico: Massa cerâmica com tratamento de cores e granulometrias para produção de efeitos estéticos que, após a prensagem, queima e polimento, são evidenciadas.

Porcellanato Esmaltado: Massa cerâmica que, após a prensagem e secagem, recebem aplicação de esmalte cerâmico, serigrafia e efeitos superficiais, para serem evidenciados após a queima.

As materiais-primas utilizadas para a composição da massa de um porcellanato (feldspato, quartzo, argilas e caulim) devem ter altos teores de pureza, ou seja, isentos de material orgânico, baixíssimos teores de óxido de ferro e outros contaminantes. Para tal, há a necessidade de uma extração seletiva e até um beneficiamento prévio, o que as torna de custo mais elevado em relação às tradicionais.

Segue abaixo um quadro comparativo entre todos os tipos de processos produtivos existentes nas cerâmicas da região de Criciúma/SC.

Quadro 2 – Vantagens e desvantagens dos processos produtivos de revestimentos cerâmicos

Itens	Biquiema		Monoqueima			
	Tradicional	Rápida	Revestimento		Porcellanato	
			Pavimento	Esmaltado	Técnico	
Custo de Mat. Primas	Médio	Baixo	Médio	Médio	Médio	Alto
Consumo Energético	Alto	Alto	Baixo	Baixo	Médio	Médio
Instalações Industriais	Alto Invest.	Alto Invest.	Médio Invest.	Médio Invest.	Médio Invest.	Alto Invest.
Formatos	Com Limite	Sem Limite	Sem Limite	Sem Limite	Sem Limite	Sem Limite
Absorção(*)	Alta	Média	Média	Baixa	Baixíssima	Baixíssima
Resistência Mecânica (*)	Baixa	Baixa	Baixa	Alta	Altíssima	Altíssima
Valor Agregado	Baixo	Médio	Médio-Alto	Médio-Alto	Alto	Altíssimo

(*) Quanto mais baixa a absorção e mais alta a resistência mecânica, melhor será a qualidade do revestimento

4.2 FASES DO PROCESSO PRODUTIVO – MONOQUEIMA/MONOPOROSA

4.2.1 Preparação da massa

A matéria-prima do processo industrial é estocada no pátio da fábrica, proveniente das jazidas próprias ou de terceirizados, definidas após análises das suas características físico-químicas. Algumas matérias primas são: argila, talco, feldspato, chamote e filito. No interior da fábrica, elas são estocadas em “boxes” com paredes laterais em concreto armado, de forma individual. Posteriormente entram no processo de pesagem, visando a atender à formulação previamente definida. São pesadas de vinte a vinte e duas toneladas de matéria-prima.

Após essa etapa, por meio de coréias transportadoras, são descarregadas em moinhos de bolas, para o processo de moagem. O moinho gira de cinco a seis horas para o piso e sete para o azulejo. Após a moagem, tem-se como produto a barbotina (líquida), que é estocada em tanques com agitadores. No descarregamento, passa por duas peneiras com malhas 80 e 60.

4.2.2 Preparação do pó atomizado

A barbotina é conduzida por bombas apropriadas ao tanque de serviço do equipamento chamado atomizador, que é composto de um gerador de ar quente gerando calor a 960 C, colocando no atomizador gases a uma temperatura de 560 C. Bombas de alta pressão lançam a barbotina no seu interior na forma de *spray*. A barbotina, ao encontrar o ar quente gerado, tem o seu conteúdo de água evaporado para o exterior da fábrica em forma de vapor-d'água, e a parte sólida cai sobre uma correia transportadora na parte inferior do atomizador. Essa parte sólida é chamada de pó atomizado. A produção é de 500 toneladas de pó, com uma umidade de 6,6% a 7,2%. Após a atomização, o pó é armazenado em silos para homogeneização.

4.2.3 Prensagem

O pó atomizado é lançado em cavidades de prensas hidráulicas, onde é submetido à alta pressão, já apresentando nessa etapa – condicionado ao ferramental instalado – a sua forma definitiva, caracterizado por baixa resistência mecânica e presença de umidade, sendo denominado cerâmica.

4.2.4 Secagem

Essa etapa destina-se a preparar a superfície da bolacha para o acabamento superficial, começando pela secagem das peças, visando a retirar a umidade existente, melhorar sua resistência mecânica e agregar temperatura à peça para o trabalho de esmaltação. A temperatura de saída, dependendo do formato, é de 90 a 120 C.

4.2.5 Esmaltação

Nessa etapa começa a ser preparado todo o processo de acabamento superficial, atendendo a todas as características de superfície para o produto.

4.2.6 Estocagem

Os produtos gerados pelas linhas de esmaltação são dirigidos a um estoque intermediário (denominado pulmão), antes da alimentação dos fornos, visando a sua alimentação constante, evitando desta forma perda de eficiência do equipamento.

4.2.7 Forno

O produto esmaltado segue posteriormente para o forno, que, por meio de curva de queima e atmosfera interna controladas, efetua a queima do substrato e das deposições efetuadas na linha de esmaltação, dando a característica final do produto.

4.2.8 Escolha

Na saída do forno está instalada uma máquina de escolha automática, onde os efeitos superficiais são verificados visualmente pelo operador, e as características dimensionais e de planaridade são verificadas automaticamente pelo equipamento.

Após os processos de escolha e classificação, as peças são liberadas para o encaixotamento e identificação de qualidade e bitola, seguindo posteriormente para a paletização automática. Completos os estrados, estes são retirados por empilhadeiras e estocados na expedição.

4.3 DIFERENCIAÇÃO DOS PROCESSOS VIA SECA E VIA ÚMIDA

A grande produção de cerâmica de revestimentos (piso e parede) no Brasil pode ser classificada de acordo com o processo de preparação de massa: via úmida e via seca. A esses processos associa-se, grosso modo, a cor de queima dos suportes (ou biscoitos): branca e vermelha.

As cerâmicas que utilizam o processo “via úmida” produzem revestimentos a partir da mistura de várias matérias-primas (argilas, materiais fundentes, talco, carbonatos, etc.) que é moída e homogeneizada em moinhos bola, em meio aquoso, seguido por secagem e granulação da massa em *Spray dryer* (atomizador), indo posteriormente para conformação, decoração e queima. Na produção “via úmida” há uma preferência por selecionar matérias-primas de cores brancas e claras para atribuir essa tonalidade ao biscoito.

O segmento de via úmida está concentrado na região sul do país, no polo cerâmico de Criciúma e, secundariamente, no Paraná. No Estado de São Paulo, abrange os polos de Mogi Guaçu, da Grande São Paulo e outras unidades localizadas.

Já no processo de fabricação “via seca”, utiliza-se apenas argilas de queima vermelha ou avermelhada. A produção “é feita pelas operações de lavra, secagem e moagem a seco, seguindo-se para os processos cerâmicos subsequentes.

O grande produtor desse revestimento é o Polo de Santa Gertrudes, no Estado de São Paulo, e a argila é proveniente da Formação Corumbataí (permocarbonífero da Bacia do Paraná). Para a composição da massa, geralmente é escolhida “uma mistura de rocha fresca mais fundente, com rocha parcialmente alterada, mais plástica”.

4.4 ATIVIDADES A JUSANTE DA CADEIA PRODUTIVA

As atividades ligadas ao serviço de vendas, distribuição do produto até o cliente final, encerram a cadeia produtiva de revestimentos cerâmicos. No segmento de vendas, podem-se destacar: as ações de abordagens aos clientes relacionadas no interior da indústria cerâmicas por meio de departamentos especializados, escritórios regionais, *showroom*, representantes, os grandes distribuidores como *Home Centers* e lojas especializadas.

Os *Home Centers* ditam as regras, no mercado interno brasileiro, de preço e tipo de produto; assim, muitas empresas ficam dependentes, pois eles servem como uma vitrine em relação ao que o setor está fazendo.

A Itagres é uma. Apesar de ter uma parcela não tão grande no *Home Center* porque somos uma empresa de grife, mesmo assim dependemos dele. O consumidor de uma capital vai a um *Home Center*, vê o que tem e depois ele compra numa lojinha que ele tem a amizade, que ele tem acesso. Mas a maioria ainda compra no *Home Center*.

Então participar hoje de uma V&C, de uma Cassol é importante tanto na venda que você precisa quanto institucional. Entendeu? Porque se você não estiver lá, a sua marca acaba não sendo forte. É uma maneira de alavancar a marca. Muitas vezes ela não te dá tanta rentabilidade. Vender para um *Home Center* chegou a um ponto, a empresa já chegou a um ponto de você empatar e até perder, ou seja, até pagar pra vender lá. (Informação Verbal. Entrevista realizada com Odair Alves Moreira, Gerente Nacional de Vendas da Itagres, em 5 de setembro de 2007)

Há também as lojas especializadas de vários seguimentos, tanto para as classes C e D com produtos mais populares e de baixo custo quanto às boutiques especializadas nas classes A e B com produtos diferenciados de alto valor agregado. Essas vendem produtos que dificilmente serão encontrados em *Home Center*, pois sua clientela prima pela exclusividade e sofisticação. A Portobello, a Cecrisa, a Eliane e a Itagres possuem

showroom especializados nesse segmento, com grande diferencial no atendimento, além de profissionais altamente treinados, como arquitetas que realizam projetos e acompanhamento da obra do cliente. A Itagres possui duas lojas próprias em Porto Alegre, e *showroom* na própria fábrica, onde também se fazem vendas.¹⁸² A Cecrisa possui três *showrooms*, um em Criciúma, um em Florianópolis e o outro em São Paulo.¹⁸³ A Eliane possui um *showroom* localizado na matriz em Cocal do Sul e outro em São Paulo.¹⁸⁴ Já a Portobello possui uma rede de lojas especializadas denominadas de Portobello Shop. São mais de cem lojas espalhadas por todo o Brasil, administradas por sessenta e dois franqueados.¹⁸⁵

Em relação à logística de distribuição do mercado interno, as empresas que estão localizadas no sul têm o grande problema do frete. O frete está inviabilizando a competitividade das empresas catarinenses em virtude de os grandes concorrentes estarem situados em torno de São Paulo. Uma outra preocupação do setor é a possível cobrança de pedágio com a duplicação da BR-101. “Com a duplicação tudo indica que vão ter pedágios, vai ter um aumento que teremos que repassar ao produto. Nós vamos perder mais competitividade em relação às indústrias do sul com as do sudeste”.¹⁸⁶

O problema do transporte e da distância do grande mercado consumidor já é antigo. Empresas pioneiras, como Cecrisa e Eliane, enfrentaram esse problema com a regionalização de sua produção. Ambas as empresas, durante a década de 80 e 90, adquiriram várias unidades em outros estados e regiões do Brasil. Chegaram a ter

¹⁸² Informação Verbal. Entrevista realizada com Odair Alves Moreira, Gerente Nacional de Vendas da Itagres, em 5 de setembro de 2007.

¹⁸³ Dados disponíveis em: www.cecrisa.com.br

¹⁸⁴ Dados disponíveis em: www.eliane.com.br

¹⁸⁵ Dados disponíveis em: www.portobelloshop.com.br

¹⁸⁶ (Informação Verbal. Entrevista realizada com Odair Alves Moreira, Gerente Nacional de Vendas da Itagres, em 5 de setembro de 2007)

muitas unidades cada uma, mas com a dificuldade encontrada no início dos anos 90, sofreram uma reestruturação empresarial, subtraindo assim o número de unidades produtivas. Atualmente, é a Itagres que se lança na regionalização de sua produção, instalando uma nova unidade na região.

4.5 PERFIL DO SETOR CERÂMICO CATARINENSE

Devido à região sul do Estado destacar-se pela riqueza dos recursos naturais existentes, como carvão, caulim e argila, sendo estes últimos as principais matérias-primas para as indústrias cerâmicas de pisos e azulejos, é nela, mais precisamente na região de Criciúma,¹⁸⁷ em que se localizam duas das maiores indústrias cerâmicas catarinenses, a Cerâmica Eliane (Maximiliano Gaidzinski S.A.) e a Cecrisa Revestimentos Cerâmicos S.A., umas das maiores do Brasil, concorrendo com a líder catarinense Portobello, situada em Tijucas.¹⁸⁸

A Portobello começou a ser construída em 1977, mas somente foi inaugurada em 1979. Tem sua produção disseminada por todo Brasil e exterior, exportando para cerca de 60 países. Possuindo oito unidades industriais, proporciona cerca de 1600 empregos diretos e 6000 empregos indiretos. Sua capacidade produtiva é de vinte e quatro milhões de metros quadrados, e exporta 49% de sua produção. Atua no mercado interno por meio da Portobello *Shop* e de lojas multimarcas. No mercado

¹⁸⁷ A região de Criciúma, conforme a Secretaria de Desenvolvimento Regional (SDR), é composto pelos municípios de Criciúma, Içara, Morro da Fumaça, Cocal do Sul, Urussanga Orleans, Lauro Müller, Treviso, Siderópolis, Nova Veneza e Forquilha. Disponível em: www.sdr.sc.gov.br

externo, atua com o departamento de exportação e com a Portobello América, especificamente nos Estados Unidos.¹⁸⁹

A Eliane Revestimentos Cerâmicos foi fundada por Maximiliano Gaidzinski em 1960. Ao longo dos anos, vem consolidando-se como uma empresa fortemente competitiva. Situada no município de Cocal do Sul, pertencente à região de Criciúma, ao lado da Cecrisa e da Portobello, constitui-se uma importante empresa do setor cerâmico.

Em 2005, a Eliane contava com “cerca de 2.500 funcionários e 11 fábricas em seu parque industrial nos estados de Santa Catarina (06), Bahia (02), Minas Gerais (01), Espírito Santo (01), Paraná (01) e São Paulo (01)”.¹⁹⁰ A produção em 2004 alcançou os 38 milhões de m², tendo como faturamento 556 milhões de reais correspondendo 34% as exportações.¹⁹¹

Já em 2007, o faturamento ultrapassou os R\$ 500 milhões, “sendo que quase 30% deste valor correspondem ao desempenho das exportações [...] O faturamento passou dos US\$ 77 milhões. Foram quase 12 milhões de metros quadrados de revestimentos cerâmicos exportados para 75 países nos cinco continentes.”¹⁹² Neste mesmo ano, a produção de revestimentos cerâmicos da Eliane passou os 30 milhões de metros quadrados, é produzida em oito fábricas cerâmicas distribuídas pelo país, onde trabalham cerca de 2.290 profissionais. Pode-se perceber que, dos anos de 2004 a 2007, a Eliane manteve-se, ou até mesmo reduziu seus parâmetros de produção,

¹⁸⁸ GOULARTI (2002).

¹⁸⁹ Dados disponíveis em: <www.portobello.com.br>. Acesso em: 26 de ago. 2005.

¹⁹⁰ Disponível em: <www.eliane.com.br>. Acesso em: 22 out. 2005.

¹⁹¹ Id Ibidem.

¹⁹² Disponível em: <www.eliane.com.br>. Acesso em: 20 jan. 2009.

exportação e faturamento. Além disso, duas unidades industriais foram desativadas. Isso foi o resultado da crise enfrentada pela empresa nestes últimos anos.

Diante de dificuldades pelo atual nível do câmbio para manutenção das exportações e com um mercado interno mais concorrido, a empresa optou por concentrar sua produção na Bahia e em Santa Catarina, fechando duas unidades, uma em Londrina (PR) e outra na Grande Vitória (ES). Também colocou em curso um plano de reestruturação da dívida, com intenção de alongamento do seu perfil. [...] Em Londrina, o fechamento ocorreu no dia 9 de agosto. Entre os principais motivos aparece a pressão de custos, principalmente porque a unidade utilizava GLP no seu processo produtivo, combustível mais caro do que o gás natural das demais fábricas da empresa, e a competição no mercado local, pela proximidade da produção do pólo cerâmico de São Paulo. Já no Espírito Santo, onde as atividades foram encerradas em 17 de julho, a operação era dedicada exclusivamente para exportação, um mercado em que a empresa recuou significativamente. A fábrica paranaense tinha 110 funcionários, e a do Espírito Santo, 320. [...] Os maquinários do Espírito Santo estão sendo transferidos para Camaçari (BA), onde a empresa possui uma unidade, e que agora passará por ampliação. As máquinas de Londrina seguem para Santa Catarina. (Dados disponíveis em: <http://www.orbiconsult.com.br/download/eliane_inicia_reestruturacao_e_fech_a_fabricas.pdf>. Acesso em: 18 set. 2007.

Atualmente, como já foi citado, a Eliane continua com as oito unidades industriais, cinco delas situadas em Santa Catarina, quatro em Cocal do Sul e uma em Criciúma. As demais estão localizadas em São Paulo, Minas Gerais e Bahia. “Através de revendas, os produtos podem ser encontrados em mais de 15 mil pontos de venda em todo o país e no exterior”.¹⁹³

A origem do Grupo Cecrisa remonta à década de 40, quando o empresário Diomício Freitas iniciou as atividades no setor extrativo de carvão mineral, na bacia carbonífera de Santa Catarina. As atividades relacionadas ao ramo cerâmico iniciaram-se em Criciúma-SC, na década de 60, idealizado, na época, como alternativa empresarial da família Freitas, pela iniciativa de Manoel Dilor de Freitas, filho de

Diomício Freitas. A primeira unidade industrial do Grupo Cecrisa foi a CECRISA – Cerâmica Criciúma S.A., constituída em 08 de junho de 1966, mas somente na década de 70 o primeiro azulejo foi fabricado.

Atualmente, a Cecrisa é composta por cinco unidades industriais, INCOSESA - Tubarão/SC, CEMINA - Anápolis/GO, ELDORADO - Criciúma/SC, PORTINARI - Criciúma/SC e CEMISA - Santa Luzia/MG, gerando 1.890 empregos diretos. Apresenta um parque fabril modernizado, com a utilização de tecnologia de ponta na produção de cerâmica de revestimento, fornecendo produtos de alta qualidade, exportando para mais de 70 países.

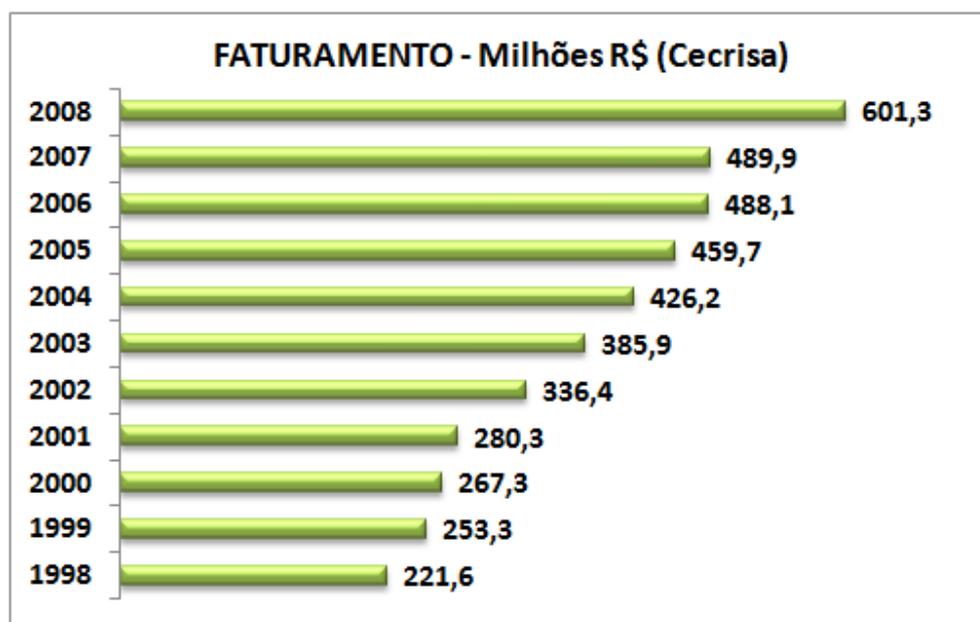


Gráfico 5: Faturamento anual da Cecrisa Revestimentos Cerâmicos em milhões de reais.

Fonte: Balanço Patrimonial Cecrisa. Disponível em www.cecrista.com.br (Elaboração: Keity Kristiny Vieira Isoppo)

¹⁹³ Disponível em: < www.eliane.com.br >. Acesso em: 22 out. 2005.

Conforme podemos visualizar no gráfico 5, Em 2004 a Cecrisa possuía uma boa representatividade, participando com 8,5% na produção nacional. Neste mesmo ano, o faturamento global foi de R\$ 426,2 milhões, contra R\$ 385,9 milhões em 2003, representando um crescimento de 10,4%.¹⁹⁴ Tal crescimento aconteceu tanto no mercado interno quanto no mercado externo. No mercado interno, alcançou um faturamento de R\$ 291,3 milhões (crescimento de 11,4% em relação ao de 2003), com a comercialização de 19,2 milhões de m². No mercado internacional, comercializou 11,3 milhões de m², representando um crescimento de 2,7% em relação ao ano de 2003. O faturamento foi de R\$ 134,7 milhões (8,7% superior ao de 2003, ou 13,9%, quando considerado o faturamento em dólares).¹⁹⁵

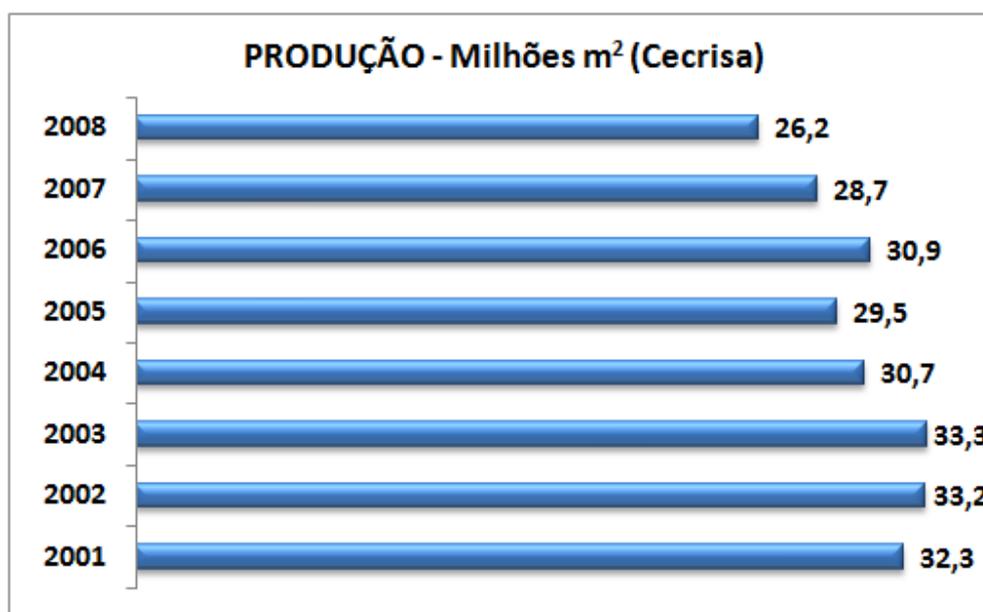


Gráfico 6: Produção anual da Cecrisa Revestimentos Cerâmicos em milhões de m².

Fonte: Balanço Patrimonial Cecrisa. Disponível em www.cecrisa.com.br (Elaboração: Keity Kristiny Vieira Isoppo)

¹⁹⁴ Dados obtidos na própria empresa. In: ISOPPO, 2005

¹⁹⁵ (CECRISA, Balanço Patrimonial, 2004).

Foram produzidos 30,7 milhões de m², representando uma redução de 7,8% sobre o ano de 2003 devido à migração da produção para um *mix* de produto de maior valor agregado (produtos de maior complexidade de produção, porém de maior preço e lucratividade).

O nível de qualidade “A” – produtos sem defeito – atingiu 89,5% e a produtividade atingiu 1.798 m²/mês por profissional ligado à produção, mantendo-se nos níveis de 2003. (CECRISA, Balanço Patrimonial, 2004)

No ano de 2008, o faturamento da Cecrisa foi de R\$ 601,3 milhões, superando em 20,5% os R\$ 498,9 milhões de 2007. No mercado interno, o faturamento foi de R\$ 537,7 milhões (crescimento de 41,6% em relação ao de 2007). Já no mercado internacional, alcançou um faturamento de US\$ 30,1 milhões, apresentando uma redução de 9,6% em relação ao ano anterior, representando a estratégia da empresa no direcionamento das vendas ao mercado nacional devido aos efeitos cambiais. Como desempenho industrial, foram produzidos 26,2 milhões de m², apresentando redução de 13,4% sobre o ano de 2007, com um *mix* de produtos de maior valor agregado. ¹⁹⁶

Como podemos observar, os dados acima (Gráficos 1 e 2), a produção e as exportações do grupo Cecrisa diminuíram neste último ano, devido à economia recessiva enfrentada pelo mercado externo; o mais curioso é que seu faturamento cresceu bastante. Isso é resultado do alto valor agregado de seus produtos, ou de alguma alternativa encontrada pela empresa de como vender porcelanatos chineses?

4.5.1 Produção

O desenvolvimento do setor cerâmico, principalmente nos anos 70 e início de 80, trouxe muitos benefícios à região, muitos investimentos, nova oferta de emprego à

, Balanço Patrimonial 2008. Disponível em: <www.cecrisa.com.br>

população, além de ter sustentado a economia da região no momento em que a atividade carbonífera entrou em crise mais profunda.

Quanto à representatividade da produção, o setor cerâmico catarinense obteve “um primeiro impulso com a criação do BNH e um segundo na década de 70, reflexo do aquecimento ainda maior da construção civil financiada pelo SFH” (SANTOS, 1997, p. 76). Nos anos 70, Criciúma ficou conhecida como capital do azulejo.

Santa Catarina vem se destacando na produção nacional e internacional de revestimentos cerâmicos. Em 1965, possuía 16,1% na participação anual da produção nacional, em 1970 possuía 19.7%; em 1979 obteve 46.2%; em 1989 - 42.3% e em 1999 – 25.8%.¹⁹⁷ Essa queda nos últimos anos foi devido ao aumento da produção paulista. (GOULARTI FILHO, 2002) E também devido à mudança de posicionamento de muitas empresas da região, deixando um posicionamento de capacitação de produção a custos baixos para tornar os preços mais competitivos, para um posicionamento com produtos diferenciados de maior tecnologia, ou seja, trocando a quantidade pela qualidade. Isso vem demonstrando que, mesmo a produção tornando-se constante com pequenas variações, os produtos vêm apresentando maior valor agregado, fazendo com que o faturamento aumente, como pode ser observado nos gráficos abaixo. Nos gráficos 7 e 8 pode-se ver que a produção oscila em 81 milhões de m² em média, todavia o faturamento vem crescendo ao longo destes nove anos.

¹⁹⁷ Dados retirados do anexo 24 (GOULARTI FILHO, 2002).

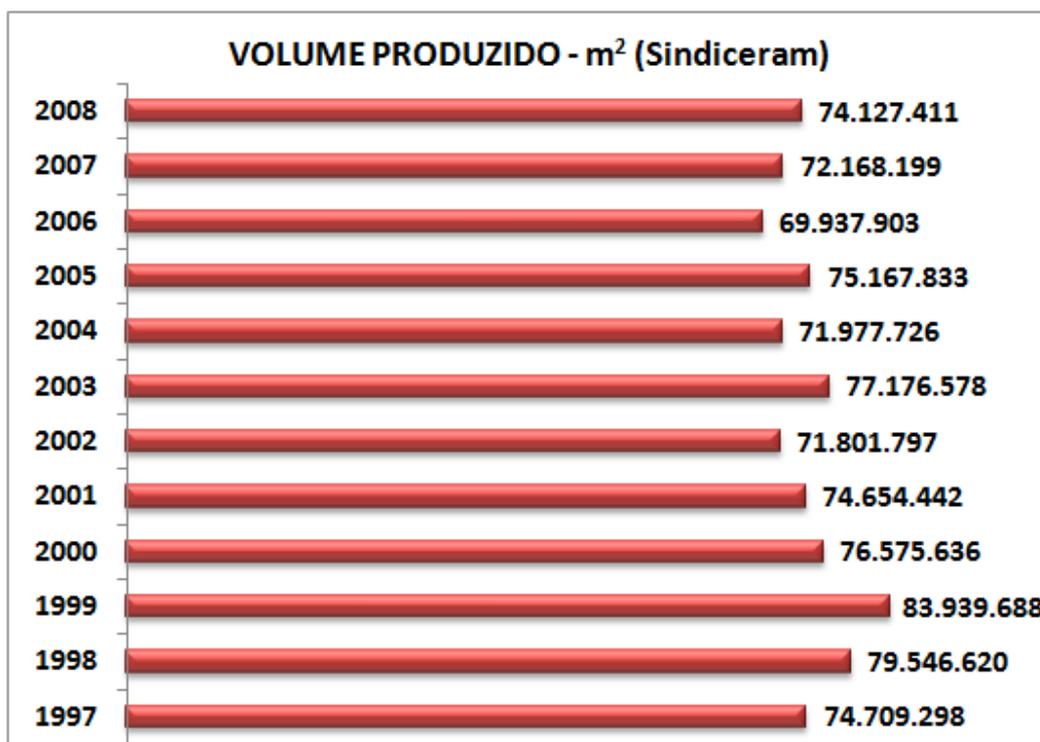


Gráfico 7: Produção do setor de revestimentos cerâmicos sul catarinense.

Fonte: SINDICERAM – Sindicato das Indústrias de Criciúma e Região Sul, das empresas cadastradas neste sindicato. Disponível em www.sindiceram.com.br (Elaboração: Keity Kristiny Vieira Isoppo)

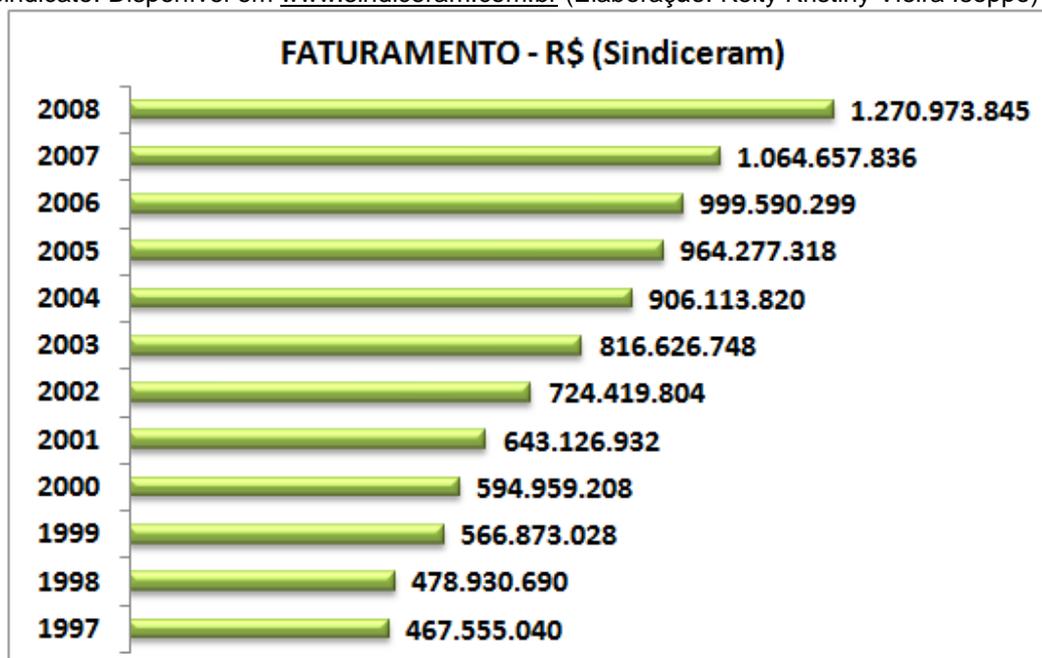


Gráfico 8: Faturamento do setor de revestimentos cerâmicos sul catarinense.

Fonte: SINDICERAM – Sindicato das Indústrias de Criciúma e Região Sul, das empresas cadastradas neste sindicato. Disponível em www.sindiceram.com.br (Elaboração: Keity Kristiny Vieira Isoppo)

“Esta perda é relativa em termos quantitativos e com expressivos acréscimos na produtividade; a cerâmica da região atingiu um salto tecnológico notável, ao tornar seus produtos competitivos no exigente mercado internacional”. (FABRE, 1999, p. 77).

4.5.2 Mercado

Mediante o gráfico 9, nota-se que as vendas permaneceram praticamente no mesmo patamar, contudo observa-se que as vendas do mercado externo aumentaram até o ano de 2004 e 2005 e vieram retraindo-se ao longo dos últimos três anos. O contrário aconteceu com as vendas nacionais. Vieram caindo até o ano de 2005 e subindo ao longo destes últimos anos. Isso não só demonstra a dificuldade enfrentada pela competitividade no mercado internacional, como também a preferência das empresas brasileiras por exportarem menos, com câmbio pouco favorável.

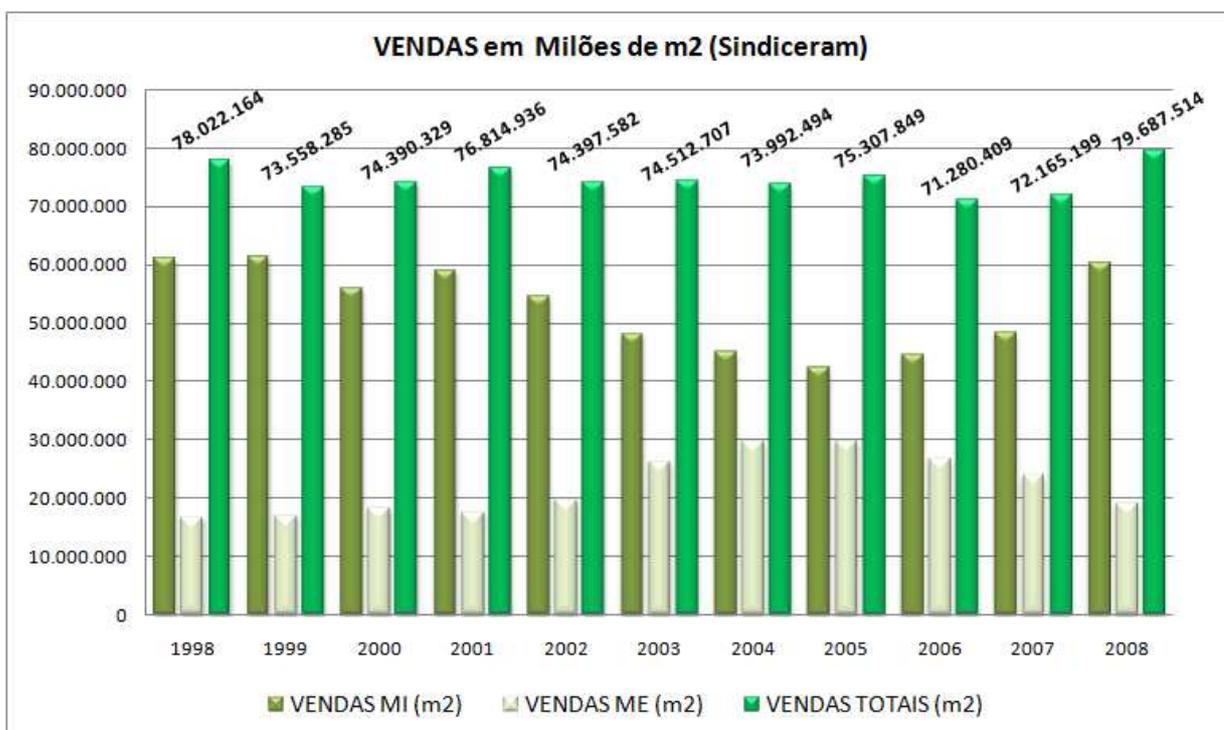


Gráfico 9: Vendas do setor de revestimentos cerâmicos sul catarinense.

Fonte: SINDICERAM - Sindicato das Indústrias Cerâmicas de Criciúma e Região Sul, das empresas cadastradas neste sindicato. Disponível em www.sindiceram.com.br (Elaboração: Keity Kristiny Vieira Isoppo)

As exportações de revestimentos cerâmicos já vêm de muito tempo, algumas empresas começaram a exportar praticamente desde que surgiram. É o caso da Cecrisa, que em 1973, dois anos após a fabricação do primeiro azulejo, já iniciou suas exportações. Outras viram na exportação uma saída em tempos de crise.

A conquista do mercado internacional foi acontecendo gradativamente por meio de inovações tecnológicas e reformulações administrativas realizadas pelas indústrias do setor, já que as exportações, de maneira geral, obrigam as empresas a adotarem práticas mais eficientes, investindo mais em tecnologia, por causa das normas de qualidade dos países importadores.

Ao longo da década de 90, as exportações de revestimentos cerâmicos do sul catarinense foram crescendo, devido à crise interna do país provocada pelo governo Collor. “Em 1993, o Brasil já era o terceiro maior exportador de cerâmica do mundo, com 5% do mercado mundial, ficando atrás da Itália (49%) e da Espanha (23%)” (SANTOS, 1997, p. 82). Duas das maiores exportadoras nacionais estão localizadas na região de Criciúma.

No início dos anos 80, as exportações de pisos e azulejos em Santa Catarina eram aproximadamente 5 milhões de dólares, representando 9% das exportações nacionais, chegando, no final da década, próximo dos 50 milhões de dólares, 28,7% das exportações nacionais. No final dos anos 90, as exportações já ultrapassavam os 100 milhões de dólares, representando 43,8% das exportações nacionais. (GOULARTI FILHO, 2002: 338)

4.5.3 Mão de Obra

Ao contrário da mineração de carvão, o setor cerâmico não deu origem às chamadas vilas operárias. A maior parte da mão de obra utilizada nesse setor é local, oriunda dos municípios que compõem as microrregiões de Criciúma e Tubarão. A maior parte dos trabalhadores reside no mesmo município ou em outros próximos às instalações da fábrica. “Uns 90% dos nossos funcionários são aqui do bairro”.¹⁹⁸ A região de Criciúma foi, sem dúvida, a primeira região do Brasil formadora de mão de obra especializada no setor cerâmico. Hoje existe outra região formadora de mão de

¹⁹⁸ Informação Verbal. Entrevista realizada com Gilson Heitor Zanette, proprietário da Gabriella Revestimentos Cerâmicos, em 17 de outubro de 2007.

obra que é São Paulo, mas os recursos humanos formados no Estado ainda são o suficiente para suprir as necessidades do setor.

A maioria dos funcionários da Itagres é residente num raio de no máximo 80 km. Existe essa vantagem, pois se criou um grande pólo ceramista e conseqüentemente formação de mão de obra. Deste modo, não há necessidade de trazer trabalhadores de outro estado ou de região muito distante. (Informação verbal. Entrevista realizada com João Victor Miller, Diretor Geral da Itagres Revestimentos Cerâmicos, em 5 de setembro de 2007)

Em algumas cerâmicas acontece de cargos gerenciais serem ocupados por pessoas de outras regiões. Contudo a maior parte dos executivos desse setor também é natural da região.

Pode-se destacar como fatores que tornaram essa região formadora de recursos humanos especializados: a aglomeração industrial, os colorifícios, as empresas de manutenção e as instituições de ensino, como a Escola Superior de Criciúma (ESUCRI), Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC), Serviço de Assistência dos Trabalhadores do Carvão (SATC), Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI), UNISUL e Centro Tecnológico de Cerâmica e Materiais (CTCMAT).

Preocupado com a carência de mão de obra especializada, e, ao mesmo tempo, investindo, por intermédio da Eliane, em um projeto social importante para o desenvolvimento local, Edson Gaidzinski criou, em 1979, um colégio técnico em cerâmica denominado "Maximiliano Gaidzinski". Esse colégio encontra-se ainda hoje em funcionamento, com o objetivo de especializar funcionários para o setor cerâmico. Essa Instituição não ficou restrita somente à cerâmica Eliane. Outras empresas catarinenses, "como Ceusa, Vectra, Cecrisa e Itagres, e empresas ligadas ao setor, como a Eletrocerâmica de Minas Gerais e Esmalglass do Brasil de Morro da Fumaça,

mantêm, ou já mantiveram alunos bolsistas no CMG que, após concluírem o curso, passam a fazer estágio nas respectivas empresas”.¹⁹⁹

Em 1995, a UNESCO criou o Curso Superior de Tecnologia em Cerâmica, que tem por objetivo formar quadros de nível superior (Tecnólogo) para atuarem nas indústrias cerâmicas em geral.

Os acadêmicos do curso são preparados para dominar as técnicas do processo de fabricação e desenvolvimento de produtos e materiais cerâmicos, desempenhar as funções técnicas relacionadas com as transformações físicas e químicas das matérias-primas e conhecimento capaz de atuar nas indústrias fabricantes de óxido cerâmico, abrasivos, cal, gesso, cimento, vidro, coloríficos em geral, entre outros. (Disponível em: <www.sindiceram.com.br>. Acesso em: 15 dez. 2008).

Outro curso de nível superior é o de Engenharia Cerâmica, único no Brasil. Trabalha intensamente com foco na indústria, pesquisa e novos negócios para o setor cerâmico. Esse curso nasceu de uma parceria da UNIBAVE e Instituto Maximiliano Gaidzinski, de Cocal do Sul.

Muitas empresas da região, Itagres, Ceusa, Eliane, Cecrisa entre outras, proporcionam bolsas de estudo para seus funcionários. Essas bolsas podem ser totais ou parciais e são aplicadas tanto ao ensino técnico quanto ao superior. “Hoje a Itagres paga para alguns funcionários 70% da bolsa para o curso técnico de cerâmica”. Existe um incentivo muito grande para que seus funcionários tenham pelo menos o ensino médio. Atualmente, as empresas dificilmente contratam pessoas que não possuam pelo menos essa formação.

A inovação tecnológica que ocorre constantemente no setor de revestimentos cerâmicos, realizado mediante investimentos em P&D, possibilita a introdução de máquinas e equipamentos mais sofisticados e transformação das formas de utilização

¹⁹⁹ Dados disponíveis em: <www.sindiceram.com.br>.

dos insumos e matérias-primas, buscando redução dos custos e aumento da qualidade dos produtos. Neste sentido, a qualificação evolutiva da mão de obra torna-se extremamente necessária.

Deste modo, várias cerâmicas da região possuem um programa de capacitação de pessoal da área industrial. Esse programa é direcionado aos operadores que trabalham diretamente na linha de produção. A sistemática desses cursos é da seguinte forma: periodicamente (entre um e dois meses) a empresa ministra um curso especificamente sobre um aspecto do processo produtivo. O objetivo é que todos os operadores conheçam e tenham uma visão geral da empresa, não somente do seu setor. “Eles vão fazendo os cursos, a cada ciclo que eles fazem passam por uma prova, existe média mínima de 8,5 e com 85% de presença, como pré-requisitos para serem aprovados”.²⁰⁰ Após serem aprovados em todos os cursos, o funcionário passa a ser avaliado por suas competências, e tem um acréscimo no salário, passando ao nível de Operador II. “Um nível mais alto com um acréscimo em torno de 36% no salário dele”.

201

A Itagres, por exemplo, possui uma série de dezesseis cursos envolvendo também temas de relações humanas, ética, qualidade e segurança. A Ceusa também possui uma sistemática parecida na capacitação de seus funcionários.

Já nas áreas administrativa e comercial, costuma-se realizar treinamentos específicos a esses setores. Esses treinamentos são ministrados internamente e também por pessoas gabaritadas no mercado. “A questão qualificação está baseada no

²⁰⁰ Informação verbal. Entrevista realizada com Juliana Mendes Machado, responsável pelo setor de Recursos Humanos da Itagres Revestimentos Cerâmicos, em 5 de setembro de 2007.

²⁰¹ Informação verbal. Entrevista realizada com Juliana Mendes Machado, responsável pelo setor de Recursos Humanos da Itagres Revestimentos Cerâmicos, em 5 de setembro de 2007.

nível de conhecimento dos setores, cada vaga tem uma especificação e uma necessidade. Assim tenta-se trazer o melhor para cada área de acordo com seus objetivos”.

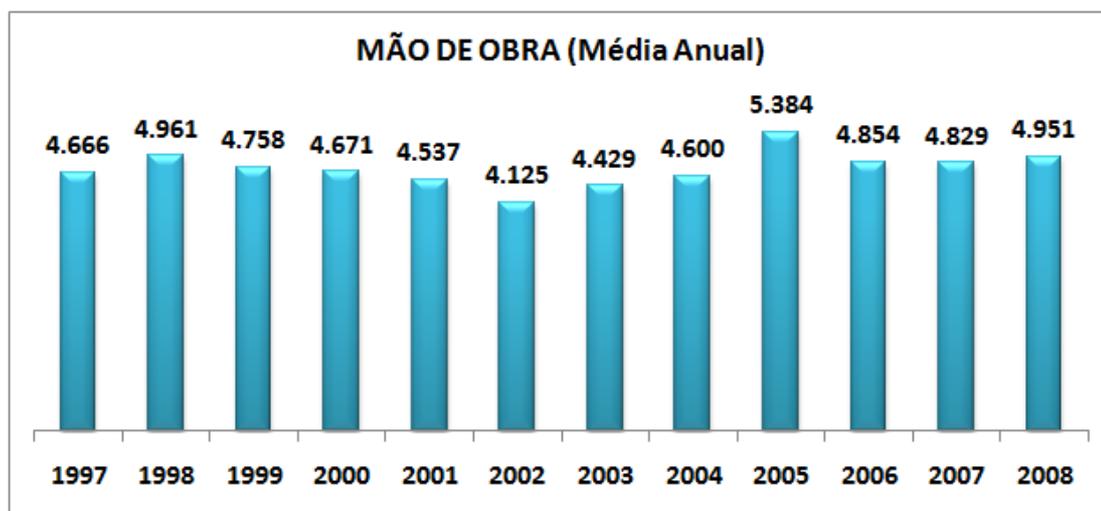


Gráfico 10: Mão de Obra – média anual de funcionários das cerâmicas sul catarinenses.

Fonte: SINDICERAM - Sindicato das Indústrias Cerâmicas de Criciúma e Região Sul, das empresas cadastradas neste sindicato. Disponível em www.sindiceram.com.br (Elaboração: Keity Kristiny Vieira Isoppo)

Analisando o gráfico 10, é possível perceber que a mão de obra na indústria cerâmica não oscilou muito ao longo desses onze anos. Mesmo com a falência de algumas empresas – a Vectra em 2006 e a De Lucca em 2006 – esse segmento não sofreu muita alteração. Houve também no ano de 2006 a implantação de novas duas cerâmicas, a Firenze, pertencente à Pisoforte, e a Nova Grés, pertencente ao Grupo Ceusa. Embora ambas sejam altamente automatizadas, não deixam de gerar muitos empregos diretos e indiretos. A baixa rotatividade de funcionários é uma das características do setor cerâmico.

Na Itagres hoje a nossa rotatividade é bem baixa, em função destes programas que são implantados na área industrial. A oportunidade de qualificação específica em uma área faz com que eles se profissionalizem. Desta forma, possuem a chance de ter um salário bem acima em comparação ao nosso mercado, a região de Tubarão. Então é difícil de as pessoas saírem. Têm pessoas aqui dentro com data de admissão desde a fundação da Itagres. As contratações são esporádicas, quando alguém sai, quando é desligado.

4.5.4 Movimento Sindical

Ao longo da história do setor de revestimentos cerâmicos, o movimento sindical esteve muito presente na vida dos trabalhadores, mediante o Sindicato dos Ceramistas, lutando pela aquisição de direitos e melhores condições de trabalho.

O Sindicato dos Ceramistas da região de Criciúma foi criado em 1956 pelos trabalhadores da Cesaca, a primeira cerâmica de Criciúma, com a intenção de obterem uma maior organização a fim de reivindicar melhores condições de trabalho.

Na época o salário da cerâmica era de um salário mínimo mais uns 10%. Então os trabalhadores sentiram a necessidade de se organizar em sindicato. Se organizaram, inicialmente nem lugar para se reunir tinham. E depois as coisas foram evoluindo aos poucos, e hoje está aí esse prédio todo sendo o sindicato. Toda essa infra-estrutura montada. (Informação verbal)²⁰²

A base territorial onde o sindicato possui jurisdição engloba os seguintes municípios: Criciúma, Içara, Forquilha, Cocal do Sul e Urussanga. Hoje reduziu bastante o número de associados. “Nós já tivemos até oito mil associados, tendo a categoria em torno de doze mil trabalhadores. Hoje a categoria está em torno de quatro

²⁰² Entrevista realizada com o presidente do Sindicatos dos Ceramistas, Itaci de Sá, em agosto de 2005.

mil, nós temos em torno de dois mil e quinhentos associados. É porque tem muita gerência, muito pessoal ligado a outro ramo de atividade”.²⁰³

Com o fortalecimento do sindicato a partir de 1870, os trabalhadores sentiram-se mais organizados. Houve duas greves gerais durante a história do sindicato.

Então quando começaram a surgir as greves em São Paulo começaram a pipocar aqui. Nós tivemos uma greve em 1979, que durou quatro dias, reivindicando a conquista do direito do adicional de insalubridade e um aumento salarial, na época, de 20%. [...] Em 1988, com aprovação da Constituição Federal, nós tivemos uma greve de quarenta e cinco dias exigindo o turno de seis horas. Fomos ao tribunal e não conseguimos, voltamos a trabalhar oito horas, hoje são sete horas e vinte minutos. Mas foi uma guerra muito forte, muito bem organizada, mesmo não conseguindo alcançar o objetivo, o reflexo da organização, da mobilização, da liderança sindical, isso foi importante, pois os trabalhadores tiveram uma consciência política muito grande, que se reflete ainda hoje”. (Informação verbal).²⁰⁴

Em 1978, o salário era em torno de trezentos e sessenta reais, mas com as mobilizações, hoje os trabalhadores do setor têm um piso de setecentos reais, ultrapassando dois salários mínimos. “Mesmo que o mínimo tenha aumentado mais a inflação, o repasse que tem sido feito aos salários, mesmo assim nós estamos com um piso bem maior”.²⁰⁵

Houve muitas greves isoladas em empresas distintas, devido ao atraso nos pagamentos e por melhores condições de trabalhos. “Nós tivemos na Cerâmica De Lucca, tivemos na Recel, tivemos na Vectra. Tivemos em várias empresas por falta de pagamentos, na própria Cecrisa, na Portinari”.²⁰⁶ Logo no início das atividades da Cerâmica Portinari, houve uma paralisação devido ao não pagamento do décimo-terceiro-salário.

²⁰³ Entrevista realizada com o presidente do Sindicato dos Ceramistas, Itaci de Sá, em agosto de 2005.

²⁰⁴ Entrevista realizada com o presidente do Sindicato dos Ceramistas, Itaci de Sá, em agosto de 2005.

²⁰⁵ Entrevista realizada com o presidente do Sindicato dos Ceramistas, Itaci de Sá, em agosto de 2005.

Greves individuais em empresas houve várias. “Na Vectra de vez em quando tem uma, porque a empresa atrasa muito nos pagamentos. Recentemente, há uns quarenta dias, teve, dois meses atrás teve outra. Na Cerâmica De Lucca também houve várias paralisações, manifestações, menores, porque a empresa foi sensível e veio negociar com o sindicato de trabalhadores. Foi também por atraso de pagamento. Em vários movimentos em que o sindicato esteve, as greves surtiram efeito. (Informação verbal).²⁰⁷

As greves gerais seriam mais para adquirir direitos, e as que são específicas de empresas seriam para lutar por direitos já adquiridos quando a empresa deixa de cumpri-los.

Inclusive a Vectra agora está paralisada. Estava em concordata, passou o período, os dois anos, e ela não pagou. O empresário chamou os empregados (177) mandou todos para casa, não demitiu ninguém. Simplesmente mandou que aguardassem em casa, e os trabalhadores sentiram que poderiam perder inclusive o seu direito, até o próprio patrimônio em caso de uma falência. Acampamos em frente à fábrica, estamos lá hoje faz quinze dias, cuidando do patrimônio. Já nos organizamos em uma cooperativa de trabalhadores, estamos acampados lá, fazendo comida, arrecadando cestas básicas, vendendo massa. O atomizador da empresa ficou produzindo massa, que é o pó com o qual se faz o azulejo ou piso. Então os trabalhadores estão organizados e estão vendendo essa massa, já há um contato com empresas da região que revendem essa massa para produzir uma quantidade maior, para manter a folha dos cento e setenta trabalhadores. [...] nós temos uma assembléia para formalizar juridicamente a cooperativa, e nos habilitarmos junto ao juiz para que ele nos conceda a direção da empresa. A idéia seria de os trabalhadores dirigirem as empresas ligados à cooperativa, nós já temos aqui em Criciúma a Copemetal que era a antiga metalúrgica CIDESA e a CEDECIA, que hoje é a Cooperminas e estão indo muito bem. (Informação verbal).

A idéia de cooperativa é uma experiência nova; para isso o sindicato recebeu apoio da Associação Nacional dos Trabalhadores em Empresas de Autogestão (ANTEAGE). “É uma associação nacional que possui um escritório em Santa Catarina, e essas pessoas estão nos dando todo o apoio, orientando como é que se formaliza

²⁰⁶ Entrevista realizada com o presidente do Sindicato dos Ceramistas, Itaci de Sá, em agosto de 2005.

²⁰⁷ Entrevista realizada com o presidente do Sindicato dos Ceramistas, Itaci de Sá, em agosto de 2005.

uma cooperativa”.²⁰⁸ Desse modo, a constituição da Cooperativa dos Trabalhadores Ceramistas de Içara (COOPERVECTRA) ocorreu em 24 de outubro de 2005. Hoje os trabalhadores administram a antiga empresa, dos 170 funcionários, ficaram apenas 38. Muitos que não aderiram à causa pedem uma vaga na cooperativa.

A Cooperativa tem o Conselho Fiscal e Administrativo, tudo é discutido com os cooperados, com as sobras divididas entre eles. As retiradas mensais – o que se conhece como salário - varia de R\$ 550,00 a R\$ 700,00. O aluguel pago pelo uso do espaço serve para pagar dívidas da antiga empresa, a chamada massa falida. (Disponível em: <http://www.fbes.org.br/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=1485>. Acesso em: 11 jan. de 2009

A Coopervectra sobreviveu com a venda de massa, o pó atomizado, para outras cerâmicas. Depois de três anos da falência da Vectra Revestimentos Cerâmicos, a estrutura da empresa voltou a ser utilizada para a fabricação de peças cerâmicas. A Coopervectra começou a fabricar listelos cerâmicos para a Sul Brasil Mosaicos, de Criciúma. “A retomada das atividades irá significar não só renda para os 25 cooperados, mas irá gerar, na primeira fase do projeto, 35 empregos diretos e 120 indiretos. A Coopervectra dará preferência para os funcionários demitidos na falência da cerâmica”.²⁰⁹ Os bens da massa falida da Vectra Revestimentos Cerâmicos ainda não foram leiloados. Com a retomada da produção pela Coopervectra, existe a possibilidade de que os bens não sejam leiloados; esta é a intenção da cooperativa.

Devido à “necessidade dos ceramistas terem uma política trabalhista, para enfrentar um organizado sindicato de empregados, que até então negociava

²⁰⁸ Entrevista realizada com o presidente do Sindicato dos Ceramistas, Itaci de Sá, em agosto de 2005.

individualmente com cada empresa, o que fortalecia a classe trabalhadora”²¹⁰, foi criado em 1974 a Associação Profissional das Indústrias de Cerâmica. Um ano após sua criação, essa entidade transforma-se em Sindicato das Indústrias de Cerâmica para Construção e Olaria de Cricúma, tendo como principal objetivo “congregar o segmento da indústria cerâmica do sul do estado de Santa Catarina e propiciar a existência de um fórum permanente de discussões a respeito das questões que afetam direta ou indiretamente o setor”.²¹¹

4.5.5 Evolução Tecnológica

Há muito tempo, as cerâmicas utilizavam um outro sistema de produção, a biqueima, com moagens intermitentes. Muitas cerâmicas possuíam o processo bem artesanal. “Há 30 anos um produto ficava 48 horas queimando dentro do forno, hoje fica em torno de 28 minutos”.²¹² A evolução de queima dos fornos é uma das maiores evoluções da cerâmica, tendo em vista o aumento da capacidade de produção. “Hoje a gente queima tudo a gás, antes era a lenha, carvão; isso evoluiu muito”.²¹³

A evolução da matriz energética na indústria cerâmica deu-se da seguinte forma: as cerâmicas pioneiras utilizaram durante algum tempo fornos movidos à lenha,

²⁰⁹ Disponível em: <http://www.fbes.org.br/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=1485>. Acesso em: 11 jan. 2009.

²¹⁰ Disponível em: www.sindiceram.com.br, acessado dia 25 de janeiro de 2009.

²¹¹ Disponível em: www.sindiceram.com.br, acessado dia 25 de janeiro de 2009.

²¹² Entrevista realizada com Madelaine Galli, Gerente de Marketing da Pisoforte, em 17 de outubro de 2007.

²¹³ Entrevista realizada com Madelaine Galli, Gerente de Marketing da Pisoforte, em 17 de outubro de 2007.

herança da cerâmica vermelha (telhas e tijolos). Muitas cerâmicas também foram movidas inteiramente por energia elétrica, na época em que esta era subsidiada; o GLP foi muito utilizado até a chegada recente do gás natural.

O padrão atual do processo produtivo é a monoqueima, uma única queima de massa e esmalte juntos. Esse método chegou ao Brasil aproximadamente na década de 80. Toda tecnologia em cerâmica, que foi implementada nas cerâmicas da região de Criciúma, é tecnologia italiana. Toda revolução tecnológica com relação à cerâmica que teve no Brasil sempre foi de origem italiana. Inclusive a primeira cerâmica que teve na região sul-catarinense, a Icisa, teve o processo de fabricação implantado pelo italiano Alfredo Del Priori. Todos os equipamentos e treinamentos foram trazidos por ele.

O que aconteceu nos últimos 20 anos, com relação a hoje, é o aumento de capacidade instalada; não se teve mais uma grande mudança de tecnologia. Antes era biqueima, e agora é apenas uma queima; não inventaram uma tecnologia diferente. Simplesmente seguiram essa tecnologia, porém com capacidade de produção maior, ou seja, equipamentos melhores.

Fornos que hoje produzem em média em semi-gres, cerca de 7000 metros por dia. Têm fornos hoje que possuem capacidade de produzir 20000 metros por dia. A grande evolução que nós temos hoje na Itagres é a capacidade de queima, com relação a um processo geral. (Informação Verbal. Entrevista realizada com Luis Gustavo Cancellor, Gerente Industrial da Itagres, em 16 de outubro de 2007)

Com referência a tecnologia de produto, estética e *design*, isso tem variado muito. Todos seguem o mesmo processo, prensa, esmalte e uma única queima (chamada monoqueima), mas a variedade de produtos que se pode fazer com esse mesmo processo é muito grande.

Tem o semi-gres que é um produto com absorção de 3 a 6 % com esmalte, nós temos o gres-porcelânico que são produtos de 0,5 a 3% de absorção com esmalte, nós temos gres-porcelanato são produtos com absorção de 0 a 0,5 com esmalte ou sem, polindo ou não. Então hoje esse processo está mudando muito rápido com relação à variedade tecnológica no produto. (Informação Verbal. Entrevista realizada com Luis Gustavo Cancellor, Gerente Industrial da Itagres, em 16 de outubro de 2007)

No fornecimento de insumos, principalmente esmaltes, a Espanha possui maior prestígio do que a Itália. No Brasil trabalha-se com muitos coloríficos multinacionais, sendo a maioria deles espanhóis. Tendo em vista o longo período das filiais no Brasil, essas empresas já possuem como filosofia de trabalho a cultura organizacional brasileira. Como o Brasil é o terceiro maior produtor, é natural que esses fornecedores de esmaltes e matérias-primas viessem para o Brasil, pois se constitui num ótimo mercado para eles. Existem também coloríficos nacionais que também possuem o mesmo nível de qualidade que as multinacionais.

Existem poucos fornecedores mundiais de equipamentos de grande porte em cerâmica, como atomizadores, prensas e fornos, que são equipamentos chaves que exigem certa tecnologia para serem produzidos. Hoje em dia existem quatro ou cinco empresas fornecedoras desses equipamentos. As empresas que já existiram no passado foram definhando-se financeiramente e sendo compradas por outros grupos. Ocorreu uma aglomeração em grandes grupos fornecedores.

Equipamentos grandes como atomizador, prensa, secador, fornos e classificadeiras, equipamentos que detêm um alto aporte tecnológico, são comprados nos fornecedores italianos que têm filiais no Brasil. Nos últimos 25 ou 30 anos, o Brasil foi um bom mercado de cerâmica, empresas estrangeiras começaram a se instalar no

Brasil. Desta forma, muitas cerâmicas catarinenses possuem fornos, prensas, secadores das marcas Sity, SACM, entre outras. A Sity possui uma filial em São Paulo, possuindo assim peças de reposição, caso seja necessário para esses equipamentos. A SACM é outro fornecedor que tem filial no Brasil, Eliane Carozzi, que agora assumiu o grupo Sity, também possui filial no Brasil.

Outras fases do processo requerem equipamentos com menos tecnologia – estruturas de esmaltação, correias transportadoras – que já são coisas mais comuns em outras atividades como mineração, são desenvolvidos por empresas da região. Esses equipamentos são considerados na cerâmica em termos genéricos como “carpintaria metálica”. Nessa parte de carpintaria metálica, criaram-se algumas empresas, como a metalúrgica Stefani, a Metael, a Termitec e a Hidramani. “São empresas especializadas, muitas dessas são de ex-funcionários de cerâmica, ex-gerente de manutenção, que saíram e começaram a terceirizar serviços com cerâmica”. Com relação à manutenção, as cerâmicas estão bem atendidas devido à grande variedade de opção.

Os equipamentos de grande tecnologia não costumam apresentar problemas. É difícil a fábrica paralisar suas atividades por problemas de falta de peças de reposição.

O que às vezes acontece e é comum, não em questão de manutenção, mas pela fadiga dos equipamentos. Depois de muito tempo de uso, uma estrutura metálica que fica 24 horas por dia batendo doze ou treze batidas por minuto. A estrutura metálica sofre fadiga e chega o momento que esta estrutura começa a se romper, pois estaria chegando ao fim da vida útil desse equipamento. Devido a esse motivo, foi comprada uma prensa reserva, caso isso aconteça. (Informação Verbal. Entrevista realizada com Luis Gustavo Cancellor, Gerente Industrial da Itagres, em 16 de outubro de 2007)

Como se pode perceber, não houve um pioneirismo de processo, mas sim um pioneirismo de produto. Nos últimos 20 anos, a grande mudança, além da capacidade dos equipamentos, foi no setor de retífica e polimento. O resto são evoluções nas características de produto, como a maneira de serigrafar, aplicar tinta sobre o produto, etc.

A cerâmica brasileira, hoje, baseia-se muito no que a cerâmica italiana faz, tanto com referência à tecnologia, quanto ao *design* de produto. É a Itália que dita as tendências. Portanto as empresas catarinenses também estão focadas em estética e em tecnologia de produto. A inovação nessa área é constante, como a maneira de aplicar-se a tinta sobre a tela, as formas de serigrafia, principalmente as formas de aplicação de esmalte. Este vem sendo o diferencial no processo produtivo das cerâmicas de hoje.

Para acrescentar mais chances de ter-se um melhor *design*, foi criado um novo setor no processo produtivo. Os italianos foram os pioneiros nesse aspecto. As retíficas vieram para o Brasil acompanhadas da polidora, que é o equipamento que dá o brilho na parte superior da peça. A retífica corta os quatro cantos para deixar o piso com tamanho simétrico. Esse novo setor é usado após queima, ou seja, para dar uma característica a mais no produto.

Na realidade, a retífica veio para o Brasil atrelada à polidora, polia o material enquanto cortava. Veja o que o brasileiro fez, a Itagres foi uma das pioneiras nisto, foi começar a retificar produtos que não eram polidos. Assim introduziram no mercado brasileiro produtos somente retificados. A Itagres teve um bom resultado com o semi-gres retificado. Existe muito retificado no porcelanato, mas em semi-gres não. (Informação Verbal. Entrevista realizada com Luis Gustavo Cancellor, Gerente Industrial da Itagres, em 16 de outubro de 2007)

A tecnologia que evoluiu nos últimos anos foi justamente para aumentar a capacidade de produção. Existem fornos que fazem oito mil metros por dia e têm fornos que fazem vinte mil metros. Equipamentos com capacidades maiores aumentam a produtividade, pois os mesmos postos de trabalho são necessários para ambos os fornos. Hoje a produtividade homem/m² está muito atrelada à dimensão dos equipamentos. As cerâmicas prestam atenção na relação horas/homem por metro quadrado, produzido como um indicativo, talvez, mais do que a questão de produtividade.

Quando você faz um produto com valor agregado maior do que este caso, produtos que tem ciclos de queima muito longo. Esse piso possui 80 minutos de ciclo de queima enquanto um semi-gress demora uns 35 minutos, ou seja, a minha produtividade aqui é menos da metade e a quantidade de homens é a mesma. Hoje este fator homem por metros quadrados produzidos está sendo repensado, é um fator essencial que acompanha, mas não é determinante, pois depende muito da linha do produto. (Informação Verbal. Entrevista realizada com Luis Gustavo Cancellor, Gerente Industrial da Itagres, em 16 de outubro de 2007)

A área comercial das cerâmicas está em constante contato com as tendências do mercado. Essa área cria exatamente o que o mercado está precisando. Sendo assim, o setor de desenvolvimento de produto é um dos mais importantes da empresa, pois no momento o diferencial não está mais na mudança de tecnologia de produção, mas, sim, de produto. Para ficar atenta às novidades, é necessário que as cerâmicas tenham um bom fornecedor de esmalte. Os coloríficos estão em contato com todas as cerâmicas, porque são fornecedores de todas elas.

Tendo um bom contato com essas pessoas, no mínimo você consegue ficar sabendo no que está se pensando. Claro que muitos deles têm ética e não batem exatamente a estratégia de uma cerâmica para outra, lógico, mas sempre alguma coisa você consegue buscar. (Informação Verbal. Entrevista

realizada com Luis Gustavo Cancellor, Gerente Industrial da Itagres, em 16 de outubro de 2007)

Assim sendo, os coloríficos assumiram a função de desenvolvimento de produtos para muitas empresas. Eles planejam uma nova linha de produto, criam *design* e vão oferecendo em várias empresas. Concorda-se com Souza (2006) que a dinâmica tecnológica do setor está sob responsabilidade dos fornecedores de máquinas e equipamentos e de insumos, possuindo assim o papel fundamental pelas inovações mais relevantes, tanto em processos como em produtos.

Esta circunstância facilita a difusão e inovações e reduz as barreiras à entrada de natureza tecnológica na produção de revestimentos, por outro lado limita as inovações dos produtores que se destinam a reproduzir o que os fabricantes de máquinas e equipamentos e coloríficos os impõem. (SOUZA, 2006: 35)

Logo, houve uma perda substancial desses setores dentro das cerâmicas, já não se realiza os mesmos investimentos em pesquisas devido à oferta desses serviços pelas empresas fornecedoras. Antigamente, as empresas eram altamente verticalizadas, possuíam setores de desenvolvimento de produtos e tecnologia bastante equipados. Foi o caso da Cecrisa, que deu origem à Industrial Conventos e à Colorminas, ambas originárias de setores de desenvolvimento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

O setor cerâmico da região de Criciúma ao longo da sua história veio adquirindo cada vez mais importância não só em Santa Catarina, mas no Brasil, devido a quantidade de empresas, produção, faturamento, qualidade dos produtos; além de atrair outros segmentos da sua cadeia produtiva como empresas de insumos, equipamentos etc. Como foi visto, embora as exportações tenham apresentado queda neste último ano, os números ainda são significativos mantendo o Brasil na lista dos grandes exportadores de revestimentos cerâmicos do mundo. A presença do Brasil no cenário mundial enquanto exportador de cerâmica torna o setor mais consolidado. O aumento das vendas no mercado interno, resultado do forte direcionamento dados pelas indústrias a este mercado, através da ampla divulgação e redução de custos, a fim de diminuir os preços e conquistar ainda mais este espaço.

Quanto a origem da indústria cerâmica na região de Criciúma, tema que norteou o presente trabalho, considera-se que o tipo de imigração contribuiu para a ocorrência de pequena produção mercantil, fato importante que possibilitou acumulação e ascensão de alguns em detrimento de outros. A diferenciação social ocorrida em dois distintos períodos de acumulação, o primeiro do final do século XIX até aproximadamente 1930 na agricultura e o segundo período (1930 até 1945) no carvão, permitiu o surgimento de novos capitais locais. Através das idéias de Dobb pode-se concluir a existência da pequena produção dentro da atividade mineradora, através da análise da trajetória de Diomício Freitas.

Concorda-se com Goularti Filho (2002) no ponto em que menciona a origem da maior parte das cerâmicas da região ligadas a pequena produção mercantil, contudo discorda-se quando diz que a Cecrisa seja simplesmente um desdobramento do setor carbonífero desconsiderando a presença da pequena produção mercantil do no interior desta atividade. Assim como também se avalia que as origens da Cerâmica Eliane e da Gabiella Revestimentos Cerâmicos têm vestígios no carvão, contudo são consideradas também de origem da pequena produção mercantil tendo em vista as trajetórias de seus fundadores.

Como dizer simplesmente que as origens dessas cerâmicas são somente um desdobramento do carvão, e os capitais gerados pelas outras atividades anteriores e posteriores ao carvão também não contribuíram para a acumulação desses capitais?

Defende-se que o carvão tenha sido uma atividade motriz muito importante que impulsionou economicamente, mas que faz parte assim como outros fatores da formação socioespacial da região. Isto é, não se pode atribuir somente a uma atividade econômica o desenvolvimento da uma região, são múltiplas determinações que de maneira combinada proporcionaram o desenvolvimento local.

BIBLIOGRAFIA

ARNS, Otília. **Criciúma 1880-1890: a semente deu bons frutos**. Florianópolis: Secretaria da casa Civil, 1985.

BALTHAZAR, Luiz Fernando. **Criciúma – memória e vida urbana**. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2001.

CAMPOS, Sebastião Netto. **Uma biografia com um pouco da história do carvão Catarinense**. Florianópolis: Insular 2001.

CUNHA, Yasmine Moura da. **Aspectos da paisagem oleira de Morro da Fumaça (SC)**. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2002.

BELLOLLI, Mário et al. **História do carvão de Santa Catarina: 1790-1950**. Criciúma: IOESC, 2002.

BELTRÃO, Leila Maria Vasquez. **A industrialização em Sombrio/SC: gênese e evolução**. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2001.

DOBB, Maurice. **A evolução do capitalismo**. Rio de Janeiro: Zahar, 1980.

ENCICLOPÉDIA DOS MUNICÍPIOS BRASILEIROS, 1959.

FABRE, Ademar José. **Complexo de revestimentos cerâmicos do sul de Santa Catarina: análise sob enfoque do conceito de cluster ou distrito industrial**. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 1999.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Minidicionário da língua portuguesa**. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova fronteira, 1993.

FONTANELLA, Maria Bernardete. **A indústria cerâmica e a construção do espaço urbano de Cocal do Sul**. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2001.

GOULARTI FILHO, Alcides. **A indústria do vestuário: economia, estética e tecnologia**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 1997.

GOULARTI FILHO, Alcides. **A inserção da indústria do vestuário na economia do Sul de Santa Catarina**. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 1995.

1992.

GOULARTI FILHO, Alcides. **Formação econômica de Santa Catarina**. Florianópolis: Cidade Futura, 2002.

ISOPPO, Keity Kristiny Vieira Isoppo. **A indústria cerâmica da região de Criciúma: o caso Cecrisa Revestimentos Cerâmicos**. Trabalho de conclusão de curso. Universidade do Estado de Santa Catarina. Centro de Ciências da Educação. Florianópolis, 2005.

LENIN, Vladimir Ilitch. **O desenvolvimento do capitalismo na Rússia: o processo de formação do mercado interno para a grande indústria**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

LINS, Hoyêdo Nunes. **Ensaio sobre Santa Catarina**. Florianópolis, SC: Letras Contemporâneas, 2000.

LOCH, Ruth Emília Nogueira. **Influência da exploração carbonífera nas atividades agrícolas e no desenvolvimento global de Criciúma – SC**. Dissertação (Mestrado) -

Universidade Federal de Santa Catarina. Centro de Ciências Humanas. Florianópolis, 1991.

MACCARI, Ide Maria Salvan. **Morro da Fumaça: Passado e presente**. Morro da Fumaça: 2005.

MAMIGONIAN, Armen. **Estudo geográfico das indústrias de Blumenau**. Revista Brasileira de Geografia. Rio de Janeiro: IBGE, 1966.

MAMIGONIAN, Armen. **Indústria: breve histórico da industrialização catarinense**. In: Atlas de Santa Catarina, Florianópolis: GAPAN, 1986.

MAMIGONIAN, Armen, **Teorias sobre a industrialização Brasileira**. Cadernos Geográficos. Florianópolis, 2000.

MARAGNO, Fernando José Daros. **Portinari, Arte Cerâmica**. Trabalho de Conclusão de Curso. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2002.

MONTEIRO, Carlos Augusto de Figueiredo. **Clima**. In: IBGE. Geografia do Brasil. Grande região Sul. v. 4 Tomo 1, 1963.

PRADO Jr. Caio. **História econômica do Brasil**. São Paulo: Circulo do Livro, 1986.

PIAZZA, Walter F. **Italianos em Santa Catarina**. Florianópolis: Lunardeli, 2001.

RANGEL, Ignácio. **Economia: milagre e anti-milagre**. 2. ed. Rio de Janeiro Jorge Zahar ed., 1985.

ROCHA, Isa de Oliveira; **O dinamismo industrial e exportador de Santa Catarina**. Tese (doutorado) Universidade de São Paulo, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, De. São Paulo, 2004.

SANTA CATARINA. **Atlas de Santa Catarina**. 1986.

SANTA CATARINA. **Diagnóstico do carvão mineral catarinense** Florianópolis, 1990.

SANTOS, Maurício Aurélio dos. **Crescimento e crise na região Sul de Santa Catarina**. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 1995.

SANTOS, Maurício Aurélio dos. **Crescimento e crise na Região Sul de Santa Catarina**. Florianópolis: Ed. da UDESC, 1997.

SANTOS, Milton. **Por uma geografia nova: da crítica da geografia a uma geografia crítica**. São Paulo: HUCITEC, 1980.

SANTOS, Milton. **A Formação como Teoria e como Método**. Boletim Paulista de Geografia n.54, 1977.

SILVA Jr., José da Silva. **Nos trilhos de Diomício Freitas**. 199?. [mimeo]

SILVA, Marcos Aurélio. **As origens da burguesia industrial e o tipo de evolução capitalista do Nordeste Catarinense (Uma nota crítica)** In: Geosul. N. 28. Florianópolis: Ed. da UFSC, 1999.

SONEGO Enio. **Pioneiros... Também!** Florianópolis: Ed. Do Autor, 2002.

SOUZA, Natália Marcassa de. **Arranjo produtivo de revestimento cerâmico da região sul de Santa Catarina: um estudo da competitividade sistêmica local sob o enfoque evolucionista**. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Santa

Catarina, Centro Sócio-Econômico. Programa de Pós-Graduação em Economia. Florianópolis, 2006. 190 f.

TEIXEIRA, José Paulo. **Os donos da cidade – poder e imaginário das elites em Criciúma**. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina. Centro de Ciências Humanas. Florianópolis, 1995.

VIEIRA FILHO, Ady. **As raízes da industrialização – grupos empresariais catarinenses: origem e evolução**. Florianópolis: Ed. Do Autor, 1986.

VIEIRA, Maria Graciana Espellet de Deus. **Formação social brasileira e geografia: reflexões sobre um debate interrompido**. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina. Centro de Ciências Humanas. Florianópolis, 1992.

VOLPATO, Terezinha Gascho; Santa Catarina. **A pirita humana: os mineiros de Criciúma**. Florianópolis: Ed. da UFSC: Assembléia Legislativa do Estado de Santa Catarina, 1984.

Sítios consultados:

www.ceusa.com.br

www.cecrisa.com.br

www.eliane.com.br

www.giseli.com.br

www.itagres.com.br

www.moliza.com.br

www.pisoforte.com.br

www.portobello.com.br

www.sdr.sc.gov.br

www.sindiceram.com.br

www.ibge.com.br

ANEXOS**ANEXO I****ROTEIRO DE ENTREVISTAS**

Nome do Entrevistado: _____

Cargo/Função: _____ Idade: _____

Quantos anos de empresa? _____

Natural de: _____

I - FAMÍLIA

- 1) Qual o endereço e a época de fundação? Qual o nome da empresa na época?
- 2) O que o fundador da empresa fazia anteriormente (história de vida, profissão, estudo, primeiro emprego...), o que o motivou a iniciar o empreendimento, e os posteriores proprietários?
- 3) Árvore Genealógica do Fundador (atividades desenvolvidas pelos antepassados e pais do fundador, (eram imigrantes?), filhos). Profissão, lugares, cidade de nascimento, datas.
- 4) Possuía negócios atrelados a mineração do carvão? Quantas ele possuiu ou era sócio? E hoje quais restam?
- 5) Qual a origem do capital inicial. Havia sócios, quem eram e qual a sua participação na razão social da empresa (%) – profissão dos sócios. Foi necessário empréstimos etc.

- 6) Diversificaram negócios em outras áreas? Quais eram e onde se localizavam estas empresas/propriedades? Quais ainda pertencem à família e quem as administra?
- 7) O grupo chegou a ser dividido entre os filhos ou administram juntos?
- 8) Alguma empresa da família foi vendida? Quais? Para quem? Nacionais ou estrangeiros?
- 9) Hoje quais são as empresas que pertencem ainda ao grupo? Alguma foi incorporada?
- 11) Empregados moravam em casa própria? Empresa mantinha vilas operárias ou política de facilitar acesso a casa própria? Atualmente quais os benefícios (financiamento/recreação/ cooperativas/etc) que a empresa traz a seus funcionários.

II – MÁTERIAS PRIMAS, e PRODUTOS

- 1) Qual os primeiros produtos e a razão da fabricação deles. Fonte das matérias-primas (tipo, procedência, transporte). Mercado inicial – compradores e onde se localizavam. Tipo de energia utilizada. Tipo de comercialização.
- 2) Esses primeiros produtos tiveram algum pioneirismo no mercado. Havia concorrência, quem era e sua localização, até que data.
- 3) Quanto à matéria-prima como descobrem que em determinado lugar possui ou possuía (vantagens e desvantagens de cada região). Como é a comercialização? Percentual do custo do transportada matéria-prima no preço do produto final. Como é transportada?

4) Após o início houve alteração na linha de produção? Produtos e datas. Pioneirismo em algum produto?

III-MERCADO CONSUMIDOR

1) Evolução do mercado. Compradores (procuravam o produto, por meio de propaganda, empresa de representações?). Como era e é a comercialização? (pagto – bancos?). Como se resolve o problema da distância até o mercado consumidor – veículos próprios ou de terceiros) Por quê? Percentual do custo deste transporte no produto final.

2) Novos mercados surgem por ampliações territoriais, lançamentos de novos produtos? Como e quando ocorre isto?

3) O mercado influenciou na abertura de filiais e empresas que compõem o grupo empresarial. (data de fundação e localização, bem como ramos de atividades). Esta empresa incorporou alguma outra empresa (nome data, localização, bem como seus ramos de atividades). Esta empresa incorporou alguma outra empresa (nome, data, localização). Empresas concorrentes fecharam ou desistiram (quais, ramos, localização).

4) Como ocorre a conquista de mercados no estrangeiro (através de firmas de representações?). Qual o diferencial da Cecrisa? Como ocorre este câmbio. Mecanismo de acesso ao mercado externo (financiamento, etc.). Como vencem a competitividade e como ela ocorre atualmente.

5) Valor total da produção e % das linhas de produtos (quais). Quais os principais concorrentes conforme as linhas no mercado interno e externo. (% de cada concorrente/nomes/localização).

6) As exportações são algo de novo na empresa ou uma alternativa viável para a expansão da empresa, ou uma resposta para as crises.

7) A ida ao exterior implica necessariamente em novos planejamentos gerenciais, aperfeiçoamento da mão-de-obra, qualidade dos produtos, investimento em tecnologia? Comentar.

8) Quanto às exportações que tendência a empresa espera seguir? A empresa está se preparando para alguma nova divisão internacional do trabalho no mundo?

III – EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA

1) Copo se resolveu o trabalho de técnicas necessárias ao início das atividades industriais (experiências dos técnicos/lugares/datas) e posteriormente. Equipamentos iniciais (quantos, quais e procedência). Quem os comprava, forma de pagamento e como foram transportados até aqui. Energia utilizada.

2) Qual a solução para reposição de peças ou estragos nas máquinas? A própria empresa fabricava seus equipamentos ou mais tarde os copiava? E hoje?

3) O pioneirismo dos produtos depende da tecnologia? Como ocorre esta relação? Como a empresa tem resolvido o problema de geração de tecnologia para que surja a inovação no processo de geração de tecnologia para que surja a inovação no processo de produção? Laboratórios internos/ revistas, viagens, visitas a concorrentes, etc/ novas experiências/ intercâmbio com o exterior? Cite exemplos.

4) Segundo algumas informações que obtive a industrial Conventos teria surgido a partir de um laboratório de desenvolvimento, e hoje fabrica equipamentos. Procede esta informação?

5) Aprimorando-se tecnologicamente – melhor produtividade – menos mão-de-obra – resolve o problema dos custos da distância da matéria-prima e do mercado consumidor?

6) Relacionar tecnologia do processo produtivo e dos produtos exportações competitividade.

7) Como a empresa acompanha a evolução tecnológica mundial, e como insere novidades na sua produção.

IV – MÃO-DE-OBRA

1) No início tinha quantos empregados? Quais os cargos/função? Jornada de trabalho e como evoluiu, em como a composição dos empregados (masculino/feminino, e sua procedência espacial. Há casos de operários ou técnicos deixarem a empresa para montar nova empresa? Citar casos lugares e datas.

2) Empregados moravam em casa própria? Empresa mantinha vilas operárias ou política de facilitar acesso a casa própria? Atualmente quais os benefícios (financiamento/recreação/ cooperativas/etc) que a empresa traz a seus funcionários.

3) Evolução do quadro de funcionários de 5 em 5 anos (início até hoje). Qual a percentagem dos salários no custo total da produção. Como evoluiu a produtividade? (Comparar com produto ou consumo de matéria-prima.

4) Nas empresas existe uma tendência a contratação de mão de obra mais “operária” ser em sua maioria da região e a mão de obra mais qualificada ser m sua maioria pessoas vindas de outras regiões. A Cecrisa possui essa tendência? A maioria dos trabalhadores são de quais municípios? E a mão de obra mais qualificada, de quais municípios? Em números, % de trabalhadores por municípios.

5) A empresa tem empregado mão-de-obra feminina. Percentual do total. Desde quando? Quais cargos/função? Qual a razão de sua utilização?

6) Quantos funcionários trabalham diretamente na área de exportações. Quais cargos/funções? Quantas são mulheres?

7) A região de Criciúma é conhecida por ter um forte movimento sindical, sendo que vários setores da economia já passara por muitas greves, principalmente na década de 80. A Cecrisa já passou por este problema de greve? Se sim, quantas, período de duração, data?

8) Como se dá a qualificação dos funcionários? Cursos, Treinamentos, etc.

V – ADMINISTRAÇÃO

1) Qual os primeiros produtos e a razão da fabricação deles. Fonte das matérias-primas (tipo, procedência, transporte). Mercado inicial – compradores e onde se localizavam. Tipo de energia utilizada. Tipo de comercialização.

2) Esses primeiros produtos tiveram algum pioneirismo no mercado. Havia concorrência, quem eram e sua localização, até que data.

3) O mercado influenciou na abertura de filiais e empresas que compõem o grupo empresarial. (data de fundação e localização, bem como ramos de atividades). Esta empresa incorporou alguma outra empresa (nome data, localização, bem como seus ramos de atividades). Esta empresa incorporou alguma outra empresa (nome, data, localização). Empresas concorrentes fecharam ou desistiram (quais, ramos, localização).

3) Qual a percentagem dos salários no custo total da produção. Como evoluiu a produtividade? (Comparar com produto ou consumo de matéria-prima).

5) Organograma da empresa. Importância da área de exportações no conjunto.

6) Controle acionário – evolução e atual (capital votante): grupos dominantes (nomes e lugares). Capital preferencial: principais acionistas – percentual e ordinário.

7) Como a empresa investe os lucros (diversificação/ experiências/ampliação/etc.). Empréstimos (quais, origem): mercado de capital?

8) Como a empresa classifica historicamente suas etapas de evolução. Causas e características das etapas. Planos futuros da empresa?

ANEXO II – Algumas entrevistas:

ENTREVISTA COM A JOHN VICTOR MUELLER – TUBARÃO (SC), EFETIVADA POR
KEITY KRISTINY VIEIRA ISOPPO

**John Victor Mueller trabalha na Itagres Revestimentos Cerâmicos durante como
Diretor Geral.**

Primeiramente eu gostaria de saber o nome do senhor.

João Victor Miller.

Qual o endereço de Fundação da empresa? E se a empresa já tinha este nome na época?

A empresa na época, isso em 1982, 83, ela tinha o nome Refraza. Era Refratários Santa Bárbara. Inclusive ela não produzia revestimentos cerâmicos, ela produzia refratários. Em 1983 ela foi adquirida por um grupo de três pessoas, na verdade um sogro e dois genros. E esta empresa estava praticamente num momento em que ela tinha que mudar o perfil dela, deixar de produzir refratários. E foi isso que estimulou essas três pessoas a comprar a empresa. O tal do Zantabar (?) por isso que eles levavam o nome Refraza, ele era um empresário tradicional da região, ele tinha várias empresas, ele resolveu se desfazer aqui. Foi quando então, o senhor José Bizoni, Túlio Zumblick e Humberto Ghizzo Bortoluzzi compraram a Refraza em setembro de 1983. Então o endereço era aqui, já se localizava aqui. Foi adquirida. Hoje ela tem 42,000 metros de área construída, e na época ela tinha alguma coisa em torno de 11.000 metros de área construída. Ela foi ampliada e passou por uma mudança total de perfil de atividade, de produção, investiram tecnologicamente. Em suma, esta empresa hoje não tem absolutamente nada a ver com a empresa que a antecedeu.

O que o fundador da empresa fazia anteriormente? Qual sua história de vida, profissão?

O primeiro emprego dele foi funcionário do Banco do Brasil, era concursado do Banco do Brasil. O que administrava aqui a empresa, e o sogro dele. Volto a repetir, quem comprou esta empresa foi o sogro e dois genros. Um dos genros que veio para cá assumir em 83 a empresa, porque eles tinham outros negócios. Eles eram donos das concessionárias da Mercedes Bens. O sogro e o outro genro Túlio Zumblick, permaneciam nas concessionárias. Eles tinham concessionárias, lojas, áreas de reflorestamento etc. E este chamado Humberto Ghizzo Bortoluzzi digamos quase como

um acordo entre os três, foi o que se destacou no sentido que assumiria a empresa nova. Então ele veio para cá.

Mas no primeiro emprego dele como funcionário do Banco do Brasil ele permaneceu por 11 anos. O sogro como era empresário, e empresário tradicional e forte aqui da região, fez a proposta para ele abandonar a carreira do Banco do Brasil. Ele abandonou a carreira do Banco do Brasil para trabalhar com o sogro. E trabalhando com sogro ele passou a investir em compras de cotas, e passou a ser sócios da empresa. Ele o outro genro.

Qual foi o motivo que levou os três proprietários adquirir esta empresa? Foi diversificação?

Diversificação e na época eles acreditavam não talvez especificamente no ramo de atividade, eles sabiam que refratário não era mais o que se estava produzindo. Mas o ramo cerâmico no Brasil estava em ascensão e o imóvel aqui da cidade onde se encontra a empresa era muito grande, com uma confrontação extremamente atrativa, BR-101 passando na parte frontal do imóvel. São poucas empresas que podem ter, esse imóvel tem 1.400 metros de frente para a BR-101. Eu acredito que na época talvez até o próprio imóvel tenha sido um atrativo forte. Então este deve ter sido o motivo, de adquirirem imóveis.

Qual o nome dele, do genro?

Humberto Ghizzo Bortoluzzi. O senhor José Guizoni e Túlio Zumblick permaneceram administrando as concessionárias da Mercedes. E eles eram donos de todas as concessionárias do sul do estado.

Sempre vieram neste ramo de automóveis?

Não, era diversificado. Era comércio que não tinha nada a ver na época com automóveis.

Eles trabalham em alguma coisa com o carvão?

Nada, absolutamente nada. Eles não têm nenhuma relação com ramo de atividade do carvão.

Isso é uma coisa que teoricamente eu acabo questionando porque existe, pelo menos da parte da geografia a qual eu pertença, uma existência em dizer que o sul de Santa Catarina e o setor cerâmico acabou nascendo de um desmembramento do carvão. Eu venho questionando as empresas para realmente desvendar se isso é verdade. Eu sei que tem umas que acabou vindo uma das grandes empresas aqui do sul veio do carvão. Mas as outras pelo que eu vejo não tem nada a ver, todas dizem não temos nada a ver.

Esse conceito talvez tenha se criado porque esta particularmente que surgiu, digamos assim, estruturado num capital que se formou em cima atividade de extrativismo de

carvão, ela se tornou durante um período a maior cerâmica do Brasil. Uma marca forte, em termos de produção chegou na década de 80 ser a maior cerâmica da América do Sul. E evidentemente o pessoal acaba estendendo esse conceito para todo mundo e generaliza. Põe todo mundo no mesmo balaio.

Eu penso que a maioria das cerâmicas hoje não possuem nenhuma ligação com o carvão.

Não, não. As cerâmicas que acabaram surgindo posteriormente à Cecrisa, que o fundador dela Diomício Freitas tem essa origem no carvão, trabalhava com mineração. As cerâmicas que foram apareceram posteriormente foram muito mais no sentido de perceber, ora se uma empresa em Criciúma se tornou a maior empresa da América do Sul é porque esse negócio é bom. Então alguns empresários, entenderam se o negócio é bom, também vou investir nesse negócio. Acabaram investindo, não tendo absolutamente nada a ver com origem no carvão, por entender que se um empresário bem sucedido se tornou o maior da América do sul na década de 80. Porque eu não posso colocar uma empresa? Vou colocar, o negócio é bom. Foi isso que na verdade foi. A única empresa cerâmica que surgiu com base num capital originado no carvão chama-se Cecrisa.

É isto que eu estou constatando. E tem pessoas que escreveram dissertações de mestrado e teses de doutorados dizendo que o carvão desmembrou tudo.

Foram totalmente infelizes e pesquisaram mal.

Existe aquela briga teórica, a qual eu faço parte. Então eu venho para campo para desvendar realmente isso.

É. Alguma... Mesmo se a gente avaliar outros ceramistas da região de Criciúma. Talvez lá no início dos seus negócios, em algum momento tiveram algum tipo de sociedade, uma cota, duas cotas, três cotas, algum tipo de sociedade com um empresário ligado ao ramo do carvão. É natural aquele que é empresário, empreendedor nato, nunca foi empregado, sempre foi empresário, ele ter vários vínculos, várias relações com várias empresas. Às vezes ele compra 10% de uma empresa, entra num negócio aqui ou acolá. E talvez um desses tivesse relação alguma relação com o carvão. Então, acaba-se dizendo que todo mundo tem origem no carvão. Mentira, isso não existe. Eu não sou aqui do sul do estado, conheço essa história agora até por viver aqui 25 anos e te garanto que quem escreveu isso ta mais para o lado da ficção do que de um trabalho empírico mesmo, e calcado em cima de fatos reais. Viajou.

A intenção do trabalho é se basear no empírico.

Ou talvez alguém desse uma informação totalmente errada para ele, o que pode acontecer também.

Sobre a família e a profissão acho que já está mais do que explicado.

Eles são de uma família de italianos. Origem italiana, Guizoni e Bortoluzzi, a terceira geração no Brasil. Eles têm vínculos muito forte, tanto é que eles são originários de pequenas cidades aqui do sul do estado de colonização italiana. Então eles mantêm forte esta tradição italiana, com estudo de árvore genealógica, brasão da família. Isso aí é bem forte.

Então...

Respondido outra pergunta.

Mineração já foi. E hoje permanece este gênero que assumiu?

Não ele faleceu em 1999, fruto de um aneurisma. Então foi uma mudança rápida dentro dos negócios da família. Faleceu um sócio que tinha 33% de um negócio, um pouquinho antes dele falecer, faleceu o sogro, restando somente o Túlio que era um dos genros. E conseqüentemente nós estimulamos uma divisão de todos os negócios. Todos os negócios foram divididos, em função de uma necessidade legal que era confecção do inventário do sogro que era o majoritário em todos os negócios, ele tinha 34 % e os dois genros 33% cada um. Como houve praticamente duas mortes sucessivas de dois sócios num intervalo de tempo muito pequeno, estimulou em função do inventário, estimulou a separação de tudo. Então um ficou com as concessionárias, outro ficou com reflorestamento, outro ficou somente com imóveis. Entre filhos e netos. Já se fez uma partilha inclusive com a segunda geração, os sucessores, que acabaram sendo herdeiros. Para evitar que os negócios viessem a ter qualquer tipo reflexo negativo aumentando substancialmente a quantidade de acionistas em função dos netos, resolveu-se dividir todos os negócios. Hoje quem é dono exclusivo da Itagres, 100% do capital é a Regina Guizoni Bortoluzzi que é a viúva do Humberto Guizzo Bortoluzzi e dois filhos. Aqui são três sócios novamente, só que são mãe e dois filhos. A Regina Guizoni Bortoluzzi possui 51% da empresa, o Murilo Guizoni Bortoluzzi filho mais velho dela tem 24,5% e o outro filho o Maurício Guizoni Bortoluzzi.

Ficou para a família de quem tocou realmente a empresa.

Isso, exatamente. A empresa na divisão ficou para a viúva do Humberto Bortoluzzi e conseqüentemente os dois filhos dela.

Por afinidade.

Até por uma questão de ética, de justiça e de coerência. Ora, na questão de gestão os três quando eram vivos, eles dividiram a gestão para dar autonomia a cada um dos sócios. E foi ele que iniciou aqui na empresa desde o momento da compra, nada mais justo que esta empresa aqui no momento da divisão permanecesse com a família dele. Foi isso que aconteceu.

Qual a origem do capital não teria nem como medir no início?

É capital familiar que foi se acumulando durante os anos.

Além das concessionárias, setor cerâmico, qual seriam as outras áreas que eles investiram?

Reflorestamento.

Depois da cerâmica?

Só Reflorestamento.

Em que região?

Aqui mesmo na região sul. Reflorestamento de Eucalipto.

Se alguns familiares já venderam os outros setores ou se ainda permanece?

Permanece nas mãos da família.

Existe alguma empresa que foi incorporada a Itagres ou alguma outra unidade foi criada em algum outro estado?

Nós compramos uma cerâmica do Grupo Sangoban uma multinacional, que é a Cemisa. Ela pertence a nós hoje, depois dessa divisão. E hoje nós estamos instalando uma cerâmica no Rio Grande do Norte no nordeste, que vai ser a maior fábrica de porcelanato da América Latina. Ela é duas vezes maior que esta aqui, ela vai produzir 1 milhão m2 de porcelanato mês. Ela está em fase de instalação e a previsão de partida dela é junho/julho do ano que vem.

Esse investimento foi dado em que sentido? Tem na região norte e nordeste do país um crescimento de mercado consumidor?

A questão de logística para exportação. Porque nós somos grandes exportadores, estamos entre os quatro maiores exportadores do Brasil em cerâmica. A empresa Itagres exporta para 68 países. A questão logística porque o nordeste está mais perto das rotas de navio do hemisfério norte. O hemisfério sul é o primo pobre do planeta, o primo rico está no hemisfério norte, onde está a Europa, a Ásia, a América do Norte, Canadá. Então naturalmente a logística do planeta acontece em mais de 70% da linha do Equador para cima. Onde você tem uma frota maior de armadores, etc. Então nos estamos implantando uma fábrica no nordeste, uma proximidade maior dos Estados Unidos e do Caribe da América Central e do Canadá. Nós temos hoje um *transit time* de Itajaí até os estados Unidos de 18 dias, saindo dos portos de Fortaleza e de Suave e Pernambuco são 9 dias até os Estados Unidos. Você ganha 9 dias no *transit time*, isso é algo fantástico, e é um tempo muito grande para quem hoje em dia diz que está preocupado com logística e com o tempo. Tempo de entrega, serviço, você deve estar mais próximo do cliente.

Outro aspecto, a grande fonte de matéria-prima, geologicamente falando, a formação geológica do Brasil, que é a matéria-prima essencial para a produção de porcelana está

no nordeste que é o Feldspato. Feldspato não existe no sul do Brasil, na formação geológica do sul do Brasil. Está no Rio Grande do Norte e na Paraíba. Então a disponibilidade de matéria-prima, de gás natural da Petrobrás, num preço muito menor que o gás boliviano, proximidade do hemisfério norte e incentivos fiscais que não são oferecidos no sul do Brasil. Nós temos infelizmente no sul do Brasil, um posicionamento extremamente prepotente dos políticos, que acham que não precisam mais atrair empresas ou estimular uma concentração de empresas no sul, porque já é uma área extremamente industrializada, que é uma área extremamente exportadora. No entanto não percebem que nesses últimos 10, 15 anos já perderam muitas empresas do sul que foram para o nordeste. Que é o caso da Greendene, Alpargata, e tantas outras empresas que saíram aqui do sul para ir para o nordeste. E nós somos mais uma. Nós não vamos extinguir a unidade aqui de Tubarão. O nosso objetivo é ativar aquela unidade lá em cima, e ocupar espaço no nordeste. O Brasil é muito grande, mesmo que não houvesse essa questão de logística com o mercado externo, você tem que regionalizar o seu sistema produtivo. Já existe uma dificuldade de logística muito grande dentro do próprio Brasil, não tem mais estrada de ferro, o sistema de cabotagem é arcaico, obsoleto. Agora se está falando em reativar e no Brasil tudo é lento para reativar porque falta investimento. Basta ver a situação do Porto de Itajaí, se não fosse uma empresa da suíça investir num novo de Porto de Navegantes, o Porto de Itajaí já haveria sofrido um colapso. Então tem péssimas estradas, falta de investimento, não tem ferrovia, não tem transporte de cabotagem, o que se tem que fazer? Regionalizar o setor produtivo. Então esse é o nosso pensamento, colocar uma fábrica no nordeste, no futuro colocar outra em São Paulo para ocupar espaço no sudeste, no sul e no nordeste, que são as três grandes regiões consumidoras de material de construção civil. No nordeste inclusive em função de estar investindo muito em turismo e muito europeu comprando imóveis no nordeste, porque hoje gente da Espanha e Portugal compra imóvel no Ceará, em Alagoas, no Rio Grande do Norte. Imóvel de verão tem uma onda de um país ainda tranqüilo, não tem terrorismo. E o europeu consegue num vôo de cinco horas, sair da Europa e vir para sua casa de praia no nordeste. Isso o Europeu já está entendendo. E quanto mais próximos aqui da América do Sul, que ainda é um continente digamos assim, vamos chamar... Por mais que nós tenhamos uns loucos aqui na América do Sul metidos a galo de briga, os nossos amigos da Venezuela e Bolívia, nós ainda somos um continente ainda extremamente pacífico. Nós estamos fora da rota de terrorismo e de guerra. Isso está estimulando muito a construção de resort, de condomínios de luxo no nordeste e estão sendo comprados quase que 100% por europeus. Então o nordeste é o que mais cresce hoje na construção civil no Brasil, a região que mais cresce na construção civil. Vamos lá.

Com relação aos empregados, a maioria é da região? Existem vilas operárias?

Não, não existem vilas operárias. Todos são residentes aqui e naturais num raio de no máximo 80 km. Essa vantagem nós temos porque se criou um grande pólo ceramista e consequentemente formação de mão de obra. Então não há necessidade de trazer gente de outro estado ou de região muito distante. A primeira região do Brasil formadora de mão de obra especializada no setor cerâmico foi a região de Criciúma. Hoje existe outra região formadora de mão de obra que é São Paulo, mas os recursos humanos formados aqui no estado é o suficiente.

Possui muitos cursos técnicos, superior em cerâmica.

Exato.

Existe algum benefício, alguma ajuda financiamento para os funcionários adquirirem casa própria? Através de cooperativas?

O que existe aqui é uma filosofia pouquinho diferente. A era dos benefícios no Brasil que foi muito propagada e institucionalizada pelo meio público, principalmente pelo poder federal, estadual e municipal. E por isso essa correria desesperadora para ti conseguir passar num concurso público, buscando as sombras da tranqüilidade e dos benefícios, ela passou. Nós dentro da iniciativa privada hoje entendemos o seguinte: o empregado tem que ter um salário de mercado, um bom salário, que esteja compatível com o nível de especialização dele e participação dos resultados da empresa. Que o que o meio público não consegue fazer, talvez seja uma frustração, por isso que tanta gente boa no meio público é improdutivo, porque não tem estímulo para produzir. Ele pode produzir, ser um excepcional professor, um excepcional profissional, e ele nunca vai ganhar mais que alguém que não dá aula, que não faz nada, que é totalmente relapso, acomodado por que é plano de carreira. Este é o grande desestímulo que eu vejo em uma carreira pública. E o grande estímulo que nós temos na iniciativa privada é, e o que agente consegue colocar na cabeça de todo mundo, você não precisa de uma cooperativa para casa própria, você não precisa de cesta básica, você precisa de um salário bom, que seja compatível com o mercado e participe na produtividade e nos resultados da empresa. Na renda variável você tem que conseguir todos os benefícios necessários para você ter uma vida condigna ai fora. Porque quando você acaba introduzindo algum tipo de benefício eles caem na mesmice, isso já foi mostrado ao longo da história. As vilas operárias foi o maior abacaxi que se inventou no Brasil. A Portobello em Tijuca teve um problema enorme na vila que ela financiou juntamente com a Caixa Econômica Federal, e os empregados e suas digníssimas esposas e filhos viviam conflitando dentro das vilas porque eram vizinhos. E a noite pós expediente o empregado passava novamente a ver o vizinho dele que era colega de trabalho. E os conflitos da empresa iam para dentro da casa residencial, e os conflitos da área residencial iam para dentro do local de trabalho e declarava-se uma verdadeira guerra. Quando você põe todo mundo querendo conviver 24 horas por dia juntos, está errado. As pessoas precisam realmente relaxar, e digamos assim, desligar um pouquinho. Você põe uma pessoa 8 horas dentro do expediente de uma fábrica e depois diz que as outras 16 horas ele vai conviver com outra empresa em uma vila de operário da mesma fábrica. Isso é um barril de pólvora. E quando não é anormal, agente tem visto todo dia, é um cachorro solto, é um cachorro mordendo o vizinho, é uma pedra na vidraça. Você imagina isso, que se dentro de um bairro normal, uma rua normal, os vizinhos já são conflitantes e chegam chamar a polícia para resolver determinados problemas, quando este bairro, esta rua é composto de pessoas totalmente heterogêneas de vários lugares, de várias empresas, de várias atividades. Imagina você gerar uma bomba dessas dentro da empresa e dizer agora: atenção senhores empregados acabamos de comprar um terreno de 100 mil m², vamos construir 200 casas. E já começa tudo errado. As empresas fizeram até isso no passado, ai tem casa para diretoria, casa para

a gerência e casa para operário. Ai você cria mais uma distinção dentro da empresa, que é a casa do diretor muito melhor que a casa do operário, ali você só alimenta a mágoa e o revanchismo. E tudo isso que você alimenta lá fora numa vila de operários você traz novamente no próximo expediente do dia seguinte para dentro da empresa. Esse foi mais um benefício que se criou fruto de todos esses modismos que se criou dentro da vida corporativa dentro das empresas, principalmente consultores que criam essas baboseiras e ficam papagaiando por ai. Ai criaram: manutenção produtiva total, *just time*, kanban, vila para empregado. Gente na prática o que funciona é quanto dinheiro entra no teu bolso. É igual à Universidade Federal, a universidade pode dar o dentista, pode dar o médico, pode ter o hospital universitário. Pergunta se algum professor da Universidade Federal da importância a isso? Hoje ele faz greve por causa de salário. Ele não faz greve, e esquece que tem um hospital dentro da universidade, que ele tem uma prefeitura lá com carpinteiro e eletricitista que trabalha para ele até em casa. Tudo isso se esquece. Se briga pelo que? Salário! No final das contas a briga é sempre por? Salário! Porque quando se enxerga todos esses benefícios, ele deixa de aparecer no seu contracheque e as pessoas incorporam, ignoram que ele existe, cai na mesmice, cai no esquecimento. E no final do mês o que se olha? É a última linha do contracheque é o valor do salário. Então esse circo que se armou no Brasil dentro das próprias empresas do meio público. Porque nós vivemos um problema sério no Brasil, porque nós vivemos copiando o que os outros já fizeram e já sofreram e já deram com a cara na parede há 10 anos atrás. Claro agora com a tecnologia e os meios de comunicação muito mais rápidos, há uma tendência natural de agente começar a não querer praticar com tanto atraso aquilo que os outros lá fora já erraram. A Souza Cruz foi uma das empresas do mundo que mais aprenderam com a história do benefício. Um belo dia acordou e disse que não tinha mais benefício, o que uma empresa precisa oferecer é o seguinte: quanto é que você vale pela sua competência e seu trabalho no mercado de trabalho? Quanto é que você vale? Com mestrado, com doutorado ou pós-doutorado? Quanto é que você vale no mercado de trabalho? Pela sua capacidade pela sua competência, por aquilo que você produz e não por aquilo que você diz que quer produzir. Por aquilo que você produz. Eu tenho um valor de 10 mil dólares. O mercado tem que te pagar 10 mil dólares. Se você tiver competência para fazer o mercado entender que você vale os 10 mil dólares ao mês. E que o mercado precisa te absorver porque você vai dar este retorno dentro de uma empresa. Não tenha dúvida que você vai ganhar os 10 mil dólares ao mês. Mas o que as pessoas querem fazer, e particularmente isso é típico de país subdesenvolvido, as pessoas querem ganhar muito sem fazer nada. Isso é o mal dentro do Brasil Eu quero ter um monte de benefício sem precisar fazer nada. Eu quero ter uma carreira por tempo de serviço e não por competência e por realizações e por produtividade minha. Eu quero ter carreira por tempo de serviço, por quinquênio, biênio. Cadê a valorização da competência? Isso foi o que institucionalizaram no meio público, onde um cara extremamente competente ganha a mesma coisa que um incompetente. Por isso agente não tem esse tipo de benefício. Aqui dentro da empresa nós pagamos participação dos nossos resultados há 15 anos, mesmo antes de terem aprovado aquela medida provisória, e dá excelentes resultados. Pessoal se empenha pessoal vai atrás. Todo semestre em 15 anos, nós nunca deixamos de pagar participação dos resultados, graças a deus. E talvez hoje nós sejamos uma das poucas empresas no Brasil no setor cerâmico que tem um lucro contábil todos os anos porque toda equipe dentro da empresa se empenha pela

participação da renda variável. Isso que se deveria inclusive tentar introduzir no meio público. O dia que introduzirem isso no meio público e as pessoas entenderem que uma parte do salário tem que ser fixa, e a maior parte do salário variável, fruto única e exclusivamente de consequência de sua produtividade. Ai daria tudo certo.

[...]

Nos últimos 15 anos, houve essa evolução em função da tecnologia que se trouxe da Itália, ai sim nos começamos a mudar totalmente a tipologia. E hoje nós fazemos produtos exatamente iguais a mármore, iguais a madeira. Se você for olhar hoje um porcelanato com design madeira, você não diz que não é uma madeira natural. Em suma nós podemos até estar ajudando no futuro, esses europeus pararem de comprar e roubar a nossa madeira da Amazônia e que compra uma cerâmica. Porque cerâmica não derruba árvore, ela é ecologicamente correta. Alguém pode dizer assim: mas extrai argila do subsolo, mas argila já é um material estéril. O material orgânico que é a primeira camada da crosta que serve para agricultura e até para a fauna se desenvolver, fauna e flora, não tem nada a ver com a argila. Argila é uma camada que está geralmente a 3,4, 5 metros de profundidade e é totalmente estéril não serve para plantar nada e nada se desenvolve na argila. Em suma, esse é o material que se usava, sempre se usou esses materiais sempre procurando trazer num raio máximo de 200 km de distância da fábrica. O transporte das matérias primas sempre foi rodoviário e até hoje acontece. À medida que os produtos foram se sofisticando, e surgiu o porcelanato no Brasil, nestes últimos 12 anos, ai sim nós tivemos que começar a extrair materiais de uma distância maior. Porque a formação geológica da região não tem os fundentes que nós precisamos. Acaba-se tendo que trazer o insumo a 400, 600, 800 km de distância e agrega mais custo em função do frete. Mas são produtos que também agregam mais valor, consequentemente uma coisa compensa a outra. Essa é a evolução e extração de materiais que nós utilizamos hoje.

A Itagres teve algum pioneirismo, através de algum lançamento de produto ou adoção de alguma tecnologia?

Nós somos hoje a única empresa do Brasil que fabrica porcelanato que não mancha, que é um porcelanato com qualquer tipo de design com uma granilha sinterizada. Só existe uma outra empresa no Brasil que fabrica esse mesmo tipo de produto chama gres polido, que é uma tecnologia que veio da Espanha. Só duas empresas fabricam no Brasil que é a Ceusa e a Itagres. Só que a Ceusa fabrica em massa de gres, nós estamos fabricando em massa porcelanica que é um dificultador muito maior, tem mais uma ou duas empresa na Europa que fabrica. Nós somos a única do Brasil que faz isso. Outra, nós fomos a primeira empresa do setor cerâmico, talvez sejamos uma das poucas até hoje, que tem um circuito totalmente fechado de tratamento de efluentes e reaproveitamento da água. Nada sai do terreno da água. Não existe depósito de sólido ou perda de qualquer tipo líquido no processo que não seja reaproveitado. Ele reaproveitado até o ultimo momento, daqui água só pode se transformar em vapor. A água só se transforma em vapor no processo de atomização. O que muita empresa faz é pegar essa água e joga no sistema de coleta da cidade ou em rios.

Você tem isso 14000?

Nós não temos, não precisamos. Nós fazemos por com consciência.

Muitas vezes as empresas usam o ISO como uma propaganda?

Nós já tivemos todos os tipos de ISSO aqui dentro, ISO 13000, 13100, 9001, 9002, tivemos todas as versões de ISO. Abandonamos todos. Primeiro porque no Brasil se faz isso puramente e meramente como um instrumento marketeiro, segundo ter isso não significa ter qualidade. É outra mentira que se inventou, tanto é que o europeu não da bola para isso. Um alemão quando vende uma máquina, um equipamento, ele vende pelo conceito que a Alemanha tem de ser altamente qualitativa no que faz. E todo mundo quer comprar uma máquina lá na feira porque é feita na Alemanha, e quer comprar um Mercedes porque é um Mercedes. E o Mercedes não tem ISO. Aqui no Brasil se inventou a ISO para iludir o consumidor, ora se alguém prestar bem atenção, inclusive os meios de educação e as universidade acabaram participando desse engodo, e acabaram estimulando tudo isso. Chama-me muita atenção como pessoas que tem doutorados, são *Phd*, ainda acreditam tamanha heresia que é a ISO. Porque basta se entender que a ISO é a elaboração de procedimentos do que se faz. Ora, se eu escrever o procedimento do que eu faço, vier um auditor e me audita apenas para saber se eu estou cumprindo o procedimento e diz que eu estou auditado e me concede uma ISO porque eu cumpro fielmente o procedimento. O Auditor é tão burro quanto eu, ou mais. Porque? Eu apenas cumprir um procedimento não significa que estou fazendo com qualidade. Eu posso ter elaborado o procedimento e a minha atitude no trabalho ser totalmente incorreta. Eu sou um cara que trabalha total falta de qualidade, ou um pouco de falta de qualidade, seja lá o que for. Em uma escala de 0 a 100, com que qualidade eu trabalho? Qual é o grau em nível de qualidade que a empresa faz no produto? Se você transcreve para um procedimento tudo que a empresa faz de errado e vem um auditor e diz que você está cumprindo os procedimentos. Parabéns! E ainda te faz no auditório um discurso na hora de entrega da ISO dizendo que esta empresa teve somente duas inconformidades. E quem escreveu os procedimentos? Foi a própria empresa. E o procedimento é sinônimo de qualidade? Não, nunca foi. Escrever um procedimento muitas vezes pode ser uma forma de ocultar e mascarar a falta de qualidade. Porque quem está cumprindo o procedimento foi o cara que escreveu o procedimento. Como é que ele vai escrever um procedimento com 100% qualidade? Se nem ele sabe se ele é qualitativo? E nunca alguém talvez dissesse: você está fazendo errado. Ai escreve o procedimento, a empresa dele ganha uma ISO e sai papagaiando o mundo inteiro dizendo que ela tem qualidade? É a maior mentira que se inventou. Só gente num país tupiniquim que nem o Brasil que ignora a verdadeira realidade prática das coisas dentro de uma empresa, ou dentro de um processo produtivo real é que acredita em papai Noel ou em chapeuzinho vermelho como a ISO. Infelizmente ainda existem instituições de ensino no Brasil propagando isso, acreditando nisso, porque no mínimo deve ter um mal intencionado dentro da instituição ou dentro das entidades certificadoras que está ganhando dinheiro com isso para certificar e auditar empresas. Porque é uma mentira. A Volvo não vende, não tem o conceito de ter o carro mais seguro do mundo por que tem ISO. A Volvo tem o carro mais seguro do mundo por uma questão de consciência

de qualidade. E nós aqui dentro da Itagres mantemos todos os procedimentos, mas de uma forma consciente, de uma forma transparente. Nós temos que acreditar no que estamos fazendo, nós estamos em busca da qualidade total. E a qualidade total é utópica. Ninguém chega lá, mas nós queremos chegar próximos. Agora se nós não tivermos consciência de que nós temos que fazer alguma coisa para satisfazer o nosso cliente, e temos que dar o menor nível de insatisfação possível ao mercado. Tentar chegar muito próximo de zero. Ai nós poderemos ter todas as ISO do mundo, mas com uma mera futilidade para pendurar uma bandeira dessas na frente da empresa. Não serve para nada. O cliente quer um produto que tenha *design*, porque hoje tudo tem que ter *design*, que agrade aos olhos, que tenha qualidade necessária para ter um bom tempo de durabilidade e dentro de um preço adequado para essa qualidade e esse *design*. Preço adequado, nunca barato e nem caro. Barato e caro são dois conceitos burros também. Preço adequado para uma mercadoria. Eu posso achar um carro de 500 mil dólares um preço adequado. Nunca caro, nem barato. Um jatinho, um foguete, uma casa, um iate, um porcelanato. Tem que ter um preço adequado para mim que sou consumidor. O que é preço adequado? Isso que eu falei. Eu estou satisfeito? Comprei aquilo que eu queria comprar? Fez bem para mim? Fez, então porque está dentro daquilo que queria, dentro do modelo que estava na minha cabeça. Então me convenceu. Estou pagando um preço justo por essa mercadoria? To, estou satisfeito.

O senhor falou que quando a Itagres foi adquirida ela passou por um processo de modernização. Quais foram as alterações que houve na linha de produção? De máquinas?

O processo cerâmico há 20 anos atrás tinha muita manipulação, muito contato com ser humano. Hoje não tem contato nenhum, é robô, todas as máquinas controladas que funcionam através de sensores. O ser humano hoje está aqui dentro para monitorar a máquina. O processo produtivo é todo automatizado, até o momento em que o produto vai para o *empaleti*, ele não teve nenhum contato com o ser humano. Essa tecnologia não foi desenvolvida no Brasil, não tem nada de tecnologia no Brasil. Esse é outro problema do Brasil. Nós só investimos no setor primário, e nos achamos maravilhosos por ser grande exportador de *comodite* e não somos produtores de tecnologia. Já tem alguma coisa de tecnologia no Brasil? Têm, mas totalmente incipiente se comparado com os países que já são considerados desenvolvidos. Essa tecnologia de cerâmica vem toda da Itália, agente não inventa nada. A Itália vai produzir, tanto em nível de decoração, embalagem, empacotamento, no início do processo. Tudo vem da Itália. A Itália produz 100% dos equipamentos que o setor cerâmico do Brasil compra. Ah, tem alguma coisinha aqui no Brasil? Tem uma Industrial Conventos que faz estamparia, só para agregar as máquinas que são Italianas. Eu diria até que pode se chamar de material de consumo. Porque se gastam tem que trocar. É isso que se faz hoje no Brasil. Revelam-se algumas telas, alguns rolos para se colocar em serigráficas, rotativas. São material de consumo. Mas produzir tecnologia é 100% Itália. Em suma, nós não estamos inventando nada. O que nós estamos fazendo dentro da empresa, sim, é manter a nossa tecnologia atualizada, exatamente como estão as cerâmicas na Itália. O que algumas cerâmicas do Brasil não fazem. O por falta de estratégia, ou por não querer entender que tem que atualizar tecnologicamente o parque fabril porque se não

vai morrer. Nós não temos esse pensamento. Nosso parque fabril hoje aqui está exatamente atualizado como está o italiano.

Hoje tem vários formatos de pisos produzidos na mesma linha.

Hoje você faz qualquer coisa. Você muda a linha, passa na linha rápida, tudo automatizado. Você faz vários tamanhos, várias decorações.

A energia utilizada é o gás natural?

Gás natural da Bolívia. A nossa matriz energética na verdade é composta por energia elétrica, gás natural e carvão mineral. Nós temos duas fornalhas que são alimentadas por carvão mineral comprado em Criciúma, que aquecem para os atomizadores.

E agora com essa oscilação do preço do gás, eu tenho li algumas notícias no início do ano que falam de insatisfações devido ao preço está aumentando.

O preço do gás está diretamente relacionado a estadismo. São estatais que seguram estruturas pesadas, que viram cabide de emprego e acabam por onerar excessivamente o preço do gás natural. Porque o preço do gás natural, particularmente do gasoduto Brasil-Bolívia, não está sendo majorado ou está fora da realidade em função do Dr, Evo Morales da Bolívia. Basta alguém ver quanto é que a Petrobrás paga pela *comodite* lá na Bolívia. Paga 11% do que cobra hoje, a Petrobrás paga 11% do valor do metro cúbico aos bolivianos. Quem é que leva os 89%? Petrobrás, as estatais estaduais de distribuição. Ah mas tem que existir para que o gasoduto seja implantado a nível residencial. Sim, mas o excesso de lucro? O metro cúbico hoje aqui em Santa Catarina é hoje o mais caro do mundo, ganha inclusive do Japão. O Japão tem o metro cúbico na facha de 7 dólares e meio por milhão de IBTU, o nosso já está 10 dólares por milhão de IBTU. E ninguém fala isso, todo mundo engole. O preço do gás veicular, o GNV, que tem em Florianópolis e que tem em algumas cidades aqui de Santa Catarina, é no mínimo um assalto, o preço do GNV. O GNV poderia ser bem mais barato, muito mais barato. Cobrar 1 real e 70 centavos por metro cúbico de gás veicular é assaltar o cidadão que tem gás natural no carro. Na Argentina custam 27 centavos o metro cúbico de gás veicular. Aqui no Brasil 1, 70, 1,60 em alguns lugares 1,50. É o Brasil.

Ainda bem que eu não converti o carro.

A questão do mercado consumidor. Como se deu a evolução do mercado consumidor, compradores? Se é centro de distribuição? Como vocês fazem esse acesso? A mercadoria até o cliente? Como se resolve o problema da distância até o mercado consumidor? Através de veículos próprios, terceirizados? E o percentual do custo no preço final?

Você vai entrar na questão do mercado agora?

Sim.

Porque nós temos um horário até 10h30min. Eu vou pedir para a Juliana subir. Eu vou passar, porque essa parte da área comercial eu quero que o Odair passe pra ti. Coincidentemente, ele é de São Paulo, ele está ai, ele é o nosso gerente nacional de vendas.

Eu queria que o senhor falasse sobre a inserção das cerâmicas chinesas no mercado Brasileiro.

A China não é uma ameaça, ela está fazendo agente aprender a diminuir custo etc. Onde se você não tem deforma alguma condição de concorrer alie-se alguém da China. Boicote produtos da China faça alguma coisa. Porque a questão cambial não vai perdurar por muito tempo não, essa é uma fase transitória. Ninguém fique sonhando achando que o real vai ficar valorizado da forma que está valorizado, primeiro porque esse real supervalorizado do jeito que está não vai viabilizar o Mercosul nunca. O peso argentino está 3.10, 3.15, que é onde deveria estar o real. Como é que vamos viabilizar esse bendito Mercosul? Com a Argentina com peso a 3,15 o Uruguai praticamente da mesma forma, O Paraguai da mesma Forma. E o Brasil dizer que tem o real a 1.95. Isso não existe isto é ficção científica. Enquanto houver esse cambio favorável, todo mundo vai continuar importando da China. Está todo mundo importando tudo da China, lâmpada, fio, tomada, qualquer tipo de produto. Nós estamos fazendo contato com a China para importar insumos para fábrica, todo mundo está fazendo. A China hoje é uma grande oportunidade, por quanto tempo? Ninguém sabe. Os últimos economistas que tentaram adivinhar isso estão com vergonha porque erraram cambio, erraram tudo. Nem os mais consagrados do Brasil estão ousando fazer previsão de cambio. Porque todo mundo sabe, que isso tudo tem a ver com o problema da balança comercial, está entrando muito dólar. Mas porque está entrando muito dólar? Porque a balança comercial ainda é superavitária e pela primeira vez esse mês agora caiu 22% a balança comercial do Brasil no mês de agosto. Por quê? O mercado interno está estagnado. Se o mercado interno está estagnado você tem que jogar o produto para fora. E isso politicamente está sendo vendido como competência Não é competência, é falta de crescimento de consumo no Brasil, estagnação desta economia, abafa-se isso através das classes C e D dando bolsa família. E a classe consumidora que é a classe B e A está sendo massacrada, principalmente a tal da classe B, a classe média. E o que as empresas têm que fazer? Exportar, na marra. Porque se não exportar morre. Não está se exportando mesmo com esse dólar ai porque se quer exportar, porque as margens de exportação acabaram. Está se acreditando que um dia vai melhorar, tem gente quebrando por causa das exportações. Ah e porque não quebra as grandes *comodites*? Porque as grandes *comodites* estabelecem preços internacionais no momento que elas querem. Se amanhã o câmbio cair de 1.95 para 1.50 a Vale do Rio Doce passa a dizer para os chineses e para o mundo inteiro, a tonelada do meu aço agora é, e acabou. E agente engole. Quando você é monopolista ou oligopolista de alguma coisa você quem dita as regras do mercado. A China está querendo comprar todas as grandes *comodites* do Brasil. E as grandes *comodites* que estão segurando a balança comercial do Brasil. Hoje você tem 7000 empresas exportadoras no Brasil, 86 empresas representam 72% da balança comercial da exportação. Oitenta empresas, 80, de 7000 exportadoras são responsáveis por 70% da exportação brasileira. Ora é isso ai que está deixando todo mundo acomodado, porque dentro dessas oitenta e tantas você vai encontrar:

Petrobrás Vale do Rio Doce, as produtoras de aço, laminado, soja, frango, porco. Criar frango e porco, não tem muita tecnologia nisso não. Extrair ferro que são produtos naturais, são minérios, não tem muita tecnologia não. Agora se agente soubesse produzir uma máquina, um equipamento e pegar esse aço produzir a máquina e exportar, não precisaria está carregando 50 navios no porto de Itajaí. Um container só seria suficiente, pode ser que dentro desse container estivesse uma máquina de 500 milhões de dólares. Não agente exporta 10 navios com aço pra eles produzir a máquina e agente comprar a máquina de volta. Então tem uma série de coisas erradas, muitas coisas não são poucas. E a questão da China eu não enxergo como uma ameaça. Ameaça sim, por uma questão estratégica, vai deteriorar o parque fabril do Brasil. Vai gerar sim um problema, porque as empresas com baixas margens ou no vermelho não reinvestem enquanto os produtos da China tirar o mercado aqui dentro. A hora que mudar questão cambial melhora tudo.

ENTREVISTA COM A JORNALISTA JOICE QUADROS – CRICIÚMA (SC),
EFETIVADA POR KEITY KRISTINY VIEIRA ISOPPO

**Joice Quadros trabalhou na Cecrisa Revestimentos Cerâmicos durante 25 anos
como assessora de imprensa.**

O Seo Diomício Freitas e a Dona Agripina Fancioni eles se conheceram na cidade de Pindotiba eles moravam perto, existe ainda hoje a casa dele lá em Pindotiba que é uma cidade aqui perto de Orleans. Então eles se conheceram em Pindotiba, se casaram e o Seo Diomício era uma pessoa bastante empreendedora ele foi trabalhar nas Termas da Guarda. Ele foi uma pessoa que trabalhou em várias coisas. Foi conhecendo muita gente, ele veio morar em Criciúma, ele foi chefe da Estação de Trem aqui por 17 anos. Seo Diomício e Dona Agripina tiveram muitos filhos, o Dite Freitas, o Dr. Dilor Freitas, a Dona Dilza, o Paulinho Freitas, o Hilário Freitas e o Dilson. Quando o Seo Diomício tinha 17 já de chefe da Estação de Trem ele se demitiu da estação. Na época, segundo os relatos foi um impacto muito forte, porque tu imaginas uma pessoa que tem um serviço público já com cinco filhos se demitir, sair do emprego e ir trabalhar por conta própria. E ele fez isso. Foi trabalhar como empreiteiro no carvão porque na década de 40 estavam começando a atividade carbonífera aqui na região, ganhando força em função da guerra porque em todos os períodos de Guerra sempre foi muito necessário o carvão nacional. Seo Diomício começou ali como empreiteiro no carvão, depois em grandes saltos, ele fez uma sociedade com Santos Guglielmi. A sociedade Diomício Freitas Santos Guglielmi durou 30 anos até a década de 60 porque os filhos cresceram e todos eles já tinham suas famílias e eles, Seo Diomício Freitas e Seo Santos Guglielmi decidiram dissolver a sociedade. E dividiram o patrimônio que já era muito grande naquela época, porque já englobava carboníferas, cerâmicas, empresa de navegação, de água mineral, de hotelaria, de comunicações, reflorestamentos, fazendas etc. Enfim, era um grupo empresarial muito grande. Seguindo o caminho de Seo Diomício, ele continuou gerindo os negócios até o fim da década de 70, começo a década de 80, ele dividiu os negócios da família da família dele. Parece que já estava prevendo que logo iria morrer. Ele dividiu os negócios da família entre os filhos. O Seo Dite Freitas ficou com uma área de telefonia que é hoje a Intelbrás em Florianópolis, o Dilson ficou com uma cerâmica e depois vendeu par o Dr. Dilor, o Hilário ficou com a parte da Industrial Conventos que produzia equipamentos para cerâmica e para o carvão etc. O Dr. Dilor e a Dona Dilza ficaram juntos em sociedade com a Cecrisa e outras cerâmicas inclusive a de Tubarão e o Paulo Freitas ficou com a carbonífera. Então seguindo a história do Dr. Dilor que foi a história que eu acompanhei, desde que o Dr. Dilor assumiu a condução dos negócios.

Só uma pergunta: O Seo Diomício começou com 17 anos?

Como ele era bem juvenzinho na Estrada de Ferro... teve família e tudo e só depois é que...

Como surgiu a amizade entre Diomício e Santos?

Surgiu de uma forma bem natural porque os dois moravam no centro da cidade de Criciúma. Surgiu de forma de compadre, de amigo, de morarem juntos na mesma cidade...

Santos Guglielmi não trabalhava na Estrada de ferro?

Não que eu saiba. Não tenho esse registro. E depois é a história então do Dr. Dilor. Quando Seo Diomício morreu, nessa época eu já trabalhava com eles, fazia dois meses que eu tinha ido trabalhar. Quando ele morreu num acidente na BR-101 o Dr. Dilor assumiu a condução dos negócios e eu acompanhei toda a trajetória dele até quando ele morreu também... 25 anos.

Eu gostaria de registrar... fazer uma árvore genealógica da família. A senhora sabe o nome dos pais do Seo Diomício?

Os nomes dos pais do Seo , eu não lembro agora mas eu tenho esses nomes, era Freitas também. Ele era caixeiro viajante, o pai do Seo Diomício, mas eu não lembro agora de cabeça, mas eu posso pesquisar para ti.

E o nome da esposa dele?

Do Seo Diomício é Agripina Fancioni de Freitas.

E a família dela fazia? Os pais dela? Eram agricultores?

Eu já pesquisei. Mais na agricultura, eles eram de famílias muito humildes. E tem muitas histórias pitorescas, por exemplo, quando o Seo Diomício foi se lançou na carreira na função no empreendedorismo dele deixou de ter aquela renda mensal. A Dona Agripina, eles tinham um bar no bairro Próspera, um barzinho aonde ela fazia pastéis e os filhos atendiam no balcão e tinha uma mesa de sinuca. Ela proibia os filhos de fumar, tanto que eu não sei de nenhum filho que fume. O Dr. Dilor odiava cigarro. Eu não sei de nenhum dos filhos que gostasse de fumar. Dona Agripina era uma pessoa muito forte, ela trabalhava no bar ali, fazia os filhos trabalharem, mas segurava a conduta deles. E é interessante que na história deles, sempre gostaram na decoração das suas casas mesas de sinuca. Era uma coisa de decoração, porque eu acho que eles têm principalmente o Dr. Dilor aquela relação afetiva com aquela lembrança da infância, da juventude deles, da família.

E os lugares de nascimentos deles?

Eu penso que foi Pindotiba, eu não tenho certeza. Eu sei que ele e a Dona Agripina casaram em Pindotiba, mas eu teria que recuperar essa informação.

E o Dr. Dilor?

Em Criciúma.

E os outros filhos?

Que eu saiba todos de Criciúma.

A data de nascimento dos filhos?

A data de nascimento dos filhos eu não vou saber te dizer, de cor. Não vou saber. Não, não sei.

A senhora sabe o nome da primeira empresa de mineração do Seo Diomício em sociedade com Santos Guglielmi?

Eu acho que uma das primeiras foi a Caeté, mas eu também tenho esse registro escrito.

A senhora tem noção de quantas empresas de mineração ele foi sócio?

De mineração não, mas uma vez eu fiz... Tem toda um pouco da história dele escrita. Mais de vinte empresas. Um patrimônio muito grande.

Tem publicado esse?

Eu tenho esse texto pronto. Estava lá na Cecrisa. Eu tenho que descobri, eu vou voltar a trabalhar esse assunto para eles. Deixa-me ver uma coisa aqui. Diomício Freitas... Acho que tenho esse texto aqui. Tu pegas lá para mim Graziele.

Se você quiser eu tenho disquete aqui.

Eu vou imprimir.

Destas empresas de mineração quais ainda restam?

Que eu saiba só existia a carbonífera Criciúma que não é mais deles. De mineração eles não têm mais nada. Eles ficaram com cerâmica, reflorestamento, ficaram com outras áreas. Encolheu muito o patrimônio deles.

A Colorminas?

A Colorminas é da família Freitas. O Álvaro neto do Seo Diomício, filho da Dona Dilza. Álvaro Arns Freitas ele é quem comanda a Colorminas.

Qual a profissão do Santos Guglielmi?

Eu não sei, mas devia ser da agricultura.

Eles pediram algum empréstimo para abrir a primeira empresa? Na época existia muito incentivo do governo na exploração de carvão.

Interessante essa tua pergunta. Eu nunca fiz nenhum estudo direcionado. Vê-me o livro história do carvão para eu dar para ela. Eu nunca fiz um estudo direcionado nesta linha de que eles tivessem pedido, mas existiam muitos incentivos. O governo ofereceu muito dinheiro subsidiado.

A região de Criciúma teve muito incentivo?

Muito incentivo.

Porque era interesse do governo da época?

Eu vou te dar um livro que eu ajudei a escrever. A História do Carvão, ai tu vai ver que tem muita gente que fala nesses incentivos nos momentos históricos que o Brasil vivia. Então o carvão é uma riqueza do país que interessava o governo que ele fosse explorado em determinadas épocas, como foi na I Guerra mundial, na II Guerra Mundial, na Crise do Petróleo da década de 70 e agora de novo. O carvão esta vivendo um período que o país precisa de carvão mineral.

E isso alavanca a economia da região?

Alavanca a economia da região. O carvão sempre alavancou a economia da região historicamente. Se Criciúma não tivesse carvão, Criciúma seria uma cidade agrícola, talvez tivesse desenvolvido outras coisas...

Obrigada. Ele possuía outros negócios em outras áreas: agricultura, pecuária comunicação, rádio, hotel, telecomunicações. Existia outra área que ainda não foi citada?

Vou puxar aqui pela memória, carvão, cerâmico, bens de capital Industrial Conventos, mobiliário, construção civil, telecomunicações, agropecuário, turismo e terraplanagem.

Em 1985 o grupo Freitas é desdobrado em quatro grandes vertentes: Grupo Cecrisa; Grupo Conventos; Grupo Amanda; e Grupo Difrei. Quem assumiu esses grupos foram os filhos?

Foram os filhos todos eles. Por exemplo, o Grupo Cecrisa ficou com o Dr. Dilor e Dona Dilza, na verdade o Dr. Dilor e o marido de Dona Dilza que era o Dr. Adolfo Arns. Depois o Grupo Conventos ficou com Hilário, o Amanda com o Paulinho e o Difrei com o Dite Freitas que é o da Intelbrás. Hoje é do filho dele Jorge a Intelbrás.

Ainda é da família? Não foi vendida? Eu pensei que já tinha sido vendida.

Não é da família. Não a Intelbrás é do Jorge Freitas que é filho do Dite. Daqui a única que foi vendida foi a do Paulinho que era a mina de carvão. O Grupo Amanda ficou com a Carbonífera Criciúma, o Grupo Difrei a cerâmica Cedisa e Intelbrás. O Grupo Conventos ficou com a Agropecuária Conventos, a Industrial Conventos que é do Hilário Freitas.

O que Ouro Preto Participações e Ouro Preto Hotel?

O hotel não existe mais.

Porque Ouro Preto?

Ouro Preto?

Seria Carvão?

Sim, porque o carvão... Conhece pedra de Carvão? Tem ali... O pessoal pensava que era bolacha, mas é carvão. O grupo Cecrisa ficou com a Cecrisa S.A., a Incocesa, a Cemina, a Cesaca, as rádios, tudo com o Dr. Dilor.

Quais empresas foram vendidas e para quem? Nacionais ou estrangeiros?

A única desses aqui que foi vendida foi a Amanda que é da Carbonífera Criciúma. Hoje é do Alfredo Gazola, diretor dela. Ele é um advogado, trabalhava com o Paulinho.

Então é da região?

Continua na mão de gente da região. Não, não... Não foi nada para fora. O importante porque tudo é reinvestido aqui, né?

Houve compra de empresas, algumas concorrentes?

Não, isso assim sei que não. Elas até criaram coisas novas. Uma das filhas do Dr. Dilor, elas pegaram turfa... Estão desenvolvendo projeto na área de turfa. A família, eles formam um conselho e trabalham juntos. Mas eles estão fazendo coisas em outras áreas. Tem a Vinícola, também tem novos empreendimentos. Eles são bem empreendedores. O próprio Álvaro Arns é bem empreendedor. Mas não incorporaram, mas em novas atividades sim.

Onde fica essa vinícola?

A Vinícola em São Joaquim.

Em que fase está o projeto?

A Vinícola, ela já esta pronta. O Dr. Dilor deixou ela toda construída, já deixou os vinhos em produção, já plantou as parreiras. Eu não sei hoje como está porque faz uns três meses que eu não converso com eles, mas até três meses atrás eles estavam continuando desenvolvendo o projeto, investindo, produzindo vinho, experimentando, fazendo degustação com pessoas de todo mundo para ver se era um vinho bom. Eles querem fazer um vinho especial.

E o negócio da turfa?

A turfa é um combustível fóssil que seria um estágio para gente poder entender... Tu sabes que o carvão é originado de florestas de samambaia, tem vários estágios. Digamos assim, que um estágio anterior seria turfa que é um combustível fóssil e depois o carvão. Não descobriram a turfa durante milhões de anos se transformarem em carvão, se o carvão não for explorado, daqui a milhões de anos cai se tornar petróleo. A turfa seria um estágio anterior.

Seria para usar na Indústria Cerâmica?

A turfa pode ser usada para gerar energia para fertilizante.

Keity – Uma pergunta que eu fiz para o pessoal do departamento pessoal, mas derrepente você saberia explicar, pois trabalhou tantos anos lá. No início da história da Cecrisa existiam vilas operárias ou talvez algum tipo de crédito para os trabalhadores adquirirem suas casas?

Eu nunca ouvi falar nisso na área de cerâmica. Eu ouvi sempre na área de carvão.

Qual a origem dos trabalhadores vieram da mineração nos momentos de crise ou teria outra origem?

Não necessariamente. Quando surgiram as cerâmicas na década de 60. A primeira Cerâmica em Criciúma é de 1947 a Cesaca (dia 31 de outubro de 1947). Ela já vem meio junto com o carvão, depois já na década de 60 que foi o *boom* das cerâmicas, Eliane, Cecrisa O carvão estava bem, o mineiro não iria sair, foi uma mão-de-obra alternativa, mas foi daqui e muitas mulheres.

Isso era uma outra pergunta tinha muitas mulheres por quê?

Sabes o que acontece... Há registros que a indústria da confecção surgiu em função da mão-de-obra feminina. Tu sabes por quê? Pelo seguinte, os primeiros trabalhadores que vieram para o carvão eram imigrantes que vieram para cá, eram italianos, alemães e poloneses. Eles não eram pessoas miseráveis, eram pessoas que eventualmente estavam passando dificuldades na Europa em função das guerras, mas eram pessoas que tinham determinado nível cultural. Então a base da nossa colonização é essa. Depois quando houve a primeira atividade industrial que foi o carvão, quem veio trabalhar foram os poloneses, porque ninguém sabia trabalhar nas minas de carvão, a não ser aquele agricultor no começo que foi lá fez um buraco... Estas histórias meio lenda, tem muita por aqui. Trouxeram a mão-de-obra da polônia. É uma característica importante dessa região, eles vão buscar a informação... é impressionante. Com a cerâmica foi a mesma coisa, na década de 60 quando quiseram fazer cerâmica, eles foram direto à Itália. O Gaidzinski foi o pioneiro, ele foi à Itália ver como é que os italianos faziam cerâmicas, depois os Freitas também foram. Todo mundo que quis fazer cerâmica de qualidade foi busca tecnologia na Europa.

E depois quando começou a ter muito emprego, a região não deu mais conta, veio muitas pessoas negras para cá trabalhar, que eram os escravos libertos. Nós não temos história de escravidão por aqui, o nosso negro já veio para cá como mão-de-obra assalariada. Como o carvão tradicionalmente, historicamente pagou bem, as esposas dos mineiros foram estudar, foram ser professoras. Não eram pessoas ignorantes eram pessoas já esclarecidas. Tinham um nível de vida bom. E depois teve outra coisa que os mineiros fizeram na década de 40, começou a ter mão-de-obra especializada aqui. Essa mão-de-obra de mineiros era muito grande, nós não tínhamos médicos aqui, quase não existia serviço de puericultura, então os mineradores resolveram fazer um hospital para dar assistência ao trabalhador do carvão, foi quando eles resolveram fazer a SATC. A SATC começou como uma sociedade de irmãs religiosas. Essas religiosas iam às casas, falavam com as esposas dos mineiros, ensinar puericultura, limpeza, culinária, elas faziam esse trabalho para desenvolver... Elas tinham uma preparação direitinho, né?

A senhora estava introduzindo a história das mulheres na indústria cerâmica.

Exatamente. Depois gerou uma mão-de-obra que não era desqualificada. São pessoas que já tem vontade de trabalhar. Nós tínhamos muitos trabalhadores na área do carvão, as mulheres elas só estudavam e depois elas foram trabalhar na indústria da confecção.

E na cerâmica?

Na cerâmica também, foi uma conseqüência da...

Mas não existia o machismo do mineiro? Essas mulheres tinham que ficar dentro de casa e começaram a costurar no interior das suas casas e depois é que passaram a trabalhar na confecção?

É eu acho. Eu acho que até pode ser também uma vertente. Porque isso até hoje existi, mas eu não vejo isso como uma coisa... Eu pelo menos desconheço uma pesquisa que mostrasse que foi essa a origem. Nós tínhamos muitos alfaiates, famílias históricas de alfaiates. Quanto machismo, ele existe independente da época histórica. Eu acho que isso é meio folclore eu não teria isso como teoria. Porque historicamente muitas mulheres trabalhavam nas minas de carvão como escolhedeiras, elas já trabalhavam. Elas não trabalhavam baixando a mina porque mineiro não deixava mulher baixar mina porque diziam que dava azar. A única mulher que baixava mina era a estatua de Nossa Senhora de Santa Barbara. Fora isso ninguém mais. Hoje não eles já deixam mulher baixar mina.

Elas trabalhavam como escolhedeiras?

Escolhedeiras era um trabalho muito super difícil, porque antigamente tinha que escolher o que era carvão o que era pirita, a pedra.

Deve ser uma coisa trabalhar lá embaixo, né?

Tu sabes Keity que é impressionante, isso é uma coisa que eu não vou te dizer, mas se tu conversares com um mineiro, eles adoram fazer eles gostam. Bom porque senão gostassem não podiam baixar. Da uma impressão de ser úmido, uma coisa abafada que era antigamente assim. Hoje já existem outras condições de higiene de segurança é outra a história.

Pode ser uma herança da família. O pai era mineiro o filho acaba sendo...

Eles têm orgulho de ser mineiros... É impressionante.

Mudando de assunto. A Industrial Conventos, a informação que eu tenho é que começou dentro da Cecrisa como setor de desenvolvimento de produto...

Olha eu desconheço que tenha sido esta a origem da Industrial Conventos. A informação que eu tenho é que eles começaram desenvolvendo equipamentos para cerâmica e para mineração de carvão também. Pode ser sim que eles tenham surgido dentro da empresa, mas não era só para cerâmica que eles produziam.

Isso eu perguntei hoje de manhã para o Vanderlei, gerente geral da Eldorado.

Isso teria que ver com o pessoal da Industrial Conventos. Quando eu comecei a trabalhar com os Freitas já existia a Industrial Conventos. O que eu posso dizer é que eu acompanhei a trajetória do Dr. Dilor desde que ele assumiu a Cecrisa. Isso eu posso dizer por que eu estava ali quando o Seo Diomício faleceu, desde então acompanhei a trajetória do Dr. Dilor.

ENTREVISTA COM HILÁRIO FREITAS EM NALNEÁRIO CAMBORIÚ (SC),

EFETIVADA POR KEITY KRISTINY VIEIRA ISOPPO

Hilário Freitas, filho de Diomício, é proprietário da Industrial Conventos.

Eles trabalhavam na agricultura? (seus avós)

Era agricultura sim. Meu avô materno, foi lá (Pindotiba) que meu pai CONHECEU MINHA MÃE E DEPOIS SE CASARAM. Foi lá. Mas na verdade eu não conheço muito bem da vida deles nessa época. Mas eu sei que também meu avô materno que era descendente de italiano também explorava o comérciuzinho local. E o meu pai começou na estrada de ferro né até o momento que eu te falei, não sei se tu queres que eu conte.

Alguma coisa. Não precisa ser em tanto detalhes como o senhor falou antes por que seria injusto.

Por mim não tem problema isso aí a gente... Mas então como eu estava dizendo, ele era 1939 ele ainda era agente da guarda. Eu me lembro muito bem, ele nessa época ele também além de funcionário da Estrada de Ferro ele vendia seguro de vida. Então nos fins de semana em que não tinha trabalho, ele andava pela região vendendo seguro de vida. E com isso ele adquiriu uma pequena propriedade perto da Estação era uma chacarazinha me lembro também como não havia evidentemente na época na região água encanada, ele canalizou do morro a água com, como ele não tinha dinheiro para comprar telha para transporta a água ele pegou fez um trado e furava bambu e emendava e eu sei que isso trazia a água do morro até a nossa casa na encosta do morro, e então era realmente nos éramos o Dite meu irmão mais velho, eu e o Dilor nessa época. Ali nós a minha mãe cozinhava e nós a ajudávamos na cozinha um lavava a louça o outro enxugava etc. E assim né agente ia contribuindo fora da hora de aula. E o meu pai então ficou ali até 1939 ele ali então resolveu abandonar o emprego, perdeu 18 anos de Estada de Ferro de funcionário público para então passar a iniciativa privada foi quando ele se reuniu então com dois irmãos e o seo Santos para explorar uma jazidazinha muito pobre ali no interior de Içara.

Isso como empreiteiros?

Não, não. Como empreiteiros não como dono. Eles pegaram uma área lá, com carvão aflorando manualmente com picaretas, pás e coisas contratando também outra mão de obra ali da região. Eu sei que eu me lembro muito bem que eles pegaram esse carvão transportavam de carro de boi até o carvão para beira da estrada de ferro e depois contavam vagão da estrada de ferro par transporta carvão. E quem fazia viu a baldeação do carvão que estava no chão, éramos nós juntamente com outras pessoas, por que ajudando viu. Ainda que nos éramos pequenos, mas nos ajudamos nesse servi vagas tomava conta de um barzinho que meu pai colocou perto também da estação e também ele aproveitava e comprava também farinha e vendia também farinha de mandioca e outras coisas mais que eles seguravam e não se contentava com a única atividade que ele tinha. Porque inclusive eram quatro sócios mais depois de dois anos ele conseguiu comprar a parte dos outros dois irmãos, ficaram ele e o seo Santos. Foi quando eles pediram um empréstimo do extinto banco Inco, no Banco Inco que

conseguiram comprar a mina Caeté lá no interior de Urussanga ai foram progredindo, progredindo, até que já por volta de 1950 eles na época, nós já tínhamos a carbonífera Caeté tínhamos depois compraram a União, Carbonífera União.

Ficava aonde essa União?

Ficava ali no interior de Criciúma tinha a União. E depois então, que eles já tinham recurso e certo crédito no Banco, o meu pai em 1950, 49 para 50, ele resolveu como o carvão que eles produziam tinha que se entregue toda a companhia siderúrgica nacional, então havia um mercado externo no Rio de Janeiro principalmente porque tinha a estrada de ferro Central do Brasil e Leopoldina Re., a Companhia Cantareira que fazia o transporte de Niterói para o Rio de Janeiro naquelas barcas, mas as barcas eram movidas a carvão também era vapor. Então ele resolveu ir para Europa tenta comprar dois navios, meu pai não sabia idioma nenhum, mas foi sozinho e uma carta de crédito do Inco, do extinto banco Inco, ele depois de um ano sofrendo lá, comunicação ele não sabia o idioma era ele estava sediado na Bélgica onde se fala francês. E ele acabou conseguindo umas amizades lá Dr. Derrik, lembro muito bem o nome do cidadão, que se tornou grande amigo dele e o ajudou nas negociações e ele acabou depois de um ano conseguiu trazer dois pequenos navios que se chamou um era Caeté o outro Criciúma demais ou menos 650 a 700 toneladas de doente. Chegaram ao rio em 1950, nessa época eu fazia o primeiro científico no Júlio de Castilhos e técnico de comércio agrícola no Rosário, eu tinha nessa época 18 para 19 anos. Os dois navios chegaram ele a idéia dele era colocar um tio dele que era tenente do exército aposentado, foi quando então ele me chamou para ajudar meu tio a dirigir a empresa de navegação. Foi quando começamos a trabalhar juntos depois de uma semana, meu tio era muito temperamental, e começou com “ciumadas” comigo e chegou para meu pai e disse: O Diomício ou o Hilário ou eu! Tu imaginas, eu guri de 19 anos sem experiência de negócio comercial principalmente em navegação marítima que envolve uma série de aliciação até diferente e complicada. O que você acha? Eu já tinha terminado o primeiro técnico comércio no lá em Porto Alegre e o primeiro científico. Então quando fui para o Rio de Janeiro me escrevi e o segundo ano técnico do comércio e abandonei o científico. E o meu pai então eu cheguei para meu pai é assim assado, então ele vamos fazer o seguinte. O senhor me dá pelo menos um dia para eu pensar bem, eu sei que a coisa não é fácil e sozinho para assumi essa responsabilidade toda é problemático. Então no dia seguinte eu disse o papai eu vou aceitar o desafio, não sei se eu vou poder corresponder suas expectativas, mas eu vou fazer o possível para poder dar conta do recado. E assim foi eu continuei estudando a noite e durante o dia, foi um período de muito sacrifício porque eu levantava cinco, seis horas da manhã para estudar um pouco, porque eu passava o dia todo, às sete horas da noite eu ia para escola de comércio Campos Mendes na praça XV no Rio de Janeiro, e não tinha tempo para estudar saia de dez e meia da noite, chegava lá, nessa época eu morava em Laranjeiras, então daqui que chegasse em casa essa coisa toda e tal eu comia alguma coisa e ia dormi. Então levantava sempre cedo para poder estudar e sete horas da manhã eu estava sempre no escritório. Eu sei que, fui dando conta da coisa, nessa época eu também cuidei de outros negócios, então eu abri então comecei a transportar o carvão de laguna e imbituba para o Rio de Janeiro, comecei a vender o carvão primeiro para a Central do Brasil, depois para a Leopoldina Ré. E depois para...

O senhor que fazia as negociações?

Eu vendia o carvão, eu transportava, eu me faturava, recebia e ficamos assim durante, depois de dois anos, dois anos em 52 para 53, o meu pai voltou para a Europa e comprou mais dois navios quatro vezes maiores.

O negócio estava grande!

(risos) É, porque nós começamos realmente a ganhar dinheiro porque nos vendíamos, enquanto todos os outros mineradores entregavam diretamente para a companhia siderúrgica nacional, e a siderúrgica nacional têm um preço baixíssimo, nós vendíamos o carvão já posto lá bem mais caro, então nós tínhamos uma grande margem de contribuição dos lucros. Eu sei que isso durou dez anos porque em 1960 houve um novo decreto do governo obrigando as empresas só entregarem toda produção para a companhia siderúrgica nacional. E aí nós ficamos, eu peguei já tínhamos quatro navios, eu abri uma negociação com a Argentina e comecei a transportar com os dois navios maiores, eu então fiz eu carregava madeira no porto de Paranaguá e no de São Francisco, pegava madeira levava para a Argentina e trazia trigo.

Mas até então era só transporte só de carvão?

Era só carvão, em 1960 eu comecei então, em todos os anos 59/60, eu abri essa linha para Argentina cortava madeira e trazia trigo.

É bem nessa época agente até vê em alguns trabalhos, que é bem o auge da exportação de madeira né dessa época bem no porto de São Francisco.

É isso aí. A empresa chamava Navecal – Navegação Catarinense Ltda., mas nessa época a cabotagem era muito complicada e havia muito roubo, nas docas especialmente em Santos e do Rio de Janeiro, havia muito roubo e a empresa era responsável pela carga que transportava essa coisa toda. E três anos depois nós resolvemos vender os navios, nós agregamos outras atividades. No final eu fui para Porto Alegre, não em 1961 nós vendemos a navegação. Então meu pai e o seo Santos eram sócios irmãos como irmãos um tinha muita confiança no outro, era 50% para cada um, todo negócio que se fazia não importava quem tinha feito, o negócio era dividido para os dois. Até que nessa época 1962/1961 o seo Santos comprou Ougi aquela praia de Laguna, em nome dele e não passou para o meu pai. Aí meu pai comprou Morro do Conventos, então ele me chamou para dirigir o Morro dos Conventos, tinha um hotel mais simples, tinha um loteamento, eu então fui para lá, abandonei o Rio de Janeiro, fui para Araranguá lá no Morro dos Conventos morava lá no hotel. E fazia os negócios que tinha que fazer, vendia lotes e comprava etc. Eu sei que depois em 62, 64 houve a revolução, em 62 o meu pai resolveu, ele gostava muito de política, mas nunca tinha sido candidato a nada, então ele resolveu a ser candidato a deputado federal pela antiga UDN. Nessa época eu estava em Araranguá e me candidatei a vereador, eu tinha que fazer a campanha para ele lá então eu resolvi também a entrar no jogo e realmente fomos bastante eleitos com bastante vantagem, meu pai foi o mais votado da UDN na ocasião para deputado federal, e eu como vereador em Araranguá. Então me

tornei o líder da maioria na câmara lá em 64 quando estourou a revolução, o prefeito de então era Zé Rocha ele era de extrema esquerda, era da ala comunista e tinha um padre Eurico de Freitas em Florianópolis que era comunista então ele chamou esse padre para promover essa palestra em Araranguá num ambiente fechado. E eu e mais dois vereadores resolvemos a não deixa, acaba com a reunião, então fomos todos para dentro do recinto do cinema, munido inclusive um colega meu colega Manoel Costa ele era um cara forte e valente, então nós nos reunimos numa turma para combater e não deixa o padre falar. Então o Zé Rocha foi para o palco junto com esse padre e mais um “deputadozinho” de Florianópolis. Mas quando o Zé Rocha começou a fala para apresentar o dito cujo padre Eurico de Freitas que por sinal era Freitas também não tinha nada com a nossa família felizmente, e ai nós começamos a gritar fazer a algazarra não deixava o prefeito fala muito, mas no final ele pegou e passou a palavra para o padre Eurico de Freitas, ai nós conversamos, ai o Manoel Costa pego o revolver e pá, deu um tiro para cima e ai começou a briga entre nós a nossa turma e a turma do prefeito, então eu como naquela época eu já tinha dois anos de jiu jitsu entendeu eu estava com toda alta confiança e foi uma verdadeira batalha dentro no meio daquelas cadeiras, nós brigávamos por cima e pulando etc. gente de um lado do outro e caia um do lado e um do outro. Eu sei que no final o Zé Rocha e o padre e os outros que estavam ali fugiram pelo fundo (risos)

Obs.: A entrevista não terminou por aqui. Infelizmente as outras duas fitas apresentaram problemas na gravação, inviabilizando a transcrição das mesmas. Devido a isso se fez um resumo da entrevista logo após a mesma, resgatando através da memória pontos significativos ao trabalho.

Resumo da Entrevista com Hilário Freitas:

Dona Agripina Francioni era descendente de italianos por parte de pai. O pai dela explorava um pequeno comércio na localidade de Pindotiba. Os pais de Diomício eram pequenos agricultores viviam em Pindotiba localidade de Orleans. Seu Diomício saiu de casa para trabalhar na Estrada de Ferro Dona Tereza Cristina. Casou-se com Agripina Francioni, moraram em vários lugares devido à transferência de estação. Quando moravam na localidade da Guarda, Diomício improvisou um encanamento feito de bambu que vinha do alto do morro até a casa trazendo água. Já quando moravam na periferia de Criciúma, Hilário e o irmão mais velho Dite traziam a água para o abastecimento da casa nos ombros, ajudavam a mãe nas atividades domésticas como lavar e secar louça, fora do horário da escola. Dona Agripina fazia doces e os filhos mais velhos vendiam na parada dos trens na estação, como o trem era de passageiro tinha movimento. Após a mudança para o bairro próspera possuíam um bar com sinuca onde eles ajudavam a mãe no balcão ficava próximo a uma mina e possui bastante movimento, a renda era para ajudar nas contas da casa. Nas horas vagas Diomício vendia seguro de vida, jornais e revistas

Diomício saiu da estatal após 17 anos de serviço e passou a iniciativa privada. Associado a mais irmãos passou a trabalhar com o carvão em jazidas que estavam aflorando. Era um trabalho manual, trabalhavam como empreiteiro isto é, não possuíam concessão governamental para explorar as jazidas. Perto da estação Diomício comprou uma chácara pequena onde começaram a extrair o carvão dali, era um carvão de baixa

qualidade, mas como era época de guerra qualquer coisa que queimasse era bem vinda. Mais tarde em sociedade com o irmão Domínio e o Santos Guglielmi ainda trabalhavam como empreiteiros, o transporte do carvão até a estação era feito de caro de boi o carvão era colocado no vagão através de pás, serviço que os filhos mais velhos de Diomício ajudavam a fazer. Mais tarde descobriram uma forma de beneficiar a moinha, rejeito do carvão e começaram a vender, pois ela servia para a siderurgia quando o carvão era energético. Diomício e Santos decidiram tocar a sociedade sozinhos então compraram a parte dos outros dois. A primeira empresa da sociedade formalmente registrada foi a Carbonífera Caeté. A sociedade nos primeiros momentos dedicou-se a venda de moinha posteriormente foi dedicando-se mais ao carvão, foi crescendo e diversificando os negócios. Como o carvão dependia extremamente do governo os empresários locais sentiam a necessidade de diversificar os negócios para outras áreas temendo a queda da atividade carbonífera.

A sociedade de Diomício e Santos era muito forte, pois existia entre os sócios um respeito muito grande, se tratavam como irmão, todos os negócios eram 50% para cada um independente de quem tinha negociado. Segundo Hilário, um dia “Seo” Santos comprou a praia de em Laguna sem fazer o pai (Diomício) sócio dela, foi ai que Diomício decidiu comprar terras na praia de conventos, fez um loteamento e lá já possuía um hotel. Hilário Freitas ficou encarregado de cuidar dos negócios do Balneário dos Conventos, ele mudou para lá morava no Hotel. Naquela época Diomício se candidatava a deputado federal, como Hilário teria que fazer a propaganda política para o pai na cidade de Araranguá a qual pertencia a praia de Conventos ele decidiu a candidatar-se a vereador, e naquele ano ele e seu pai conseguiram se eleger. Hilário conta que certa vez durante seu mandato na época que estava para estourar o golpe de 64, o prefeito da época era de extrema esquerda (comunista) e tinha planejado fazer uma reunião no cinema da cidade com uma presença de um padre esquerdista de Florianópolis que possuía o sobrenome Freitas também, mas que segundo ele não era da mesma família. Ele e os demais companheiros da câmara resolveram intervir na reunião para que ela não acontecesse. Um companheiro chamado Santos Costa estava armado e quando começaram a falar ele deu um tiro para o alto em direção ao palco onde eles estavam depois começou uma verdadeira guerra, todos brigando em cima das cadeiras do cinema. Mas Hilário conta que como ele tinha dois anos de treino de luta estava bem preparado. Eles conseguiram o objetivo que era interromper a reunião.

Houve uma época que estava muito difícil escoar o carvão até o sudeste do país, o carvão ficava no porto esperando para ser embarcado, muitas vezes ficava meses, foi ai que Diomício deslumbrou outro negócio. Ele mesmo sem saber nada da língua foi para a Europa para comprar navios, ficou meses, pois a negociação era difícil uma vez que ele mal sabia a língua, conheceu um homem que depois viria ser um grande amigo, o qual o ajudou nas negociações. Veio da Europa com dois navios pequenos comprados um de aproximadamente com capacidade por 650 toneladas. Assim nasceu a Navecal, Navegação Catarinense, eles próprios faziam o transporte da sua empresa, como os negócios foram prosperando compraram mais dois navios maiores fazendo transporte para outras carboníferas e empresas. Hilário Freitas com a penas 19 anos foi convidado por seu pai a trabalhar juntamente com seu tio no Rio de Janeiro para ajudar nos negócios da Navecal. Seu tio era muito temperamental e pediu que Diomício decidisse entre ele e o Hilário, Diomício decidiu por Seo filho Hilário, antes de dar a

reposta ele pediu um dia para pensar, pois ela ainda era muito jovem sem experiências nos negócios, acabou aceitando o desafio e ficou sozinho administrando os negócios no Rio de Janeiro. Mais tarde através de uma lei governamental que obrigava que o carvão fosse entregue diretamente para a estatal e ela mesma cuidaria do transporte, o movimento da Navecal caiu absurdamente, pois a carga transportada anteriormente era quase que totalmente carvão. Hilário criou uma rota que levava madeira do porto de São Francisco para a Argentina e trazia trigo na volta. Esse tipo de empresa de transporte acarretava muito perigo, pois existia na época muitos roubos de carga nos portos principalmente o de Santos, a empresa ficava responsável pela carga tendo todo esse risco Diomício decidiu desativar a Navecal vendendo os navios.

Como as jazidas da carbonífera Caeté estavam diminuindo, eles decidiram comprar outra carbonífera, na época a Carbonífera Metropolitana uma das maiores jazidas da região estava a venda, pertencendo a família Lodi, eles estavam dando preferência a CSN. Hilário conta que foi ele que conseguiu dar um jeito de não perder a Metropolitana, como trabalhava no Rio de Janeiro na Navecal na época, como a CSN tinha a preferência de compra ele conseguiu que um funcionário da estatal arquivasse o documento até que o prazo de compra estivesse vencido. Assim que venceu o prazo seu irmão Dite foi até o Rio de Janeiro negociar com a família Lodi junto com o irmão, entraram as nove horas da manhã e saíram as nove horas da noite. Estava comprada a carbonífera Metropolitana pela família Freitas. Mas essa carbonífera possuía um movimento sindical muito grande Hilário disse que seu pai se incomodou muito omisso no começo até que surgiu a idéia de formar um time de futebol. Eles pensavam que através do futebol iriam conquistar a afetividade dos funcionários. Eles tinham prometido ao time que se ganhassem o campeonato eles fariam uma excursão pela Europa e assim foi, ganharam Hilário e mais um irmão viajaram pela Europa com o time, eles jogavam principalmente em cidades do interior. Na época em que tinha a cortina de ferro eles estavam na (Bulgária ou Bélgica) ganharam dinheiro lá com os jogos, mas o dinheiro deles não valia muito no mercado internacional mesmo assim era proibido sair do país com dinheiro daquele país, eles fizeram fundo falso na mala e colocaram o dinheiro ali, assim que chegaram à Suíça trocaram, valia só uns 20% da meda local. Eles não possuíam dinheiro para que todos pudessem voltar ao Brasil, então Hilário ficou com metade no time da Suíça e o outro irmão foi com outra metade até Portugal, eles ficaram uns 10 a 15 dias esperando o irmão mandar o dinheiro da empresa para eles voltarem.

Continuando a diversificação Diomício teve a idéia de abrir um negócio na região da Guarda, desde a época que ele vivera lá o local já era muito freqüentado pelas fontes hidromineiras. Compraram um terreno que já existia um hotel reformaram o hotel, Hilário conta que foi sua idéia de engarrafar a água mineral inclusive foi ele que procurou e negociou as máquinas para o engarrafamento. Mas na época que a divisão foi feita as máquinas já tinham sido compradas. Esta empresa ficou como Seo Santos e pertence a família dele até hoje.

Em 1969 foi feita a divisão do Grupo Freitas-Guglielmi, foi um trabalho danado para dividir todas as empresas de maneira igual. Foi criado um grupo de trabalho para fazer a divisão, foi feito dois grupos de empresa para escolher tinha que se tirar no palitinho. Se dependesse do pai e do Seo Santos eles não dividiriam nunca, mas começou brigas

entre nós e os filhos do Seo Santos. Nós ficamos com a Carbonífera Criciúma e eles com a metropolitana. Eu gostaria de ter ficado com a Metropolitana por causa do time. Na época da concordata Cecrisa ficou sem crédito no mercado nacional devido às leis da época e teve que comprar os equipamentos para as novas unidades que estavam sendo construídas da Europa, porque lá não existia tanta burocracia como no Brasil. Era preciso só o aval do proprietário o Dilor.

Hilário Freitas começou dentro da Cecrisa ficando encarregado da montagem dos equipamentos importados da Itália, muitas partes do parque fabril não foram importadas então foram produzidas por eles e sua equipe. Após pronta e já em funcionamento, Hilário decide fundar sua empresa, mas as atenções estavam voltadas para a Cecrisa. Um ano após o funcionamento da Cecrisa nascia a Industrial Conventos. Sem apoio financeiro da família Hilário prossegue com seu sonho, fica encarregado de tomar conta uma das carboníferas, no pátio existia uma pequena oficina onde após os expedientes de trabalho da carbonífera, Hilário começava a produzir máquinas para cerâmicas. A primeira máquina produzida seguia os princípios de funcionamentos das italianas, foi uma serigráfica, foi colocada na Cecrisa para teste. Assim que os equipamentos começaram a ser construídos, o próprio Hilário viajava para negociar suas máquinas, um dos principais mercados era o interior o estado de São Paulo. Pois na região de Criciúma o nome da sua empresa como ainda pertencia ao grupo de Diomício & Freitas o mesmo da Cecrisa, consistia em um obstáculo as outras cerâmicas da região, elas não compravam as suas máquinas, pois o viam como concorrente isso atrapalhava os negócios. Após a divisão do grupo é que o mercado cerâmico sul catarinense foi conquistado isso a passos lentos. A Eliane, por exemplo, custou muito a comprar máquinas da Industrial conventos, mas nos últimos anos a Icon foi considerada seu melhor fornecedor. Com a crise no setor cerâmico no início da década de 90 as cerâmicas não possuíam dinheiro disponível para inovar as máquinas e equipamentos, a Industrial Conventos passou por um momento em que se fabricava pouco. Tendo em vista que o forte era os reparos e consertos e trocas de partes das máquinas, Hilário criou a Icon S.A. que levou a Industrial Conventos a tira colo, só manteve a Industrial Conventos mais por sentimentalismo. Mas descobriram maneiras de diversificar, descobriram que poderiam produzir máquinas para um novo processo produtivo de telhas coloridas com uma tecnologia diferente, ainda é um mercado incipiente em produção de telhas, mas que tem muito a expandir uma fez que as telhas produzidas sejam mais sofisticadas e de qualidade superior. O atomizador que é usado na cerâmica para “secar” a barbotina foi adaptado a outra tecnologia para ser usado na fabricação de agrotóxicos, um já foi exportado para uma empresa dos Estados Unidos com o custo de inclusive esta empresa pretende adquirir mais seis, e ficou surpreendida com a qualidade do equipamento indicando a uma empresa de outro setor. Quando Hilário estava começando ele propôs uma parceria com a empresa italiana Sity, conta ele que um dia estavam em um carro ele seu Pai e o dono da Sity quando ele fez a proposta, o homem lhe respondeu: se enxerga garoto você me querendo se unir a mim o maior produtor mundial, quem você pensa que é? Ele lhe disse: eu ainda vou ser o seu maior concorrente aqui no Brasil. Hoje a maior concorrente da Industrial Conventos é a italiana Sity.

Hilário comprou também uma empresa que produz máquinas pesadas para metalúrgicas, comprou de uma empresa alemã por causa da morte de um membro da

família em São Paulo os donos pretenderam vender e voltar para Alemanha. XXXXXXXX do Brasil.

Hoje a Industrial Conventos está muito bem seu faturamento mensal é de milhões.

O Dilson um dos irmãos de Hilário construiu a Eldorado gastou muito em perfumarias lago plantas a Eldorado foi comprada pelo grupo depois, ele tinha uma empresa de máquinas que faziam o transporte da massa dentro da própria Cecrisa, fazia transportes de cargas. Hoje ele tem um restaurante em Itapema. Hilário não sabe se ele ainda tem esta empresa de aluguel de máquinas. Penso que ele não prosperou muito quanto os outros.

Hilário acompanhou de perto quando Dilor teve a idéia de fazer a vinícola. Segundo Hilário, Dilor gostava muito de fazenda e estava interessado em comprar uma fazenda para lazer, ele e o irmão viajaram para a região de Lages onde acharam uma fazenda muito bonita a ser comprada. Construiu uma casa, mas ele não se contentava de não aproveitar economicamente aquelas terras. Pediu assistência de técnicos para que fizessem um estudo para saber o que seria produtivo aquele lugar, lhe disseram que poderiam se plantar maçã ou uva. Ele preferiu a uva, pois maçã é muito poluente por causa da imensidão de agrotóxicos. Conversando com outras pessoas lhe deram a idéia de fabricar vinhos. Então Dilor viajou para a Europa pesquisando onde possuía as melhores mudas de vinho e a melhor tecnologia para fabricá-los. Escolheu a tecnologia italiana. Plantou as parreiras de uvas, importou os equipamentos e montou a vinícola. Ele conseguiu provar algumas amostras da produção antes de morrer. Seus filhos estão tocando o projeto da Vinícola Francioni, que leva o sobrenome da mãe de Dilor descendente de italianos.

Dilor também vinha desenvolvendo um projeto para o uso da turfa (um rejeito do carvão) para substituição do gás natural que está cada vez mais caro.

ENTREVISTA COM ROGÉRIO AUGUSTO ARNS SAMPAIO EM CRICIÚMA (SC),
EFETIVADA POR KEITY KRISTINY VIEIRA ISOPPO

**Rogério Augusto Arns Sampaio é presidente da Cecrisa Revestimentos
Cerâmicos.**

Primeiro eu gostaria de saber quantos anos o senhor trabalha na empresa.

Na Cecrisa mesmo, três anos. Mas eu tenho uma longa história com o grupo. Conta para ti? Então eu conto a história. Já que tu queres saber um pouquinho sobre a minha pessoa. Eu sou engenheiro mecânico formado na Universidade federal do Rio Grande do Sul. Eu sou de Criciúma fui estudar em Porto Alegre, quando voltei em janeiro de 76 eu comecei a trabalhar na Industrial Conventos. Naquele tempo existia o grupo Diomício Freitas e esse grupo tinha 23 empresas eu comecei a trabalhar numa dessas empresas. Eu fiquei 17 anos, só que em 1981 houve uma cisão do grupo, a carbonífera ficou com um irmão, o grupo cerâmico ficou com outros dois, outro ficou com dinheiro e fazendas, eles se dividiram. Então teoricamente eu não trabalhei mais na Cecrisa, eu era fornecedor dela. Em 1997 eu trabalhei, fiquei 17 anos lá, depois sai fiquei cinco anos em outra empresa e em 97 eu voltei para Cecrisa como diretor comercial, de 97 a 2000. Fui para Portobello trabalhei dois anos como diretor comercial e voltei a três anos como presidente. Essa é a minha história. Mas eu tenho um relacionamento com o pessoal daqui que já vem desde 1976.

Então o senhor pode me tirar uma dúvida, já que trabalhou na Industrial Conventos. A informação que eu tenho após algumas leituras que ela teria nascido a partir de um laboratório de desenvolvimento de máquinas e processos.

A Industrial Conventos nasceu porque naquele tempo os impostos de importação eram muito altos. Existia aquele programa governamental de substituição de importações (acho que você não se lembra porque é muito jovem). Como os impostos eram altos e existia esse programa de substituição de importações do governo federal, então a Industrial Conventos surgiu uma fábrica para dar apoio na produção de equipamentos. Para dar sustentação na expansão do grupo cerâmico da Cecrisa e brasileiro. Na verdade a Industrial Conventos começou como uma oficina de manutenção da Cecrisa mesmo, depois ela foi para uma sede que ficava na mina Metropolitana. Posteriormente ela comprou um pavilhão no centro de Criciúma na rua São José e depois foi lá no Pinheirinho na rua Imigrante Casagrande, onde está até hoje. Essa foi a história da Industrial conventos foi assim que ela começou. Ela começou junto com o início da produção aqui da Cecrisa, deve ter começado em 1970.

No início era uma oficina e as máquinas da Cecrisa eram importadas. Como ocorreu o domínio dessa tecnologia?

Existam empresas multinacionais aqui no Brasil, hoje ainda tem a Sity que fabrica equipamentos. A Sity fabricava fornos naquele tempo. E a primeira fábrica da Cecrisa teve muita coisa importada da Itália. Alguns equipamentos mais mecânicos, moinhos, transportadores de correias, atomizadores, esmaltação, equipamentos de esmaltação, decoradoras serigráficas, a Industrial Conventos começou a fazer.

Praticamente não se tinha a necessidade de comprar mais fora.

É, aí o grupo todo se apoiou muito na Industrial Conventos na parte de mecânica e na Sity na parte de fornos. Eram os dois grandes fornecedores da Cecrisa. Ultimamente abriu muito, se comprou equipamentos de qualificação de produtos de outras empresas italianos. Hoje na verdade o ambiente é muito diferente, ficou mais fácil importar equipamentos. Se importa alguns equipamentos, se importa bastante.

Com relação aos primeiros produtos: quais eram? a produção era voltada a piso também ou só azulejo?

Na verdade começou fazendo azulejo.

No início já existia perspectiva de exportação?

Sempre se teve uma visão internacional, desde o começo. Eu não sei se é desde o primeiro anos ou do segundo, mas desde o começo a Cecrisa se posicionou internacionalmente. Sempre fazendo para o mercado interno, mas já começou a exportar juntos com grandes do mercado interno. E naquele tempo se usava muito mais azulejo, então se fazia praticamente azulejo.

Era a cultura da época?

Era a cultura da época e a Cecrisa teve uma grande vantagem com relação às outras empresas. Até a década de 70, a maior produção de cerâmica se dava em São Paulo numa cidade chamada Mogi Guaçu lá existiam muitas cerâmicas, algumas existem até hoje. Elas possuíam um processo antigo, então a Cecrisa quando ela entrou como uma fábrica moderníssima que era aqui hoje não tem mais a fábrica. Era um pavilhão era quatro vezes menor do que este. Se eu não me engano eram 150000 m² por mês, mas num processo extremamente moderno para a época, com uso de fornos de passagem para monoqueima, com esmaltadeiras condecoração. A Cecrisa lançou o azulejo decorado no Brasil, antes os azulejos eram ou tudo branco ou amarelo ou azul. E como tinha um processo mais moderno isso dava condições de produzir um produto de melhor na estética e de custos mais baixos que os concorrentes de São Paulo. Com a explosão imobiliária dos anos 70 com o BNH a Cecrisa cresceu muito rapidamente. Construiu primeiro aqui (Unidade 1) depois comprou a Incocesa de Tubarão e depois construíram a Unidade 3 Cemina em Anápolis deve ter começado a funcionar em 1979 se eu não me engano.

Qual o objetivo que fez a Cecrisa se expandir para Goiás? O mercado interno?

Mercado interno, logística de distribuição, incentivos fiscais, vários fatores como disponibilidade de energia. Aquela fábrica era toda a energia elétrica no começo, o Brasil tinha energia elétrica sobrando. Então naquela época se incentivava muito o uso de energia elétrica e a Unidade 3 era o maior consumidor industrial do estado de Goiás de energia elétrica. Depois da Cemina se comprou a Cesaca que era aqui em Criciúma no centro.

Foi à primeira?

Não a primeira aquisição foi a Incocesa.

Não, digo a primeira cerâmica de Criciúma.

De Santa Catarina? Eu acho que...

Não de Santa Catarina foi a de Imbituba aquela que era do Henrique Lage que começou fazendo porcelana.

É de Imbituba.

Depois a Cesaca...

É exatamente. Então ele comprou a Cesaca depois inaugurou a Cerâmica Eldorado que é a Unidade 5, depois inaugurou a Cerâmica Portinari que é a Unidade 6. Comprou o grupo Kablin, o braço cerâmico do Grupo Kablin com a compra da Klabin Rio que virou Klace depois da Cemisa em Belo Horizonte.

Ainda pertencem ao grupo ou já foram vendidas?

A de Belo Horizonte ainda pertence ao grupo nos fazemos porcellanatos técnicos lá, mas foi completamente remodelada, ficou só o prédio externo, dentro outros equipamentos é um processo de produção completamente diferente. No rio nós fechamos, pois estava sendo antieconômica, vendemos o terreno. Então essa expansão toda foi provocada exatamente por uma capacidade de produção, de produtos de boa qualidade de excelente estética e com custos baixos com preços extremamente competitivos.

A tecnologia agregada...

A alta tecnologia agregada a preços competitivos esse foi o motor estratégico que fez com que a Cocrisa crescesse tanto. A exemplo do que aconteceu com a Eliane também, elas tiveram exatamente a mesma estratégia. Mas a pergunta era sobre visão de exportação, né? E essa visão vem desde o começo. Este pólo cerâmico de São Paulo as cerâmicas de Mogi Guaçu poucas restaram, devido à competição ser muito desigual para um processo mais moderno de Santa Catarina.

O senhor caracteriza o pólo cerâmico de Santa Catarina superior em termos de qualidade ao pólo cerâmico de São Paulo?

Sim, e não tenho a menor sombra de dúvida. Na média sim, não só as empresas sediadas aqui, mas também as empresas que são controladas pelos grupos daqui. Eu não tenho a menor sombra de dúvida. Até porque os processos são diferentes, hoje o grande volume da produção de São Paulo se dá num processo de moagem de materiais via seca e aqui é úmida. Aqui tem algumas de via seca, mas a grande maioria da produção são via úmida. A via úmida permite uma qualidade do corpo cerâmico muito melhor e muito mais constante que a via seca permite. Na via seca você só pode trabalhar com um número limitado de matérias primas, é como se você pegasse e fosse juntar um monte de ingredientes, pegar farinha, açúcar, sal, chocolate em pó e misturasse esse negócio todo a seco. Você não iria ter uma mistura homogênea. Se você pudesse fazer um bolo via seca um lugar ia ter mais açúcar outro ia ter mais chocolate, enquanto se colocasse água dentro a mistura ficaria mais homogênea.

Porque dilui os elementos químicos.

Dilui fica tudo claro porque a água é um veículo que faz com que as partículas consigam se mover perfeitamente e na cerâmica nas nossas via úmida, as matérias-primas são moídas num moinho de bolas. Isso possibilita uma mistura extremamente homogênea. Esse é um dos fatores. Outro é o nosso posicionamento estratégico, as empresas do sul normalmente possuem do posicionamento estratégico diferentes das empresas de São Paulo. As empresas do Sul são empresas que tem produtos diferenciados com designer superior com preços mais elevados, enquanto normalmente as empresas de São Paulo estão posicionadas como capacitação de produção a baixos custos e vendem a preços baixos. Obviamente vai haver uma empresa de São Paulo que está posicionada parecida com a nossa e vai haver alguma empresa daqui eu está posicionada parecidas com as de São Paulo.

Esse mercado influenciou na abertura de novas de unidades industriais ou a empresa através de uma visão estratégica abriu novas unidades?

Como eu acompanhei bem de perto porque era fornecedor, eu acho que a Cecrisa e a equipe que o Dr. Dilor tinha na época andava na frente da necessidade do mercado e da concorrência. Não é a toa que cresceu tão fortemente, eu acho que o Dr. Dilor tinha uma visão empresarial privilegiada, era um empreendedor fantástico e possuía uma equipe muito boa. Não é o caso de citar nomes porque eu poderia cometer injustiças por esquecimento. Esse crescimento foi fundamentalmente fruto de um planejamento. Já que você é da geografia eu via muitas vezes como era pensado os dados do IBGE.

Eles levavam em consideração?

O Diretor de Planejamento administração e finanças daquela época no grupo, um camarada fantástico, possuía uma visão sobre negócios fantástica. Com essa taxa de crescimento, com o dinheiro que estava entrando no mercado, com o dinheiro que iria entrar ano que vem, com o número de casamentos sei lá o que mais. Ele dizia quantos por cento o consumo de cerâmica iria crescer. Foi enxergado e planejado na frente por isso a Cecrisa cresceu mais do que outras.

Não esperou a necessidade bater...

Não esperou a necessidade e quem esperou a necessidade ficou para trás.

A empresa incorporou algumas outras, o senhor já citou algumas poderia citar novamente?

Claro. Talvez eu erre um pouco os anos. Então a primeira empresa adquirida foi a Incocesa a nossa Unidade 2 em Tubarão. Primeiro foi feito a Cecrisa depois é só ir pelo número. A Unidade 2 em Tubarão depois a Unidade 3 foi construída em Anápolis, a Unidade 4 foi a Cesaca que foi comprada em 1984. Depois a Unidade 5 é a Eldorado foi construída, posteriormente a Unidade 6 a Portinari que foi construída também. As Unidades 7 e 8 foram compradas do Grupo Klabin, eu não sei precisar a data, mas isso deve ter ocorrido em 86/87; Depois a Unidade 9 era a Brilhocerâmica que foi comprada de uma empresa Uruguaia, acho que essa compra foi no período de 87/88. O Zimermam a Unidade 9 era a Brilho? Qual é o número da brilho? A Brilho foi comprada da Americaincer? É para o trabalho da Keity do curso de geografia. Isso tudo ai foi por

volta de 87/88? Nos compramos tudo em 86? 84 não foi? Foi 85 a Cesaca e em 86 as outras.

Aonde que se localiza essa Brilho?

A Brilho localiza-se na Grande São Paulo, não sei dizer exatamente o endereço.

Ela foi vendida? Desativada?

Por força econômica foi fechada, desativada, o terreno vendido e os equipamentos leiloados. Como foi feito com a Cesaca e a Klabin do Rio.

O senhor teria conhecimento de qual a porcentagem dos salários em relação ao custo total da produção?

Hoje?

É isso hoje.

Até julho deste ano teve um custo representativo de 20%.

Como evoluiu essa produtividade? Imagino que no início a tecnologia não era tão superior quanto hoje.

Ta começando a ficar cada vez mais complicado as perguntas. A produtividade ela depende do processo . Essa produtividade que você está dizendo são quantas pessoas por metro quadrado ou coisa assim? Eu tenho 130 *slides* tenho que chegar no *slides* certo. Só para ter uma idéia, não é tão distante assim, nós tínhamos 3457 profissionais produtivos e a produtividade em 1993 era de 1077 metros por profissional mês. Agora esta em torno de 1800 metros quadrados profissional mês. Já chegou acima de 2000, só como nós começamos a fazer mais porcellanatos, produtos de alto valor agregado. Os ciclos de queima são maiores reduz a produção para o mesmo número de pessoas. A produtividade era menor do que 100 no passado, era em torno de 500 a 600 metros quadrados por profissional mês. Hoje a Cecrisa tem 1599 funcionários e produz dois milhões e oitocentos mil metros quadrados por profissional mês. E naquela época produzia quatro milhões de metros quadrados mais tinha 6000 empregados. Hoje com a mudança dos processos de biqueima para monoqueima com a automação das escolhas, do processo de biqueima para monoqueima, com a automação das escolhas, houve uma produtividade muito grande no que diz respeito ao número de pessoas necessárias por metro quadrado produzido. Não sei se era essa pergunta.

Não era isso mesmo. Existe um tipo de organograma da empresa?

O organograma é uma coisa muito dinâmico. O nosso organograma geral não caberia em uma folha de papel. eu devo ter aqui. Você esta fazendo pergunta difícil de mais da conta. Pode fazer outra pergunta enquanto nós vamos conversamos eu procuro.

Qual seria a importância da área de exportações no conjunto da empresa?

Vital. Não se pode imaginar a Cecrisa sem exportações, é vital sob todos os aspectos.

Comparando os mercados nacional e internacional, poderíamos que a Cecrisa está sustentada ou por um ou por outro?

Obviamente que o nosso principal mercado é o mercado interno, nós somos brasileiros e o mercado brasileiro é o nosso maior mercado, e deve continuar sendo nos próximos tempos. É a mesma coisa que perguntar que se o mais importante é respirar ou comer, não tem um. Talvez um seja mais freqüente do que o outro mas tem que ser os dois. Para a empresa parar em pé tem que ter os dois. Atualmente nos últimos três anos nós crescemos muito nas nossas exportações. Nós passamos de um patamar perto de 25 milhões de dólares para um patamar perto de 50 milhões de dólares, isso representa em torno de 38% da nossa receita. É um negócio importante não da para imaginar a Cecrisa sem exportações. Nós temos estratégias bem definidas para as exportações. Exportamos praticamente 80% da nossa produção para países de primeiro mundo, nosso *mix* de exportação é bem qualificado.

Como a empresa investe seus lucros?

Onde coloca os seus investimentos? Nós acreditamos que a equipe de profissionais é o centro de tudo, a gente cuida muito da nossa equipe de profissionais. Temos investido muito na qualificação, não tanto o que deveria, mas temos investido. Sob o ponto de vista industrial temos investido muito no desenvolvimento de produtos de alto nível tanto sob o ponto de vista técnico quanto sob o ponto de vista estético. A cerâmica através desses anos deixou de ser um material técnico que era usado só em áreas úmidas. Hoje nós vendemos cerâmicas para salas, quartos, varandas, para piscinas, para todos os ambientes que você possa imaginar.

Hoje é mais sofisticado ter piso.

É muito mais sofisticado, o nível de complexidade é muito maior, nós temos investido fortemente nos últimos anos, para oferecer cada vez mais um produto mais qualificado. O nossos preços médios aumentaram porque nos enriquecemos o nosso *mix*, nós apostamos na nossa estratégia de diferenciação com a marca Portinari sendo o carro chefe das nossas marcas. Aumentando muito as nossas vendas de Portinari, de porcellanatos tanto técnico quanto o porcellanato rústico. Então os nossos investimentos são para a qualificação dos produtos comprando equipamentos de última geração sempre para melhorar a qualidade técnica e estética dos produtos. Na parte comercial nós temos investido muito na marca tanto em mídia, mas muito mais na mídia *marketing*, muito em pontos de vendas em *show room*. Nós temos pesquisas que indicam que a marca Portinari é a primeira marca brasileira no que diz respeito à sofisticação e a segunda marca brasileira no que diz respeito a reconhecimento de marca. A primeira marca em reconhecimento de marca é a Portobello. Estes têm sido os nossos grandes investimentos. E obviamente a conquistas de mercados de alto valor, onde os consumidores estão dispostos a pagar por qualidade, por designer como o mercado dos Estados Unidos, Europeu alguns mercados da América Latina. Nós temos uma venda muito qualificada para o Chile, para Argentina e Uruguai.

Com relação ao controle acionário da empresa. Quais os grupos dominantes e de onde eles são?

Isso você tem que mandar mais tarde porque é um negócio...

Porque eu sei que o grupo...

O grupo pertence quase que 100% a família Freitas, ao João Paulo, a Adriana, a Daniela e ao André, tem uma *holding* e tudo mais. Deixa eu te mandar a estrutura societária direitinho, porque pode geral mal entendidos. Então eu vou te mandar bem direitinho, porque nós corremos os riscos de errar.

Como a empresa classifica historicamente suas etapas? Evolução, causas, características das etapas.

Essa pergunta ela uns dois dias para eu te responder. Vou colocar aqui 1970, aqui 80, colocar aqui 90, aqui 2000 e aqui 2005 e 2010. Vamos tentar fazer um negócio mais estruturadinho aqui para organizar meus pensamentos. Dos anos 70 aos anos 80 foram anos de altíssimo crescimento, nos anos 90 teve uma queda que foi a concordata? Eu não tenho muitos dados porque eu não estava aqui nessa época. Houve uma fase de concordata, essa concordata foi levantada. Aqui a empresa tinha um posicionamento estratégico que o *porter* genérico chamava capacitação de produção, a empresa cresceu muito porque ela tinha bons produtos e bons, *designer* adequados preços violentamente competitivos. A partir da segunda metade da década de 80 começou a fortalecer e começaram a surgir cerâmicas importantes em São Paulo na região de Santa Gertrudes, Cordeirópolis, rio claro. Elas têm três características basicamente: não tinham conformidade técnica, os produtos eram fora da conformidade técnica, para custar mais barato; não eram formais no ponto de vista fiscal; eram muito bem administradas, eram muito enxutas e começaram a produzir pisos muito mais baratos. E a partir da década de 80 começou a ter uma tendência de utilização mais do piso do que do azulejo. A cerâmica começou a ser utilizada no chão, em outras áreas. A Cecrisa estava muito direcionada para produção de azulejos, isso atrapalhou um pouco. Essa visão de passar a produzir pisos veio um pouco tardia, veio somente depois da concordata. Nós ficamos competindo com Santa Gertrudes, lá se fabricava produtos em formatos maiores e com custos mais baixos. Eles começaram a subir parede também, isso atrapalhou o nosso azulejo. Nós naquela época até 1990, produzíamos algum coisa de piso na Cemina, na Eldorado e na Portinari, mas era uma parte relativamente pequena da nossa produção. Então nos fomos muito atacados por Santa Gertrudes e perdemos esse posicionamento de capacitação por produção com preços baixos. Então esses fatores que eu citei como a não conformidade técnica, pela não conformidade fiscal e pelo fato de serem bem enxutas. Esses três fatores juntamente com o fato deles não ter as estruturas das empresas mais antigas, fizeram com que a Cecrisa não pudesse mais ficar nesse posicionamento estratégico de capacitação de produção. A concordata foi uma consequência disso, depois começou um programa de reestruturação muito importante. Olha só quantas fábricas nós fechamos, nós tínhamos nove unidades industriais e hoje nós temos cinco unidade industriais. Nós chegamos a produzir cinco milhões de metros quadrados por mês, hoje nós produzimos dois milhões e oitocentos mil metros quadrados por mês. Começamos a fazer um trabalho de reposicionamento, em 1992/1993, nós compramos quatro fornos muito grandes e instalamos um em cada uma das fábricas com exceção da Incocesa, são as linhas grandes. Tem uma na Eldorado, uma na Portinari, uma na Cemisa e uma na Cemina. Isso fez com que o mix de produção mudasse, reduzindo a produção de azulejo e entrasse fortemente na produção de pisos. Tudo isso aconteceu na primeira

metade da década de 90 em diante, foi uma busca mudar o posicionamento estratégico genérico da Cecrisa de oferecer produtos de baixo preço através da capacitação de produção para um posicionamento estratégico de produtos diferenciados. Então começou uma recuperação, como toda recuperação teve altos e baixos, mas a recuperação veio fortemente até hoje. Principalmente de 1994 para frente nós começamos a qualificar nossos produtos e com mais força ainda começamos a qualificar nos últimos três anos. Pegamos a fábrica de Santa Luzia e começamos a produzir o porcellanato técnico no ano de 2001, fomos a primeira a produzir porcellanato técnico de 60X1.20 no Brasil. Hoje em dia só duas empresas fazem. O nosso porcellanato técnico é reconhecido internacionalmente como melhor porcellanato técnico do mundo, inclusive existem teses de doutorado sobre o ponto de vista técnico, eu estou falando de coisas que da para medir. Eu não estou falando de coisas subjetivas, esteticamente o nosso porcellanato não perdemos para ninguém, nós temos produtos realmente fantásticos. Entramos com muita força no porcellanato rústico que que é uma categoria de produto que cresce muito. Hoje o nosso faturamento é sensivelmente maior que o que tínhamos anteriormente. No passado enquanto a gente produzia cinco milhões de metros quadrados mesmo corrigido pela inflação, então principalmente nesses últimos meses nós temos batido recordes no faturamento do mercado interno. O nosso preço médio nesses três anos no mercado interno dobrou, não por aumento de preço, mas por mudança de *mix*, por vender produtos melhores. Houve uma inversão nos volumes de vendas de marca Cecrisa e Portinari. A marca Cecrisa é conhecida no mercado como uma marca de excelente qualidade, mas produtos de preços relativamente baixos. E a marca Portinari como eu falei, reconhecida como uma marca sofisticada de produtos sofisticados. A três anos atrás se vendia 70% marca Cecrisa e o resto marca Portinari, hoje nós invertemos essa posição. Hoje 70% do que a gente vende de volume é a marca Portinari.

Um faturamento maior.

Um faturamento maior. Então a gente se posicionou como uma empresa de produtos diferenciados tanto no mercado nacional quanto no mercado internacional, com o fortalecimento da marca Portinari. Esse panorama, essa estratégia deve continuar pelos próximos cinco anos. O fortalecimento das marcas dentro dos seus posicionamentos. E cada vez mais investindo em agregação no valor dos produtos, é o único jeito que a gente tem para combater a informalidade, a baixa qualidade técnica. Todos os nossos esforços estão voltados a fazer produtos cada vez mais bonitos, porque é o único posicionamento que sustenta em longo prazo tanto para o mercado doméstico. O mercado internacional tende a ficar muito mais duro com o crescimento da China no mercado de exportação, a única forma é realmente se posicionar mais para cima. Nós aumentamos 40% do em dólares isso em função do *mix*.

A primeira etapa seria esses crescimento

Esse crescimento com posicionamento por capacitação de produção com preços altamente competitivos.

O segundo seria aquele período de reestruturação.

Eu diria que em vez de concordata eu diria que foi um período de reestruturação, seguido de um novo período de crescimento, via mudança de posicionamento.

Estaríamos ainda nesse período de mudança de posicionamento ou já estamos em outro?

Não. Na verdade eu acho que nós já estamos com o posicionamento certo. Não é mais um período de mudança de posicionamento, agora já esta reposicionada. Na verdade nós construímos um novo modelo de lucratividade para empresa, que é um modelo de lucratividade baseado em produtos de alto valor agregado, baseado em algumas tipologias para o mercado que imaginamos que vai crescer nos próximos anos. Nós estamos no começo desse novo sistema, da exploração desse novo modelo. Nós ainda temos muito para crescer, com o nosso modelo de lucro que é focado no porcellanato que é um produto que possui maior valor agregado. Nós temos que tirar mui proveito deste posicionamento. A grande revolução, a grande mudança de patamar, os custos que nós tínhamos que correr para fazer essas mudanças já foram corridos. Massivamente a maioria desses custos já foram corridos, agora só custos marginais para gente fazer alguma coisas.

Existe algum projeto que esteja em andamento, com relação a algum melhoramento tanto na parte produtiva quanto na energética?

Sim. Nós temos um planejamento estratégico de cinco anos com revisões anuais, esse planejamento aborda todas as áreas da empresa, a área de imagem e marca a área de venda, a área industrial. Dentro da área industrial a área energética, até vou mostrar. Obviamente esse material é de uso interno da empresa, mas para mostrar não tem problema nenhum. Só para tu ter uma idéia da nossa intranet, vamos aqui o gestor de atividade é o nosso sistema dos controles todos. Então nós temos aqui este gestor de atividade, temos aqui a nossa missão. Você já deve ter pegado isso ai? Temos a nossa intenção estratégica, nós temos os nossos valores, responsabilidade social, e ecológica, calor humano, eficácia, comprometimento, austeridade, ética., criatividade. Nós temos a nossa política de qualidade, também temos regras de trânsito, são regras que todos têm que usar no relacionamento interpessoal. Temos os diversos planos, esse plano aqui já esta encerrado, começou na minha volta para cá. A gente trata da imagem e marca, mercado serviço, recursos humanos, tecnologia e obviamente que cada ponto desse aqui se você controla como é que tá. Então temos aqui os diversos comitês que funcionam dentro da empresa, são comitês da diretoria, da diretoria comercial, da diretoria de relações com investidores, da diretoria de operações, da presidência, de cada unidade industrial. Todos esses comitês para tratar de diversos assuntos relacionados a cada um. São duzentos e poucos projetos e cinco mil ações que são controladas e obviamente temos projetos na área de energia, projetos na área de recursos humanos, projetos na área da qualidade industrial.

senhor pode listar alguns?

Nós temos aqui o da imagem e marca é um dos grandes. Você quer saber de Projetos? E isso? Nós estamos em fase final do projeto de implantação do software de logística, é o melhor do mundo, é para dar suporte ao nosso objetivo em serviços que é entregar 100% dos novos produtos na data prazada. Prazadas por dia de pedidos, entregar no dia pedido. Nós temos projetos que tratam das Unidades Industriais para dotá-las de flexibilidade necessária para atender as variações de demanda entre os

pedidos, entre as tipologias de produtos. O projeto em melhoria em designer é um projeto muito grande com consultores italianos envolvidos nesse processo. Nosso pessoal está constantemente visitando feiras no mundo todo para que a gente enxergue as tendências do mercado na frente, para que a gente não seja um seguidor.

Acho que está bom. Só mais uma pergunta. Na hora em que o senhor estava falando dessa primeira fase, eu gostaria de saber a sua opinião porque tem alguns autores que colocam que o setor cerâmico como um todo entrou em uma crise maior com o BNH.

Sem dúvida, eu tentei restringir, mas na verdade o Brasil infelizmente não teve opção todo o setor entrou em crise. Mas num período pós-BNH a gente continua, eu sempre prefiro avaliar de dentro para fora, porque não adianta arranjar desculpas, a gente tem que ver essas hostilidades e passar por cima tomar atitudes, formular estratégias para vencer essas barreiras. Eu sempre penso assim, não adianta ficar falando que falta BNH, que falta aquilo, que o dólar está baixo. Tudo isso são coisas que são acidentes de percurso normais na vida das empresas. As empresas vencedoras são aquelas que conseguem formular estratégias para ultrapassar esses desafios.