

Cerâmicas



JAPAN MATSURI
festival de cerâmica e cultura japonesa '98

JAPAN MATSURI
festival
Cerâmica e Cultura
Japonesa '98

3 a 14 de Agosto
Caldas da Rainha

17 e 18 de Agosto
Cascais

祭, 日本

— 日本文化 と 瀬戸市の陶芸 —

Patrocínio exclusivo

GDP

GÁS DE PORTUGAL, SGPS, SA



LusitaniaGás

CENCAL
Centro de Formação Profissional para a Indústria Cerâmica

Rua José Caldas • apart. 39 - 2500 Caldas da Rainha
tel. 062.842211 • fax 062.842224

<http://www.cencal.pt>

APOIOS: Japan Foundation, Fundação Oriente,
Câmara Municipal das Caldas da Rainha, Câmara Municipal de Cascais, Japão e Fornecedor

Os Indicadores de Desempenho na Gestão da Empresa Cerâmica

10

Quando em Dezembro de 1988 foi publicado primeiro número da revista "Cerâmicas", fundada pelo Cencal, o editorial referia que aquele não era o modelo acabado de revista que se pretende no futuro, mas pelo contrário uma proposta aberta e o princípio da construção de um projecto.

Boas Práticas para Competências Chave

13

Já saíram entretanto 23 números, nos quais muitos e muitos artigos tornaram essa visão mais real. Alguns informaram sobre iniciativas de várias entidades, na área formativa e do design, como o Concurso Jovem Designer.

A Essência do Comércio

15

Outros desenvolveram conceitos e abordagens relevantes para a competitividade das empresas cerâmicas e deram a conhecer boas práticas e exemplos.

Sistemas de Produção

18

Evocando Santos Simões

21

O Meu Amigo Oleiro

25

Cerâmica Caldas '97

31

Japan Matsuri - Festival de Cerâmica e Cultura Japonesa

37

Simpósio de Montemor-o-Novo

45

Cerâmica Mural Portuguesa

49

Painéis de Azulejo

54

Pierre Bayle

56

Coreia - Itália

60

Dos Árabes a Miró

66

Olaria do Cibao

78

Gás Natural

83

Caracterização e Possíveis Reutilizações dos Efluentes Sólidos e Líquidos

88

A Empresa Industrial e o seu Desempenho Ambiental

91

Escolas de Ensino Artístico

99

Uma Cidade Cerâmica no Japão

108

Formação em Miniaturas com Mestre Herculano Elias

111

Resultou uma visão do que o Cencal quer e não quer de uma revista. Tornou-se claro que não queremos, não devemos e não podemos desenvolver um projecto comercial. Isto dá-nos também mais independência: não estamos interessados em introduzir artigos elogiosos sobre empresas a troco de publicidade. Se divulgamos acontecimentos e iniciativas, nacionais ou estrangeiros, é na perspectiva de que se pode aprender com eles, para que se obtenha melhores resultados práticos. Num mundo em permanente evolução, precisamos de instrumentos de informação com valor prático, complementar à actividade do Cencal, informando sobre desenvolvimentos, iniciativas e novas acções com temas relevantes para os ceramistas, industriais, quadros e público em geral interessado nestes temas. O Cencal tem já uma página Internet, cuja informação pretende reforçar futuramente. Em relação à revista, consideramos que nos últimos tempos não pudemos corresponder aos assinantes, anunciantes e leitores. A solução tornou-se particularmente difícil, dado o acréscimo de actividade dos colaboradores, a limitação de recursos humanos e o facto de não desejarmos assumir um projecto comercial. Ponderámos o posicionamento a ter, dado o facto de já existir uma revista, que daqui saudamos de forma cordial, a Kêramica. Finalmente decidimos que havia uma posição útil a assumir, contando com as boas vontades de todos aqueles, nomeadamente quadros do Cencal e formadores, que elaborem artigos e informações para publicação. Em nome do Conselho de Administração, da Direcção e colaboradores do Cencal, agradecemos ao Senhor Director Eng.º Alberto Faria Frasco, Senhor Sub-Director Dr. José Luís Almeida e aos Senhores membros do conselho Técnico-Científico o trabalho desenvolvido. Teremos de adoptar uma nova estrutura muito leve e operacional, pelo que cessam com o presente número as indigitações dos órgãos da revista, cujo modelo institucional deverá ser modificado. Será tarefa do Conselho de Administração do Cencal proceder à nomeação dos responsáveis coordenadores do projecto futuro. cremos que será possível voltar em breve à presença dos leitores e editar dois números por ano, divulgando boas práticas, projectos inovadores e acções pioneiras em campos diversos, tudo com uma missão ambiciosa, objectiva e complementar à missão do Cencal: disponibilizar informação com valor prático, que reforce a capacidade de criação de valor por parte das pessoas e empresas.

Revista de cerâmica artística, técnica, industrial e artesanal • ano X-XI • nº 24-25 • Outubro '98 • Director Alberto Faria Frasco • Sub-Director José Luís Almeida e Silva • Conselho Técnico-Científico António Pascoal, Darlindo Lucas, Vicente do Carmo, Gastão do Melo, João B. Serra, Jorge Pacheco, José Casqueiro Cardim, Manuel da Bernarda, Pedro Pessoa de Carvalho, Rafael Salinas Calado, Augusto Vaz Serra e Sousa, Associação dos Engenheiros da Cerâmica e do Vidro • Redacção Carlos Cipriano • Grafismo Joaquim Vitorino • Fotografia Paulo Tomás, Vitor Vitorino, Pedro Libório • Secretariado Anabela Silvestre, Eduarda Lemos, Zita Tomás, Elisabete • Apoio Hermínio Maças, Luísa Anroz • Propriedade, Administração, Redacção e Publicidade CENCAL - Centro de Formação Profissional para a Indústria Cerâmica • Rua Luis Caldas, Apartado 99 - 2501 Caldas da Rainha codex - Telefone (062) 842224, (062) 841791 - e-mail ceram.cencal@mail.telepac.pt - PORTUGAL • Prepress, Impressão e Acabamento SOCTIP - Sociedade Tipográfica, S.A. telefone (01) 943 66 46 - Fax (01) 943 52 21 - Urbanização da Portela de Sacavém - L201 - 2685 Sacavém • Preço - 1.000\$00 • Tiragem 5000 exemplares • A reprodução dos artigos da revista está subordinada à autorização prévia dos editores • Reg. na D.G.C.S. nº 113202 • Depósito legal nº 86157/95

*Resultante de um protocolo outorgado entre o Instituto de Emprego e Formação Profissional, Associação Portuguesa da Indústria da Cerâmica e Associação Industrial da Região do Oeste

Nos próximos dias 13 e 14 de Novembro deste ano, realizar-se-á no Auditório da Expoeste, nas Caldas da Rainha, uma conferência transnacional integrada no projecto do CENCAL aprovado pelo Programa ADAPT, sob o tema "Boas Práticas na Indústria Cerâmica".

Nesta conferência aberta a todos os interessados do sector da indústria cerâmica, participam como oradores especialistas e investigadores nacionais e estrangeiros de diversas áreas, nomeadamente de empresas e organizações com influência no sector. Entre outros confirmaram já a sua presença elementos dos projectos parceiros do CENCAL no ADAPT, nomeadamente da Academia de Kuopio (Finlândia) que virá falar sobre Ecodesign, do AGFOL de Veneto (Itália) que falará sobre Centros de Recursos para a Indústria. Foram também convidados oradores da Escola de Cerâmica de Hohn Grenzausen (Alemanha) para falar sobre a "Evolução Recente na Indústria Cerâmica na Alemanha", Instituto de Prospectiva Tecnológica de Sevilha sobre "Made in Europa",

CENCAL, DIAS 13 E 14 DE NOVEMBRO DE 1998 CONFERÊNCIA ADAPT SOBRE "BOAS PRÁTICAS NA INDÚSTRIA CERÂMICA"

Universidade de Castellon (Espanha) sobre "Ambiente em Cerâmica", CTTC de Limoges (França) sobre "Boas práticas na difusão tecnológica" e elementos de empresas nacionais e estrangeiras sobre novas práticas de relacionamento fornecedores-clientes na cerâmica, produtividade potenciada por sistemas e tecnologias de informação, qualidade e recursos humanos. Técnicos do CENCAL apresentarão comunicações sobre boas práticas de reciclagem e reutilização de materiais e prospectiva estratégica para o sector da cerâmica.

Para participar na Conferência os interessados bastarão contactar o CENCAL.

A INDÚSTRIA CERÂMICA NUM HORIZONTE DE 2010-2015

Um exercício de prospectiva estratégica

O que será a empresa cerâmica portuguesa no ano 2010

ou 2015? Que produtos pro-

duzirá? Para que mercados venderá? Quais serão os hábitos de consumo e de vida do Homem dentro de 15 ou 20 anos? Como executarão as suas tarefas os trabalhadores destas indústrias nesse horizonte? Que tecnologias utilizarão as fábricas desses tempos? O que será o design, o marketing, os processos de Qualidade Total, a logística, a energia, as matérias primas, etc. nesse futuro de médio prazo?

São algumas destas questões que o subdirector da revista Cerâmicas - José Luís de Almeida Silva - pretende equacionar, em termos de diagnóstico, no âmbito dum projecto ADAPT que o CENCAL está a desenvolver e da sua própria investigação de doutoramento em Economia, utilizando as ferramentas da prospectiva estratégica tão em uso em inúmeros países mais avançados, nomeadamente nos Estados Unidos e na Europa. Neste sentido está a levar a cabo reuniões individuais ou grupais com responsáveis ligados directa ou indirectamente ao sector, que tenham visão estratégica da actividade e objectivos globais da indústria cerâmica (mesa e decorativa, revestimentos e pavimentos e estrutural), com vista a descrever as competências exis-

tentes na empresa (técnicas, humanas, comerciais, criativas, financeiras, etc.) a todos os níveis e antecipar os principais desafios e ameaças que se lhes vão colocar a médio prazo 10/15 anos.

Como defende um dos gurus da prospectiva estratégica, Michel Godet, "todos os que pretendem prever ou prever o futuro são impostores, pois o futuro não está escrito em parte nenhuma, está é por fazer", isto significa, que será pelo aprofundamento dos conhecimentos dos protagonistas empresariais que estão colocados no terreno, armados de ferramentas de análise pro-activa e agindo consequentemente, poderão construir um futuro desejável para as respectivas empresas ou evitando os cenários mais desfavoráveis que se poderão percepcionar, ou como ainda diz o mesmo estratega "o futuro não está escrito, está por fazer".

Como também referem outros especialistas nestas matérias de outros quadrantes - Ronald Heifetz e Donald Laurie (Harvard Business Review, Jan-Fev/97) "os líderes não têm necessidade

de saber todas as respostas. Necessitam principalmente de saber colocar as boas questões", afirmação que constitui uma boa ajuda para os empresários e seus colaboradores mais directos portugueses que queiram estar disponíveis alguns momentos para reflectir sobre a sua actuação e sobre o futuro.

Outros conhecidos estudiosos das questões da gestão da Escola Americana - Gary Hamel e C. K. Prahalad - afirmam igualmente que "para criar o futuro, as empresas devem primeiro serem capazes de o imaginar", isto é, utilizar os seus conhecimentos para ver mais longe, não esquecendo que muitas vezes algumas árvores (alguns problemas menores e momentâneos) poderão esconder a floresta.

Como diz Michael Hammer "as principais perguntas [que terá de equacionar] são as que você nunca pensou em perguntar antes

e as informações mais importantes são as que você não tem e nunca pensou que precisaria", pelo que no final poderá sentir-se reconfortado por ter encontrado uma linha lógica de condução da sua actuação normal que nunca havia estruturado.

Este trabalho foi iniciado em meados de 1998, tendo até este momento já sido ouvidos mais de uma centena de pessoas e continuará pelos meses mais próximos, com vista a serem desenhados até ao final de 1999 cenários antecipativos para o sector.

(Nota - As pessoas interessadas em dar o seu contributo ao nível do conhecimento que têm do sector, e que não foram ainda contactadas, devem manifestar esse interesse para o secretariado do CENCAL.)

CONCURSO JOVEM DESIGNER NA SUA 13ª EDIÇÃO DEDICADO AO PRÓXIMO MILÉNIO



Está a decorrer, no momento em que encerramos a última edição (dupla) da revista Cerâmicas, a 13ª edição do Concurso Jovem Designer, este ano dedicado ao tema "CAFE MILLENNIUM - IDENTIDADE PARA LUGARES PÚBLICOS DE ENCONTRO", sob a direcção do designer finlandês Tapio Yli-Viikari, da Universidade de Arte e Design de Helsínquia.

Como habitualmente foram seleccionados várias dezenas de jovens designers nas mais variadas tecnologias (cerâmica, madeira, vidro, plástico, metal, têxtil, pedra) para realizarem protótipos sob o tema referido, em ateliers/cursos de formação inovadores

que decorreram em vários centros de formação, entre os quais o CENCAL, de projectos de design realizados nas suas escolas de origem, com o objectivo de terem contacto directo com os problemas a que a produção das suas peças está sujeita e, desta forma, aproximarem-se pedagogicamente à indústria. Pela primeira vez desde 1986 o concurso reuniu número tão elevado de tecnologias e escolas com cursos superiores de design, entre as quais Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa, ESTGAD das Caldas da Rainha, ESAD de Matosinhos e da FRES, Universidade Lusófona, Universidade Lusíada, Faculdade de Arquitectura de Lisboa e GITEC do Porto.

A ideia subjacente ao tema lançado pelo designer finlandês, que anteriormente foi designer da ARABIA e já liderou o concurso Jovem Designer numa edição anterior, é de criar elementos para um lugar comum, café/restaurante que reflecta as mudanças de estilo de vida que encontramos a caminho do século XXI.

As enormes mudanças ocorridas nas tecnologias de informação e comunicação, as redes globais das indústrias de lazer e de viagens mudaram a maneira como nos identificamos. Os designers lidam com ideias, mas também lidam com a mente das pessoas, como um mundo de sonhos, memórias e valências.

No texto elaborado pelo designer finlandês para o concurso deste ano podia ler-se também: "Nós agimos e comunicamos através de coisas que estão à nossa volta. A linguagem das coisas que usamos é uma maneira indirecta de nos expressarmos, há objectos que fazem parte da nossa própria identidade. As



coisas que nos envolvem reflectem a nossa cultura. Prédios, interiores, mobiliário, louça de mesa, até pequenos pormenores contam como somos. As decisões que fazemos quando escolhemos as nossas coisas reflectem a nossa per-

cultural é uma realidade na nossa sociedade pós-moderna".

De acordo com os termos deste concurso, antes dos jovens designers haverem sido seleccionados para a execução dos protótipos nos vários pontos do país, fo-



sonalidade. As nossas associações inconscientes de espaço, forma e superfícies são essenciais. Como designers temos que entender as mensagens da forma e as diferenças na qualidade das superfícies e nos pormenores."

Respondendo a uma pergunta própria sobre a época em que vivemos, Tapio Yli-Viikari defende que "a Época é uma experiência subjectiva, mas reflecte o espírito colectivo. As expectativas que temos ao chegarmos ao novo milénio são de grandes mudanças. O estilo de vida é cada vez mais internacional, mas parece haver grande interesse em determinadas especificidades locais. Originalidade é um valor importante para o indivíduo. A assimilação

ram condicionados a criar:

1. Um "menu" de 4 páginas A5 que representa a identidade do lugar criado, isto é, deve reflectir o respectivo conceito para este lugar privilegiado de encontro do Milénio. É evidente que os objectos têm de servir esses objectivos. Este local apesar de se chamar café pode ser um local onde não se coma nem se beba; a preocupação de cada designer deve estar em contrariar a tendência de individualismo que nos trouxeram as novas tecnologias como a Televisão, a INTERNET, etc.. Por exemplo, pode ser que achem que é a música ou outra actividade o melhor menu para o encontro de pessoas.
2. Elementos à escolha de cada designer: os objectos a conceber podem ser mobiliário, louça de mesa, têxteis, etc., acessórios que façam deste local um espaço agradável e funcional. Os materiais que podem ser usados são: a cerâmica, o vidro, os plásticos, a madeira, os metais, os têxteis e a pedra. Fazer a apresentação dos objectos em desenho e escrever uma memória do conceito, função e métodos de produção dos objectos planeados.

No final do ano serão apresentados em exposição a realizar em Lisboa os resultados do concurso, com os protótipos nos vários materiais. Posteriormente serão organizadas várias exposições no país e no estrangeiro e será editado um catálogo.

CENCAL ministra formação em olaria no estabelecimento prisional de Paços de Ferreira

No seguimento de uma experiência que decorreu em 1997/98, o CENCAL foi a entidade seleccionada para em regime de prestação de serviços, ministrar novamente um curso de olaria no estabelecimento prisional de Paços de Ferreira.



Comparação de práticas na formação cerâmica



Hall da Escola "Fachschule fuer Keramik und Offenbau" - Áustria.

No quadro do programa Leonardo, o CENCAL participa num projecto que decorre de Dezembro de 1996 a Dezembro de 1999 intitulado "Cerâmica: Culturas profissionais e práticas inovadoras de formação", com parceiros Austríacos e Franceses.

Os objectivos são cruzar e comparar as técnicas pedagógicas e profissionais e os sistemas de formação de cada país, bem como testar e experimentar módulos inovadores de formação e utensílios de avaliação de competências construídos em comum. Neste âmbito, tiveram já lugar visitas de estudo que incluíram formadores a França (Aubagne, região de Marselha) e Áustria (Stoob, centro cerâmico na Áustria). Em Outubro, visitarão o CENCAL formadores destes dois países e serão apresentados por cada país módulos de formação, na perspectiva da sua adopção pelas outras escolas participantes.



Observando a construção de uma lareira em cerâmica, na Escola Cerâmica de Stoob.

A ESSÊNCIA DO COMÉRCIO

Fernando Pessoa

O Marketing estratégico da cerâmica segundo Fernando Pessoa

Aqui há anos, antes da Grande Guerra, correu nos meios ingleses, como exemplo demonstrativo da insinuação comercial alemã, a notícia do caso curioso das "taças para ovos" (egg-cups) que se vendiam na Índia.

O inglês costuma comer os ovos, a que nós chamamos "quentes", não em copos e partidos, mas em pequenas taças de louça, do feitio de meio ovo, e em que o ovo portanto entra até metade: partem a extremidade livre ao ovo e comem-no assim, com uma colher de chá, depois de lhe ter deitado sal e pimenta. Na Índia, colónia britânica, assim se comiam, e naturalmente ainda se comem os "ovos quentes". Como é de supor, eram casas inglesas as que, por tradição aparentemente inquebrável, exportavam para a Índia as taças para este fim.

Sucedeu, porém, que, alguns anos antes da Guerra, as firmas inglesas exportadoras deste artigo notaram que a procura dele na Índia decrescera quase até zero. Estranharam o facto, buscaram saber a causa, e não tardou que descobrissem que estavam sendo batidas por casas exportadoras alemãs, que vendiam idêntico artigo ao mesmo preço.

Se as casas alemãs houvessem entrado no mercado indiano com o artigo a preços mais baixos, sem dúvida que os agentes exportadores ingleses teriam advertido estes sem demora. Mas, como o preço era igual, e a qualidade igual também, não era necessário o aviso; nem houve receio senão

Fernando Pessoa foi um homem do marketing "avant la lettre".

Numa ocasião em que palavras como

segmentação de mercados ou

marketing

mix não existiam,

Pessoa fala no "dever

que o comerciante tem de

estudar um a um os

agrupamentos humanos a

que se destinam os seus

artigos". Salienta a importância

da segmentação psicográfica e

chama a atenção para os

factores socio-culturais.

Foca os 4P's do marketing mix

mais de 20 anos antes do modelo ter

sido desenvolvido na Universidade de Harvard.

Na política de produto parte dum exemplo da concorrência de firmas

cerâmicas alemãs a firmas inglesas no marketing de taças para ovos

em mercados internacionais, concretamente na Índia. Justifica que o

preço não é o custo+margem, como nos ensinam as modernas

abordagens de pricing. Os seus conselhos aos "comerciantes que

usam a cabeça para fins mais interiores que a colocação do "chapéu"

são ainda hoje actuais. Por isso aqui deixamos a sua excelente prosa.



quando se verificou que havia razão para mais que receio - isto é, quando se verificou que, nestas condições de duvidosa vantagem para um novo concorrente, o artigo alemão vencera

por completo.

Feita a averiguação ansiosa da causa deste mistério, não tardou que se descobrisse. Os ovos das galinhas indianas eram e - naturalmente ainda são -

ligeiramente maiores que os das galinhas da Europa, ou, pelo menos, das da Grã-Bretanha. Os fabricantes ingleses exportavam as taças de tipo único que produziam para o consumo doméstico. Essas taças, evidentemente, serviam de um modo imperfeito os ovos das galinhas da Índia. Os alemães notaram isto, e fizeram as taças ligeiramente maiores, próprias para receber esses ovos. Não tinham que alterar qualidade (podiam, até, baixá-la), nem que diminuir preço: tinham certa vitória por o que em linguagem científica se chama adaptação ao meio. Tinham resolvido, na Índia e para si, o problema de comer o ovo de Colombo.

Esta história, em aparência tão simples, encerra um ensinamento que todo o comerciante, que o não seja simplesmente por brincar às vendas, devia tomar a peito, compreender na sua essência. Um comerciante, qualquer que seja, não é mais que um servidor público; e recebe uma paga, a que chama o seu "lucro", pela prestação desse serviço. Ora toda a gente que serve deve, parece-nos, buscar agradar a quem serve.

Para isso é preciso estudar a quem se serve - mas estudá-lo sem preconceitos nem antecipações; partindo, não do princípio de que os outros pensam como nós, ou devem pensar como nós - porque em geral não pensam como nós - mas do princípio de que, se queremos servir os outros (para lucrar com isso ou não), nós é que devemos pensar como eles: o que temos que ver é como é que é que eles efectivamente pensam, e não como é que nos seria agradável ou conveniente que eles pensassem.

Nada revela mais uma incapacidade fundamental para o exercício do comércio que o hábito de concluir o que os outros querem sem estudar os outros, fechando-nos no gabinete da nossa própria cabeça, e esquecendo que os olhos e os ouvidos - os sentidos, enfim - é que fornecem os elementos que o nosso cérebro há-de

elaborar, para com essa colaboração formar a nossa experiência.

O estudo do público, isto é, dos mercados, é de três ordens - económico, psicológico e propriamente social. Isto é, para entrar num mercado seja doméstico ou estrangeiro, é preciso saber as condições de aceitação económica do artigo, e aquelas em que trabalha, e em que oferece, a concorrência: conhecer a índole dos compradores, para, à parte de questões de preço, saber qual a melhor forma de apresentar, de distribuir e de reclamar o artigo: averiguar quais são as circunstâncias especiais, se as houver, que, de ordem profunda e social ou política, ou superficial e de moda ou de momento, obrigam a determinadas correcções no resultado dos dois estudos anteriores.



É espantoso - não: é pavoroso - o número de comerciantes que cotam (1) para um mercado, estrangeiro e até nacional, espontaneamente ou solicitados, sem averiguar se não estarão cotando um preço que seja um disparate de tal ordem que os desqualifique intelectualmente - e a desqualificação intelectual é por vezes pior que a moral - no espírito dos que recebem a oferta.

Quando um comerciante, que use a cabeça para fins mais interiores que a colocação do chapéu, verifica que lhe é impossível cotar convenientemente para certo mercado, deve responder a um pedido de cotação que, dadas estas ou aquelas circunstâncias, não pode cotar neste momento: ou que oferece a um preço mais alto que o do mercado (mas mostra que conhece o preço do mercado), porém que o artigo, se é mais caro, é porque é melhor: ou que, por não ter nesse momento disponível senão um tipo desse artigo, não pode cotar senão em determinadas condições.

A maioria dos comerciantes - sim, e infelizmente, a maioria - não faz isto, nem nada que disto se aproxime. Cota um preço, porque esse preço lhe dá certo lucro e não olha a mais. Não lhe passa pela cabeça sequer, que é preciso, às vezes, não cotar com lucro, sendo essa ausência de lucro uma autêntica despesa de publicidade. E porque não lhe passa isto pela cabeça? Porque vive só no presente, e tem casa comercial sem amanhã.

Porque não pensa que, mesmo quando se não possa cotar convenientemente, se deve atrair convenientemente; e que a demonstração de inteligência e de estudo das conveniências e necessidades alheias é uma demonstração da posição sobre os ombros de uma cabeça que contém miolos.

O estudo psicológico do mercado é também importante, mas, ao passo que o seu estudo económico é essencial e fundamental em qualquer género de comércio, é o comércio de retalho, e as formas do outro comércio (de origem directamente industrial) que com

ele têm semelhança, que mais têm que atender a este elemento. A maneira de fabricar, de apresentar, de distribuir e de reclamar um artigo varia conforme a índole geral dos indivíduos que compõem o mercado onde se pretende vendê-lo. Num meio de gente educada as condições são diferentes, para todos estes casos, do que num meio de analfabetos. Um meio provinciano - educado ou não - tem uma psicologia distinta da de um meio de cidade.

O modo de encarar a vida, ou, pelo menos, certos aspectos da vida, varia de país para país, de região para região. A humanidade, sem dúvida, é a mesma em toda a parte. Sucedem, porém, que em toda a parte é diferente. É a mesma nas coisas essenciais, nos sentimentos fundamentais; mas as mais das vezes, não são as coisas realmente essenciais que ela tem por essenciais, nem os sentimentos fundamentais que a preocupam como fundamentais. Em todos os tempos, em todas as terras, é o local, o superficial, o ocasional o que mais tem preocupado a humanidade. Ora é ao que mais preocupa a humanidade, e constitui portanto as suas necessidades, que o comércio essencialmente se dirige. E é por isso que o comerciante que deveras o seja, tem para consigo mesmo o dever de estudar psicologicamente, e um a um, os agrupamentos humanos a que se destinam os seus artigos.

O estudo propriamente social do meio, é aparentado com o seu estudo psicológico, mas, ao mesmo tempo, distinto dele. O estudo psicológico tem por objecto a mentalidade típica dos componentes de um determinado meio comercial: o estudo propriamente social tem por objecto



os hábitos puramente exteriores, as convenções, permanentes ou de acaso (e a estas últimas chamam-se modas), e os caprichos incaracterísticos

desses mesmos indivíduos. É claro que esses hábitos e essas convenções formam parte da índole dessa gente: mas é uma parte "externa", que não pode ser adivinhada através de um estudo cuidadoso dos indivíduos, mas tem que ser conhecida; mais propriamente, através do estudo do meio em que eles vivem, considerado como destacado deles.

Suponhamos que temos que introduzir determinado artigo em Itália. Nem para todos os artigos se dará - mas sem dúvida haverá alguns para cuja colocação importe considerar (à parte as circunstâncias económicas, de que não estamos agora tratando) o italiano como italiano: o italiano como romano, veneziano, genovês, etc; o italiano como governado pelo regime fascista;

o italiano como crescentemente detestador da França: e assim indefinida, mas ao mesmo tempo, muito definitivamente.

Um industrial, que inventasse e produzisse um tipo de whisky novo, bom e barato, teria um mercado certo nas ilhas britânicas; mas, se tivesse a lembrança de ornar as garrafas desse líquido de um rótulo com a bandeira daquele império, não deveria admirar-se de ver a maioria dos habitantes do Estado Livre da Irlanda impôr-se o horroroso sacrifício de o não beber. O produto estava psicologicamente certo para esse meio, mas estava "socialmente" errado. Parece-nos que, assim transmitimos claramente ao leitor a ideia da distinção entre o critério psicológico, e o por assim dizer, sociológico no estudo comercial dos mercados.



(1) Fixar a taxa; indicar os preços correntes das mercadorias.

Um novo modelo de empresa

SISTEMAS DE PRODUÇÃO E DE ORGANIZAÇÃO EMERGENTES NOS SECTORES TRADICIONAIS

O caso da Cerâmica versus a experiência de Uddevalla (*"sistema de produção reflexivo ou neo-artesanal"*)*

José Luis de Almeida Silva

Este texto resulta duma comunicação apresentada na Conferência Internacional "Networks in Ceramics" realizada em Helsínquia, no Verão de 1996. Tenta o autor resumir neste documento os aspectos essenciais da sua dissertação final de Mestrado em Economia e Gestão de Ciência e Tecnologia, que concretizou no ISEG/UTL. Dado o interesse que se julga ter para o sector, o CENCAL editou-a em 1997, no âmbito dum projecto do PEDIP, num volume que é vendido pelo CENCAL, intitulado "CERÂMICA - UM CASO PARADIGMÁTICO DA "HUMANUFACTURA"? - Para uma "visão" das flexibilidades nas empresas e das organizações qualificantes". Se estiver interessado em adquirir este livro poderá pedi-lo para o CENCAL em formulário próprio que encontrara nesta revista.

Arte e técnica sob a égide da inteligência humana

Dizia Camilo José Cela, o consagrado escritor galego, Nobel da Literatura de há alguns anos, que "o segredo da arte cerâmica fundamenta-se em adivinhar a dor do fogo incidindo sobre os mil nervos de barro que ainda não é ânfora e sim só o pulsar em que se anima o sentimento adivinhado. Ninguém duvida que, no dizer de Paracelso, a arte e a ciência devem brotar do amor para serem perfeitos."

A cerâmica tem hoje uma diversidade de abordagens que vão desde uma visão mais tradicional, construída à roda do artesanato, a uma visão utilitária, ligada à cerâmica de uso doméstico ou decorativo, ou mais recentemente, à sua utilização nas indústrias avançadas, como material insubstituível pelas suas características próprias.

A cerâmica foi uma das primeiras técnicas dominadas pelo homem, perdendo-se a sua origem no alvorecer da história, sendo igualmente hoje um dos materiais alvo das mais profundas investigações e que estão a permitir o desenvolvimento de materiais mais avançados, utilizados em sectores tão diversos como a astronáutica, indústria automóvel, informática, onde os equipamentos exigem materiais com

grande rigor, capacidade de resistência térmica e outras, etc..

Daí que a atenção do mundo económico tenha aumentado em relação a este material, que, para além de ser um simples produto ou artefacto do homem, e num nível superior, entendido como obra de arte ou de design, se transformou também num material de utilização bastante sofisticado com propriedades fora do vulgar que se sobrepõe, com vantagens, a muitos dos outros materiais antes muito usados.

Contudo, as nossas observações vão dirigir-se especialmente para o sector da cerâmica de mesa e decorativa, que tem bastante importância a nível económico no meu país, bem como noutros países europeus e, que hoje está a sofrer de graves dificuldades em função da crescente perda de competitividade com as produções provenientes de outros países de mão-de-obra mais barata, nomeadamente do Extremo Oriente/Pacífico e, mais recentemente, dos países do Leste da Europa.

Penso que esta discussão tem todo o cabimento aqui e, com crescente importância, no país onde nos encontramos, em que o sector parece estar também a atravessar uma importante crise concorrencial.

Na minha opinião, não se deve entender o sector da cerâmica como inviável nos países de mão-de-obra mais cara, em que se aposta como solução para os problemas a deslocalização das unidades produtivas para os países onde os factores sejam mais baratos e as matérias

primas sejam abundantes.

Não sendo ainda hoje a componente tecnológica determinante neste subsector (é possível adquirir, instalar e operar com os novos equipamentos em qualquer parte do mundo), apesar das inovações dos últimos 20 anos, a própria especificidade do produto final e o custo das matérias-primas não obriga a uma alteração repentina dos layouts da produção. A maioria das empresas internacionais que lideram o mercado têm introduzido gradualmente esses equipamentos, incidindo os elementos diferenciadores e concorrenciais mais ao nível dos elementos integrantes da flexibilidade da gestão (design, marketing, qualidade, gestão de stocks, etc.).

A nível do meu país, esta evolução tem sido ainda mais lenta e cautelosa, por um lado, por envolverem investimentos importantes, e por outro, por não existir uma mão de obra suficientemente qualificada que permita acompanhar a evolução tecnológica, organizacional e das técnicas de gestão. O subsector ainda deverá ter por algum tempo, em Portugal, vantagens comparativas em relação a parte dos seus concorrentes mais próximos, devido ao diferencial de custo da mão-de-obra (cada vez menor) em relação aos países mais desenvolvidos, proximidade de alguns mercados, pontualidade no cumprimento de prazos e mesmo destreza e aptidões inatas da mão-de-obra nalgumas produções. Contudo, estas vantagens estão a ser postas em causa rapidamente e, caso não seja alterado o actual panorama, poderão provocar uma crise irreversível.

Novos modelos

de produção e de organização do trabalho

No último quarto deste século têm emergido nalguns sectores industriais mais avançados e/ou de capital intensivo, como o automóvel, a electrónica, etc., novos sistemas de produção, de organização do trabalho e da empresa, construído em redor dum conceito chave que é a produção flexível, personalizada, isto é, orientada para o cliente concreto, rompendo com conceitos existentes desde a Revolução Industrial, do taylorismo e do fordismo, assentes na parcelização das tarefas, na produção em massa, cada vez mais automatizada.

Depois dum longo período em que os recursos pareciam inesgotáveis, pelo menos para alguns que representavam as ideologias dominantes e, face aos crescentes problemas resultantes das agressões aos equilíbrios ecológicos e desse esgotamento, emergiram, no Japão, novos sistemas de produção assentes na gestão racional de todos os recursos numa perspectiva "magra". Isto queria dizer, na visão norte-americana de WOMACK, JONES e ROOS¹, utilizar-se "menos de tudo o que era necessário até agora para a produção de massa - menos metade do esforço na fábrica, do espaço, do investimento nas máquinas, das horas de concepção para "sair" um novo produto, exigindo stocks largamente inferiores aos necessários para a produção de massa, gerando menos defeitos e favorecendo a produção duma

variedade cada vez maior de produtos".

Esta nova "filosofia" de produção assenta na optimização dos processos flexíveis de produção e baseia-se na exploração máxima das técnicas de "just-in-time", redução do trabalho indirecto e responsabilização dos trabalhadores no controlo da qualidade ("qualidade total") e na melhoria contínua do processo produtivo.

Contudo este sistema provoca nos principais protagonistas do processo - os trabalhadores - efeitos que põem em causa o modelo, provocando, de forma mais ou menos rápida, uma insatisfação e alheamento crescentes, uma vez que se esgota a motivação e a capacidade de gerar incentivos, fomentando novos problemas de carácter existencial para as pessoas.

Daí que tenham sido ensaiadas novas experiências centradas no trabalhador e, numa visão mais pragmática, também no consumidor final, elegendo-os como o centro de todo o processo, integrados numa sociedade mais interveniente e solidária.

São as experiências especialmente desenvolvidas nos países mais avançados socialmente, nomeadamente nos países nórdicos, que, por muito marginais que sejam consideradas, têm servido de modelo para algumas melhorias nos sistemas ora dominantes, baseados nas guerras das competitividades absolutas das empresas.

Não admira, porém, que este último modelo se reveja nos processos artesanais de trabalho, em que o executante sabia e fazia todas as tarefas à medida do cliente. Por isso, este sistema emergente, desenvolvido precursoramente em Uddevalla pela Volvo, é também conhecido por "neoartesanal" ("neo craft") ou de "produção reflexiva" ("reflexive production").

Em meu entender, este é o sistema de produção e de organização do trabalho, que melhor se ajustará a esta filosofia e particularmente que se poderá (deverá) aplicar ao subsector da cerâmica de mesa e decorativa no médio/longo prazo.

Esta nova concepção foi também denominada por alguns investigadores de "human-centered postlean production"², como resposta estratégica às dificuldades potenciais sentidas nos concorrentes europeus e que são sintetizadas por Jacques DELORS, anterior Presidente da Comissão Europeia, numa conversa/entrevista que teve com o Vice-Ministro dos Negócios Estrangeiros da Suécia, Pierre SCHORI, publicada num jornal norte-americano³.

Na sua opinião, depois de enumerar os principais problemas que atingem os países europeus (dificuldades no desenvolvimento económico, crescente criminalidade, abuso das drogas, exclusão social, crime juvenil, etc.) refere que são enormes os desafios que se nos põem com vista a conservar as nossas diferenças. "Com a sua cultura e modelo social, afirma Delors, a Europa tem todos os requisitos para resolver os problemas de uma forma humana e civilizada. Os outros dois modelos, julgo eu, vão explodir na cara desta revolução tecnocultural. O modelo japonês vai explodir porque os japoneses não vão poder manter o seu paternalismo e, economicamente, não poderão garantir que toda a gente possa ficar na mesma empresa durante toda a

vida. Nos EUA, o tipo de crueldade social aceite, representada pela concorrência frenética entre os indivíduos, vai conduzir a crescente violência nas cidades. Não pode continuar. Continuo a achar não que sejamos melhores que os outros mas que o nosso modelo e a nossa herança histórica nos permitem encontrar melhores soluções."

Neste modelo, são destacadas quatro particularidades fundamentais:

- Integração do trabalho de produção em massa, monótono e bastante subdividido, em funções holísticas e mais dignificadas;
- Claro desenvolvimento dum ambiente de trabalho físico, especialmente nos aspectos ergonómicos dos postos de trabalho manuais, com o objectivo de combater os prejuízos dos trabalhos duros e repetitivos;
- Esforço para tornar os sistemas de trabalho menos rígidos e mais adaptados às necessidades humanas mais diversificadas;
- Alto grau de envolvimento dos sindicatos e representantes dos trabalhadores na tomada de decisões e no processo de planeamento como parceiros independentes com interesses legítimos na própria empresa.

Será a cerâmica sensível a estas questões? Os trabalhadores do sector irão aceitar continuar a fazer repetidamente os mesmos gestos e a produzir as mesmas coisas em quantidades massivas. Esta discussão dos novos modelos de produção parece ainda fora das preocupações da maioria dos países europeus, como das próprias pessoas ligadas ao sector da cerâmica, podendo vir a colocar-se a médio prazo. Não será por isso que devemos deixar de nos interrogar sobre elas e problematizá-las na nossa realidade. Mas é este esforço de inovação organizacional que as "tensões criadoras", na definição de SENGE, irão emergir no trabalhador consciente que quer crescer e aprender com e na empresa.

Apesar das críticas que referimos antes ao modelo japonês, SENGE na sua principal obra⁴ refere um caso interessante duma fábrica cerâmica (cerâmicas técnicas) japonesa, onde foram realizadas transformações radicais ao nível organizacional, que vão no sentido do que afirmámos anteriormente. Depois de explicar que "centrar sobre a aprendizagem individual dos membros duma organização implica uma maneira de pensar radicalmente nova da parte dos seus dirigentes", facto compreendido pelo fundador e presidente da Kyocera, a principal empresa mundial de cerâmica avançada, Kazuo INAMORI, estabeleceu a seguinte filosofia para o seu grupo:

"Quer se trate de investigação & desenvolvimento, da gestão ou de qualquer outro aspecto da vida da empresa, a força viva das organizações são os homens. Eles têm a sua própria vontade, o seu espírito próprio e os seus pensamentos. Se os empregados não estiverem suficientemente motivados para cumprir os desafios do crescimento, da produtividade e do desenvolvimento tecnológico... não haverá, muito simplesmente, nem crescimento, nem ganhos de produtividade, nem desenvolvimento tecnológico." A utilização de todo o potencial dos indivíduos passará, segundo INAMORI, "por uma compreensão nova do subconsciente, da vontade e dos actos de coração... e do desejo sincero de ser útil aos seus semelhantes".

Profundamente marcado pelas tradições japonesas, o patrão da Kyocera ensinava aos seus empregados a introspecção na pesquisa permanente da perfeição, tal como é sublinhado na divisa da empresa: "Respeita o céu e ama as pessoas". Em contrapartida, INAMORI está convencido que o primeiro papel do gestor consiste em "promover o bem-estar material e espiritual dos seus trabalhadores".

Não admira assim, que seja domínio da formação da mão-de-obra, a todos os níveis, há que dar prioridade, pois será a maneira de permitir a modernização e o ajustamento ao mercado. Não será tarefa fácil nem rápida, uma vez que se parte com bastante atraso em relação aos concorrentes e que a competitividade é reduzida em relação aos países de baixo custo da mão-de-obra, para além da falta de motivação e de consciência daquelas necessidades.

É irónico que aos propósitos utópicos das várias religiões e, depois, dos próprios marxistas, em "criarem" o Homem Novo, surja da parte dos "gurus" da gestão a ideia de criar, também, o seu Homem Novo, inovador, solidário na sua organização, motivado, dialogante, com sentido crítico e com a consciência permanente do velho princípio socrático de "que só sabemos que nada sabemos" ou, no dizer de SENGE, "quanto mais aprendemos, mais temos consciência das nossas lacunas"⁵.

A felicidade dos trabalhadores, ou a procura do "good work", como era encarada no projecto de Uddevalla, passará a ser o objectivo comum de todos, sejam colarinhos brancos ou azuis, pessoal com responsabilidade na alta gestão ou nos ateliers, dentro duma perspectiva idêntica à do director do projecto Twingo da Renault: "No meu projecto, eu vejo actores e não factores"⁶.

Caldas da Rainha, Junho 1996

* Apresentado na Conferência Internacional "Networks in Ceramics '96", Helsinquia, Junho 1996

¹ WOMACK, James P., JONES, Daniel T. e ROOS, Daniel, *The Machine that Changed the World*, New York, Rawson Associates, 1990 (p. 25)

² BERGGREN, Christian, "The Volvo Experience - Alternatives to Lean Production in the Swedish Auto Industry", Wiltshire (RU), Antony Rowe, Ltd., 1994

³ Delors lança "revolução cultural", L.A. Times Syndicate, transcrito pelo Expresso, 19/11/94

⁴ SENGE, Peter, *La Cinquième Discipline - L'art et la Manière des Organisations qui apprennent*, Paris, First, 1991

⁵ SENGE, Peter, *La Cinquième Discipline - L'art et la Manière des Organisations qui apprennent*, Paris, First, 1991

⁶ MIDLER, Christophe, *L'auto qui n'existait pas - Management des projets et transformation de l'entreprise*, Paris, InterEditions, 1994

cerâmica

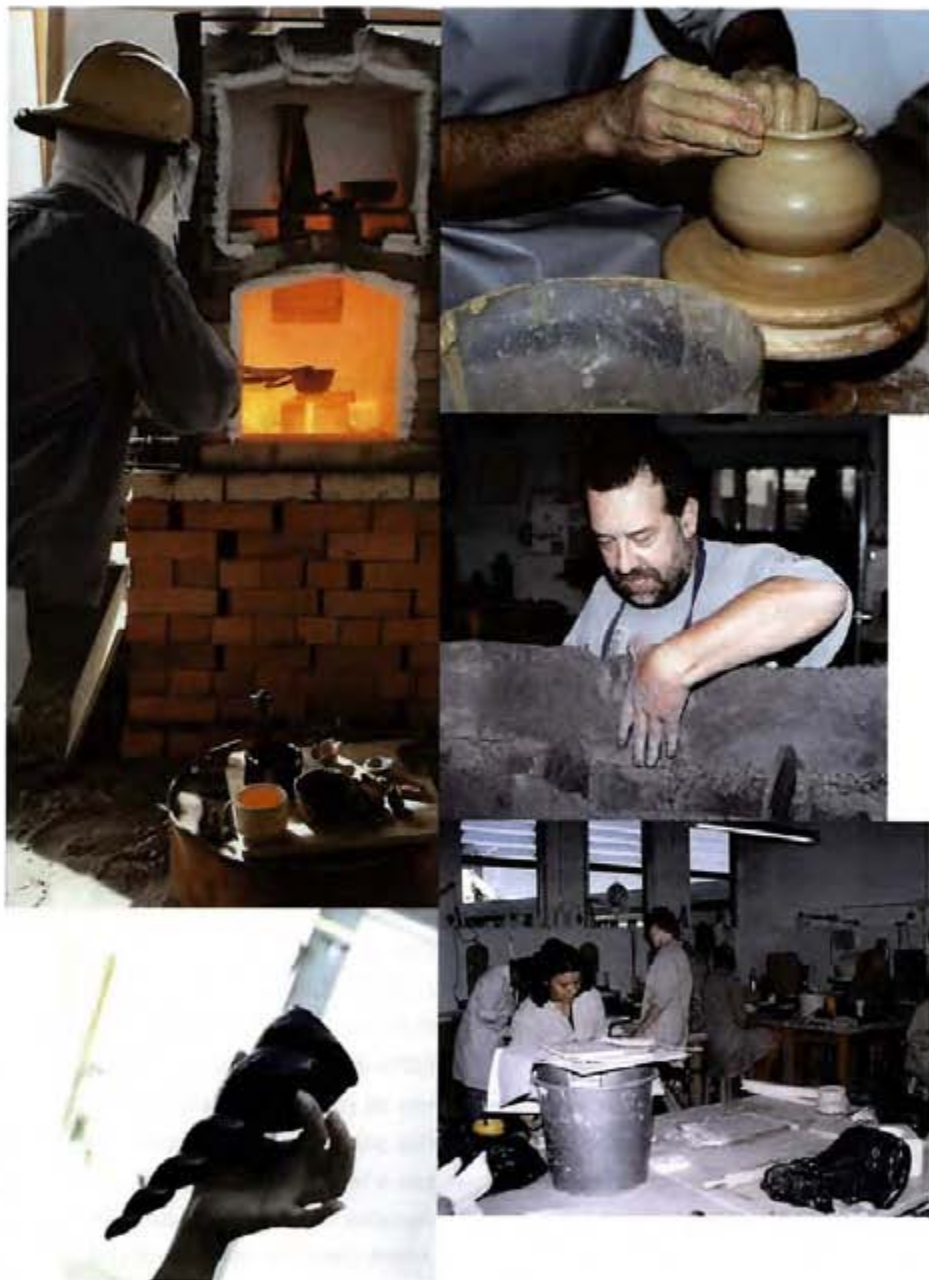


caldas

CERÂMICA CALDAS - 97 UM ACONTECIMENTO PARA A CERÂMICA

No ano transacto decorreram nas Caldas da Rainha várias actividades no âmbito do certame "Cerâmica Caldas/97", numa organização conjunta de várias instituições caldenses, entre as quais o CENCAL, o Museu de Cerâmica, a Câmara Municipal, o Museu da Fábrica Bordalo Pinheiro e o Museu da SECLA. A fim de divulgarmos mais profundamente a iniciativa pedimos às várias entidades participantes que nos enviassem textos com o relato dos trabalhos que desenvolveram.

Das actividades lideradas pelo CENCAL destacamos o Festival "TERRA (LAND) • MEMÓRIA • TERRA (CLAY)" que compreendeu Workshops de Raku com o ceramista japonês SENYA SONOBE, a construção dum Espaço escultórico "Terra • Memória • Terra" dirigido pelos ceramistas Xohan Viqueira (Manises - Espanha), Emidio Galassi (Faenza - Itália) e Herculano Elias e Rui Ribas (Caldas da Rainha - Portugal) e o "CERDESIGN - ATELIER DESIGN EUROPA / EUROPA JOVEM" - "MERCADO ESPANHOL" com a participação conjunta de jovens designers portugueses e das conceituadas



escolas europeias de design:

- University of Art and Design - Helsinki
- UIAM - Department of Ceramic and Glass Design (FINLÂNDIA)
- Staffordshire University - School of De-

sign and Ceramics - Stoke-on-Trent (REINO UNIDO)

- Dansk Design Uddannelse/College of Danish Design - Kolding (DINAMARCA)



Genya Sonobe

No primeiro workshop dedicado ao RAKU dirigido pelo ceramista japonês Genya Sonobe, foram utilizadas as mais ancestrais técnicas, sendo produzidas peças que significam os fenómenos naturais ligados à terra, água, fogo e ar, o que permitiu a aprendizagem feita pelos ceramistas portugueses ao longo da duração do workshop destas técnicas. Este workshop que despertou o maior interesse e contou com a participação de cerca de duas dezenas de ceramistas nacionais, a que se juntaram um espanhol e um moçambicano, permitiu a realização de interessantes peças e o contacto com uma técnica muito particular e bastante diferente do raku feita na Europa sob a inspiração dos ceramistas norte-americanos.

Durante o workshop foi construído um forno especialmente destinado aos trabalhos em raku, tendo sido utilizados barros locais, bem como vidrados e outras matérias primas.

O segundo workshop dirigido por Xohan Viqueira (Manises - Espanha), Emidio Galassi (Faenza-Itália), Herculano Elias e Rui Ribas (Caldas da Rainha - Portugal) contou com a participação de jovens ceramistas de Portugal e Espanha, permitiu a construção de quatro espaços es-

cultóricos para implantar num espaço urbano da cidade, que perpetue o tema "TERRA • MEMÓRIA • TERRA" associado à água.

Estes espaços devem significar os motivos ligados à fundação da cidade que ocorreu a partir da "terra" da água termal e a fraternidade que sempre esteve ligada desde a origem ou como terra de asilo. Durante três semanas foram realizadas várias peças escultóricas utilizando técnicas variadas, permitindo aos participantes o domínio de materiais diversos.

Finalmente no "CERDESIGN - ATELIER DESIGN EUROPA / EUROPA JOVEM" - "MERCADO ESPANHOL" cerca de três dezenas de jovens designers de vários países realizaram trabalhos sob o tema "A Vida na Praia", integrados no habitual concurso de Jovem Designer, este ano dirigido pelo designer catalão Jorge Pensi. Os trabalhos deste concurso foram apresentados no passado mês de Fevereiro na Sociedade Nacional de Belas Artes de Lisboa.



Xohan Viqueira

Emídio Galassi



Entre outras actividades realizaram-se na Galeria Municipal várias exposições, nomeadamente uma exposição com os resultados dos workshops que decorreram no CENCAL, uma exposição Didáctica de Olaria organizada por Mestre Herculano Elias, e uma Exposição "50 anos de cerâmica" sobre a obra do ceramista caldense Armando Correia.

Por ocasião do workshop sobre RAKU o CENCAL e a Associação PH organizaram uma Conferência que decorreu com muito interesse na Esplanada do Parque D. Carlos I - PÓPULUS - sobre a Cultura Japonesa e as Relações com a Cultura Portuguesa vistas por uma portuguesa, feita por SONIA MARINA TAKEISHI ITO, que era a tradutora do ceramista japonês.

Sónia Ito é uma portuguesa, licenciada em Arqueologia e Antropologia Japonesa pela Universidade de Nagan e pós-graduada pela Universidade Western Australia, radicada há cerca de 15 anos naquela país onde dirige um programa radiofónico Nagoya ZIP-FM Show.

Na sua conferência foram apresentados aspectos interessantes da vida numa civilização tão afastada da nossa mas, ao mesmo tempo, que manteve e mantém laços históricos muito fortes.

J.L.

Rui Jorge da Silva Ribas



Alberto Vieira



Vitor Santos



Olga Duro



Manuel Areias

SETO UMA CIDADE CERÂMICA NA JAPÃO

A China está ligada historicamente ao aparecimento da porcelana, cuja fórmula de fabrico, até então secreta, foi trazida para a Europa por missionários no século XVIII. No Japão a produção de cerâmica foi introduzida pelos chineses em tempos imemoriais, incluindo as

porcelanas que eram o produto mais famoso prove-

niente da China, sendo considerado pelos ocidentais como o "ouro branco". Em japonês uma das formas de denominar as cerâmicas é "Setomono", o que mostra a origem das mesmas em Seto, tendo contudo sofrido transformações segundo o estilo de vida e a cultura da época daquele país.

Foi apenas no século XIII e em Seto que foi introduzido o vidrado na produção da cerâmica, pelo Mestre ceramista Toshiro, depois de ter passado 6 anos na China e ao descobrir naquela região um rico jazigo de argila, muito adequado para a produção de peças finas. Nesta época estes objectos cerâmicos eram apenas usados em cerimónias religiosas ou nas grandes festividades.

A partir do século XIV a qualidade das cerâmicas japonesas já rivalizava com as chinesas, ultrapassando-a em certos casos, especialmente depois do séc. XVI quando o senhor feudal Daymyo Oda Nobunaga deu grande apoio aos ceramistas artesanais. Neste período, a cerimónia do chá era muito apreciada entre as elites guerreiras, o que provocou um grande desenvolvimento

deste tipo de produção de objectos para esta cerimónia, entre as quais a produção da cerâmica "Kiseto" com decorações amarelo claro, "Setoguro" em "Negro de Seto", uma vez que as suas cores escuras resultavam da cozedura curta nos fornos típicos daquela região, para além das cerâmicas "Oribe" caracterizadas pelas suas formas livres e os seus vidrados esverdeados.

No final do séc. XVIII, o Mestre Arita de Kyushu começou a produzir porcelanas que rapidamente se tornaram muito populares, fazendo decair a importância da Seto. Mestre Kato Tamikishi permaneceu nessa altura algum tempo nas oficinas de Mestre Arita para aprender as novas técnicas de fabricação, regressando depois a Seto para as introduzir, levantando novamente a preponderância de Seto na produção cerâmica, agora com uma nova cerâmica denominada "Shinsei-yaki".

A cerimónia do chá (sado), tem origem nos princípios do Budismo Zen tendo como intenção cultivar as virtudes da harmonia, do respeito, da pureza e da serenidade. A harmonia realiza-se associando uma atitude humilde e elegante com a utilização de instrumentos simples, pelo que a escolha da cerâmica é crucial. Esta cidade japonesa, situada na região de Chobu, entre Osaka e Tóquio, nos arredores de Nagoya, no centro daquele país, é um museu vivo da cerâmica para quem se passeia pelas suas ruas, onde encontra objectos de cerâmica por to-



José Machado Pires



Genya Sonobe



dos os locais, para além de decorações nos pavimentos, muros e claustros construídos a partir dos antigos fornos. Apesar das arraigadas tradições, Seto prepara-se em força para entrar no próximo milénio, estando associada Aichi, capital da região, na preparação da Expo 2005, que será uma das próximas exposições mundiais depois de Lisboa.

O tema desta exposição é a Terra, pelo que será dado grande relevo à cerâmica, estando prevista a criação da Aldeia Mundial da Arte Cerâmica, onde se tentará fazer a síntese entre a produção de cerâmica em massa e da cerâmica personalizada, esta como o grande paradigma do próximo século. Nesta Aldeia Mundial da Cerâmica haverá estúdios artísticos, centros de investigação, salas de exposição, fornos tradicionais usados na região de Seto, residências para ceramistas vindos de todas as partes do mundo e um museu de cerâmica mundial.

Anualmente, durante dois dias na terceira semana de Setembro, realiza-se nesta cidade o Festival Setomono para comemorar e homenagear o Mestre ceramista Kato Kamikichi, que reúne mais de meio milhão de pessoas que vêm comprar cerâmicas em mais de 250 pavilhões de exposição construídos nas ruas centrais de Seto. Nesta terceira semana do mês de Abril, também todos os anos, decorre o Festival Touse, para homenagear o Mestre ceramista Toshirō, sendo a atracção principal a parada de samurais, mais de uma centena vestindo trajes do séc. XIII.



João Costa



Genya Sonobe



Heitor Figueiredo



Carlos Correia



José Machado Pires



Vitorino Langa

O RAKU

O Raku é o nome usado para uma arte cerâmica que tem como característica a cozedura a baixas temperaturas (980°), para produzir peças utilizadas na cerimónia do chá (sado): uma chávena para o chá (maccha chawan), o

recipiente de água fria (mizusashi), o recipiente dos bolos Japoneses (wagashi) e um pequeno contentor para o incenso (kougou).

No século XVI, o mestre de sado Sr. Senno Rykyu criou o Raku em colabo-



Renato Silva



Olga Duro



Rita Morais



João Ferreira



Genya Sonobe



Hugo Simões



Maria Melo



Vitor Santos

ração com o artista de telhas, Sr. Raku Chojiro, numa época em que o Kokoro ou seja o sentimento, espírito, coração, a alma do povo Japonês estava um tanto desnordeado.

A característica espiritual do Raku é a transmissão por uma forma de pensamento de saudade (Wabi) talvez um pouco comparável com o espírito de saudade português (um pouco nostálgico como no Fado).

A criação de Raku pelo mestre Sonobe, realizada no CENCAL na última quinzena de Julho serviu como a primeira introdução de Raku Japonês no Ocidente.

No Japão presentemente há só cerca de 30 artistas de Raku dos quais só 10 criam exclusivamente a arte do Raku. Presentemente o Sado, continua a ser uma cerimónia especial mas sobretudo realizada entre intelectuais, artistas, monges de templos Budistas e filósofos da cultura japonesa. É ocasionalmente praticada entre o povo com um interesse especial, neste ritual sobretudo espiritual.

O Sado tal como a criação das peças de Raku tem muito a ver com a religião Budista, o Zen e o Zazen (que é a forma de concentração espiritual) e em silêncio.

CENCAL ORGANIZA

"JAPAN MATSURI"

FESTIVAL DE CERÂMICA E CULTURA JAPONESA '98

Carlos Cipriano

Durante duas semanas - de 3 a 14 de Agosto - decorreu nas Caldas da Rainha o "Japan Matsuri" - Festival Cerâmica e Cultura Japonesa/98, organizado pelo CENCAL (Centro de Formação Profissional para a Indústria Cerâmica), que incluiu um workshop de raku e oribé (técnicas artesanais que conjugam tradição e espiritualidade), cursos de Ikebana (arranjos florais), palestras e sessões culturais abertas à comunidade. Este Festival veio na sequência do workshop de raku, integrado no Caldas Cerâmica/97, realizado no ano passado apenas com o Mestre Sonobe, recolhendo em 1998 um importante apoio da Japan Foundation que suportou as viagens de todos os ceramistas japoneses e da professora de Ikebana.

O centro das atenções foi o grupo cultural Setorapia, do qual fazem parte os mestres Koji Kondo, Yuji Terashima, Genya Sonobe, a professora Kiyomi Nishimura, Haruki Kato e Otake. O grupo teve origem em Seto, uma das principais cidades cerâmicas do Japão, situada na região de Nagoya/Aichi onde será realizada a EXPO 2005, dedicada ao tema "Terra". A deslocação a Portugal contou com vários apoios, entre os quais como já dissemos, da Japan Foundation, da Japor, contando no nosso país com o patrocínio exclusivo da GDP e da sua associada LusitaniaGás, bem como ajudas da Fundação Oriente, Fornocerâmica e Câmaras das Caldas da Rainha e de Cascais.

Das várias actividades desenvolvidas teve particular destaque os workshops



de cerâmica, repartidos pelo raku, oribé e técnicas de modelação, cozedura e de decoração, no qual participaram mais de 30 pessoas, na sua maioria ceramistas e estudantes ligados à área das artes.

A componente espiritual da arte do raku e oribé, e o misticismo que rodeava a maioria dos processos de fabrico das peças foram das coisas que mais prendeu a atenção dos alunos destes mestres Genya Sonobe, Koji Kondo, Yuji Te-

rashima. "O Raku é uma arte que não deve ser introduzida ou começada pela técnica mas sim pela compreensão do seu sentimento", diz Genya Sonobe. Daí que todos os participantes contactados pela CERÂMICAS se referissem à elevação espiritual associada ao raku, a que está ligada também a extrema importância que é dada à cerâmica naquele país.

Este festival permitiu dar uma experiên-



cia do modo de vida e de pensar de outros povos, cujo conhecimento, por vezes, se torna indispensável para aqueles que querem negociar em novos mercados, podendo ser uma forma nova de experimentar novas técnicas de gestão do comércio internacional, tão em voga nos países mais desenvolvidos.

CERIMONIAL DE "ESTREIA" DO FORNO

Tal como é feito no Japão, a estreia do forno que cozeu as primeiras chavenas de chá feitas pelos formandos foi antecedida de uma cerimónia singela mas cheia de significado: Koji Kondo deitou

arroz, sal e vinho branco (este na ausência do saké - aguardente japonesa feita de arroz) em torno do forno, começando pelo lado Nascente. De seguida aqueles produtos e um ramo de árvore foram depositados no cimo do forno como se se tratasse de uma oferenda num altar.

É que a cerâmica tem no Japão uma carga espiritual muito forte (por exemplo, as urnas onde se depositam as cinzas dos mortos depois de cremados são feitas em cerâmica). As chawan (taças usadas na cerimónia do chá) são produzidas da mesma maneira há 500 anos, segundo técnicas tradicionais associadas ao pensamento do filósofo Senno Rikyu (séc. XVI). É claro que o carvão e a lenha foram substituídos pelo gás durante a cozedura, mas no país mais industrializado do planeta coexistem fábricas com processos robotizados e oficinas

artesanais onde se produzem peças de extrema simplicidade, como é o caso das chawan, através de técnicas que exigem um saber secular.

Durante uma das conferências realizadas na Biblioteca das Caldas da Rainha, e abertas ao público, Sónia Ito contou uma coisa surpreendente. No séc. XVI uma taça de chá saía das mãos dos maiores mestres cerâmicos (que dedicam toda uma vida a aperfeiçoar a técnica e a harmonia da sua mente) podia ser trocada por um castelo!

É claro que naquele tempo só os grandes e os poderosos tinham acesso a preciosidades para usarem na cerimónia do chá. Mas o mais curioso é que hoje, no mesmo Japão que faz milagres tecnológicos, as chawan continuam a ter um valor invulgar. Os mestres japoneses que estiveram nas Caldas da Rainha vivem disso. Produzem para uma clientela restrita, onde se destaca o próprio Estado que compra taças para as cerimónias oficiais, alguns templos e pessoas de altos rendimentos.

EM BUSCA DO EQUILÍBRIO

Não é, contudo, a maximização do lucro o objectivo dos ateliers que Koji Kondo,



Yuji Terashima e Senya Sonobe dirigem no Japão. Mais do que uma profissão, estes mestres oleiros (chamemos-lhes assim para reforçar a simplicidade que os próprios reivindicam) são os guardiões de um saber ("know how", embora correcta, poderia ser uma expressão demasiado industrial) que atravessou gerações e que eles perpetuam, tendo sempre presente um trabalho interior de aperfeiçoamento que os leve a uma vida de equilíbrio e de serenidade.

À busca pela felicidade dos japoneses está intrínseco o querer saber sempre mais e estar sempre disposto a aprender, mesmo quando já se é um mestre e se é admirado por um vasto grupo de discípulos. Nos antípodas do seu país, os japoneses nas Caldas mostraram sempre uma grande curiosidade por tudo quanto viam e uma sede de ampliar os seus conhecimentos. A componente espiritual do raku e do oribé não faz deles uns monges eremitas. Pelo contrário: um dos momentos mais altos do workshop foi a confecção de - pasme-se! - uma "paella" valenciana sob a orientação de Xohan Viqueira (um ceramista galego que tem colaborado por várias vezes com o CENCAL e que estava de visita) que reforçou laços de convívio entre formadores e formandos, mestres e discípulos, japoneses e portugueses, bem como alguns ceramistas de Moçambique, Taiwan e da América Latina que estavam de passagem.



A ABERTURA DO FORNO

Outro momento vivido com grande entusiasmo pelos participantes era o da abertura dos fornos de oribé para retirar as primeiras peças manufacturadas durante o curso. O telheiro do CENCAL onde funcionam os fornos foi o cenário para um "espectáculo" que teve como actores principais os mestres Koji Kondo e Yuji Terashima. A espera tinha sido de 12 horas, tendo o forno atingido temperaturas de 1200 graus. Quando Koji Kondo retirou a placa, uma onda de calor e

de luz saltou para o exterior inundando o espaço e fazendo piscar os olhos às pessoas. Com o rosto congestionado pelo calor, mas demonstrando uma grande concentração e segurança, o mestre manejava uma pinça de ferro para retirar as peças incandescentes que, num gesto rápido, mergulhava num recipiente de água. Entretanto, Yuji Terashima ocupava-se em fechar de imediato o forno para não provocar arrefecimentos bruscos no seu interior, só o voltando a abrir para retirar a peça seguinte.

A operação repetiu-se perante o interesse e excitação dos presentes (não faltaram fotógrafos e familiares dos formandos).



dos para assistir ao evento) até ser retirado o primeiro lote de chawan. As restantes peças seriam arrefecidas pelo processo normal.

TESTEMUNHOS

"Receber estímulos novos"

Renato Silva

Praticamente todos os participantes manifestaram o seu agrado por este mergulho na cultura japonesa. Renato Silva, 42

anos, veio dos Açores para participar, pela segunda vez, num workshop com mestres japoneses. "Achei que isto era uma continuação do que já se fez o ano passado", disse, admitindo também que pelo facto de viver numa ilha necessita de "mudar de ares e receber estímulos novos". Parte dos conhecimentos adquiridos tem-nos aplicado no seu trabalho, mas salienta que das "coisas novas" que aprendeu achou mais importante os "conceitos" do que as "técnicas". "Eu já admirava algumas facetas da cultura japonesa. Foi sobretudo por isso que vim". A explicação por parte dos mestres japoneses sobre o significado e

simbologia das peças produzidas e das cerimónias a que se destinam é um dos aspectos mais importantes do curso porque "há uma relação filosófica entre o indivíduo e aquilo que ele produz pois essa filosofia pode ser expressa em peças cerâmicas. É como quando um tipo está zangado ou pacífico - trabalha de determinada maneira e isso fica registado no resultado final que são as peças". Daí que a componente espiritual seja decisiva no acto de criar.

Definindo-se como "artista e artesão", Renato Silva tem um atelier na Terceira onde produz cerâmica utilitária e artística. Autodidacta, conta que grande parte do que aprendeu foi à sua custa na grande escola da "produção". Os livros deram uma ajuda na aprendizagem das técnicas, destacando-se autores como Daniel Rhodes e Bernard Leach, por quem não disfarça algum entusiasmo. Leach, por exemplo, tem uma relação muito interessante com os japoneses que sempre o impressionou.

Esta foi, contudo, a segunda vez que esteve nas Caldas da Rainha. Há alguns anos fez no GENCAL um estágio, cujo trabalho consistia na utilização de materiais vulcânicos dos Açores para composição de pastas.

"Aprender uma técnica espiritual"

Manuel Areias

Manuel Areias também se inscreveu neste workshop pela segunda vez. "Estive cá o ano passado e durante todo ano



tenho vindo a fazer experiências sobre as quais tive algumas dúvidas”, conta. O contacto com as pessoas e o facto do curso ser em Agosto, mês de férias, foram outros motivos para esta segunda incursão nas técnicas japonesas, das quais destaca o raku.

O resultado, porém, ficou um pouco aquém das expectativas. Manuel Areias queixa-se duma certa falta de planeamento em termos de tempo “porque houve tempos mortos que não se aproveitaram”, opinião que não é partilhada por outros, uma vez que foi deixado tempo para reflectir sobre o trabalho em curso e não entrar no stress da quantidade. Mas acha que o segundo workshop está a correr melhor e com mais condições do que o primeiro. Uma das coisas que mais o motivou foi a anunciada construção do forno por parte dos japoneses que, contudo, não chegou a acontecer por falta de tempo necessário para um projecto desta dimensão, tendo sido transformado e adaptado ao oribé um forno já existente.

Do raku conhecia a influência americana, mas não a japonesa. Reconhece que aprendeu muito desta “técnica espiritual que está ligada ao budismo Zen” e sublinha que a importância do raku japonês “é muito maior do que o fascínio das cores do raku americano”. A espiritualidade do raku traduz-se num grau de estabilidade emocional que fica intrínseco nas peças que fabrica e que as valoriza. Essa mais valia faz com que os seus trabalhos tenham mais procura. “É como se a emoção ficasse lá gravada”, resume este oleiro que possui um atelier em Garmelas (Bombarral).



“Cultura que admiro”

Fernanda Ribas

Fernanda Ribas, das Caldas da Rainha, inscreveu-se no curso de Ikebana porque gosta de flores e pela oportunidade em aprender um pouco da cultura oriental. “É uma cultura que eu admiro e só tenho pena que isto não dure mais tempo”, afirma, não disfarçando o seu entusiasmo pelos arranjos florais japoneses. “É espectacular. Isto fica além das minhas expectativas porque eu já conhecia Ikebana, mas não em pormenor. Agora, com duas ou três flores conseguem-se fazer arranjos lindos e simples e com o

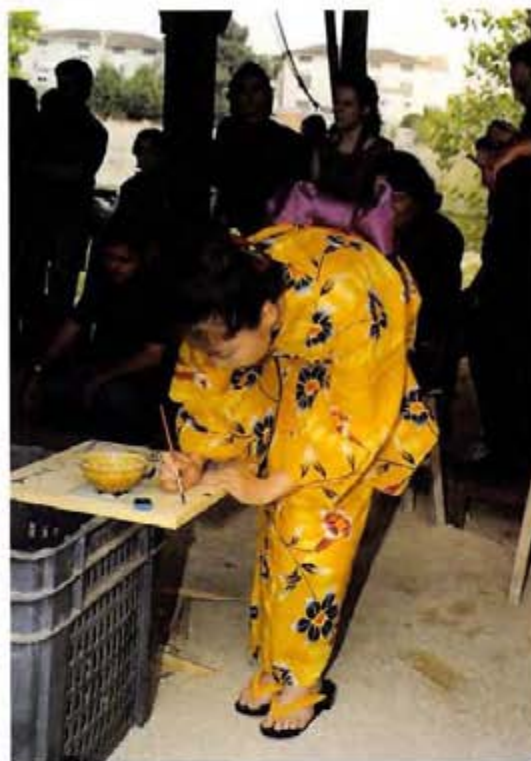
simbolismo oriental que gira em torno do céu, da terra e do homem”.

Na penúltima sessão do curso, Fernanda Ribas mostra-se satisfeita com o aumento dos seus conhecimentos sobre uma cultura que admira, e diz que, do ponto de vista prático, claro, espera vir a fazer muitos arranjos florais.

“Aprendi muitas coisas e aprofundei técnicas”

Isabel Júlio

Isabel Júlio deixou o seu atelier em Paço de Arcos para mergulhar nas Caldas da



Rainha nas tradições do país do Sol Nascente. "Inscrevi-me pela segunda vez porque, como sou ceramista, tinha bastante interesse em conhecer a técnica de raku japonesa. Gosto muito da pureza que eles têm nos seus trabalhos. Desta vez, além do raku pudemos aprofundar mais técnicas, como o oribé e também frequento o Ikebana", explica. Do ponto de vista prático, reconhece que aprendeu muitas coisas, desde a concepção das peças até aos vidrados utilizados no Japão, "apesar das cores serem pouco habituais entre nós". E, tal como os outros participantes, sublinha a importância da componente espiritual. Como? Em que é que tal se traduz no ofício de ceramista?



"A cerâmica nem sempre é vendável nem rentável. Normalmente as coisas que se vendem nem sempre são as que nos dão mais prazer fazer. Mas temos de fazer coisas que se identifiquem connosco e com a nossa maneira de estar na vida. Acho que também nós, ocidentais, já vamos tendo a preocupação de juntar as coisas do nosso dia a dia com uma dimensão, digamos, cósmica. Nós, os artistas, consciente ou inconscientemente, somos veículos para transmitir paz, equilíbrio, serenidade, felicidade e isso pode ser feito através dos nossos trabalhos, seja como pintores, músicos, ou ceramistas. Lidamos com o imaginário, somos portadores de um determinado tipo de mensagem. É isto que nos aproxima da cultura oriental e que já se sente um pouco entre os ocidentais".



INTERCÂMBIO COM O JAPÃO

Este workshop que se realizou pela segunda vez nas Caldas da Rainha, foi o início de uma cooperação que vai levar um ceramista português - Rui Ribas - ao Japão para participar num Festival de Cerâmica e trabalhar algumas semanas



num atelier daquele país. Este formador do CENCAL vai acompanhado com uma designer duma fábrica de cerâmica da região que também vai aproveitar esta experiência naquele país.

Facilmente se percebe as razões pelas quais a cerâmica desempenha um papel tão central e importante na vida do povo japonês e o valor que tem, quer numa aceção artesanal e artística, como industrial.



Nos dias 17 e 18 de Agosto foi a vez de Cascais receber o grupo de japoneses tendo estas sessões sido repetidas no Museu do Mar daquela cidade.

Carlos Cipriano

AS CONFERÊNCIAS DA BIBLIOTECA

Aberto à comunidade, realizaram-se também duas sessões sobre o Japão na Biblioteca Municipal das Caldas da Rainha onde foi feita a cerimónia do chá, uma representação de Ikebana (extraordinário como a assistência se manteve em silêncio durante 30 minutos para ver a professora Kiyomi Nishimura construir cinco arranjos florais, explicando de seguida o seu significado), demonstração de utilização de yukatas (vestes tradicionais), uma palestra sobre a cultura japonesa e a influência de Portugal, acabando numa sessão de dança.

De sublinhar que todas estas cerimónias tradicionais têm uma relação muito forte com a cerâmica, uma vez que utilizam e valorizam todas as peças realizadas através do raku e do oribé, dando-lhes um significado muito importante para a vida do quotidiano.



UMA PORTUGUESA NO JAPÃO

Quando entrou numa escola japonesa a menina Sónia, com então 14 anos, ficou muito admirada com a imposição de fardas iguais para todos os alunos e com a obrigatoriedade de cortar o cabelo, bem como um conjunto de regras destinadas a uniformizar todos os jovens estudantes. E o pior é que não eram apenas as regras que eram diferentes. Também o era a língua pois Sónia não sabia nada de japonês.

Dezasseis anos depois, Sónia Ito conta divertida algumas das experiências por que passou na sua integração no país do Sol Nascente. Nasceu em África, de mãe portuguesa e de pai japonês, veio para Portugal com três anos, onde viveu durante onze anos. No Japão já conta com 16 anos (metade da sua vida) com um interregno de um ano na Austrália onde fez uma Pós-graduação sobre a cultura aborígine. Alguns

anos antes, quando chegara o momento de escolher a universidade, a sua opção só poderia reflectir as influências culturais tão distintas que tinha vivido. Escolheu Arqueologia e Antropologia Japonesa.

Casada há dois anos com um japonês, o casal está agora a dar a volta ao mundo, mas interrompeu a viagem para participar na organização do Japan Matsuri das Caldas da Rainha, onde Sónia Ito foi a incansável intérprete dos cursos que lá decorreram. "Gosto muito de ver a maneira de ser das pessoas de várias culturas. Eu própria sou uma peça de antropologia porque passo a vida a saltar de cultura em cultura", explica. A sua ligação aos workshops no CENCAL, resultam do



apelo dado pela sua mãe em trazer o grupo Setorapia às Caldas, na sequência de contactos estabelecidos sob a égide desta revista há mais de dois anos. Por todos estes motivos, os pais já adquiriram um pequeno apartamento de férias numa praia da região e querem servir de elos de ligação entre as duas culturas ligadas há mais de cinco séculos.

Viver duas culturas e duas identidades fá-la sentir-se em permanente conflitualidade, coisa que em vez de a perturbar, a estimula a ver o outro lado das coisas. "É como estar sempre a ver o avesso e o direito da própria pessoa. No fundo sinto-me muito portuguesa quando estou no Japão e muito japonesa quando estou em

Portugal".

Entre a cultura oriental e ocidental há diferenças enormes, mas subsistem sempre os valores universais. "A questão é que os valores podem ser os mesmos, mas de a forma de lá chegar é diferente. No Ocidente vai-se por um caminho, na

Ásia vai-se por outro".

No Japão, esta luso-japonesa produz um programa de rádio semanal, é tradutora de japonês, inglês e português e escreve para um jornal e uma revista inglesas. Fez também um programa de televisão onde o tema era a vida no Japão vista por uma estrangeira. Durante a sua estadia nas Caldas produziu com o seu marido ou animou várias emissões radiofónicas em estações locais.

Desde a II Grande Guerra Mundial o Japão optou por uma estratégia de internacionalização dos seus hábitos, assumindo uma forte ocidentalização sem, contudo, perder a sua componente oriental

que, segundo Sónia Ito, é "inabalável".

Entre as principais similaridades dos japoneses e portugueses, Sónia Ito salienta que ambos gostam de comer em restaurantes e apreciam o bom vinho. Nas diferenças, o ritual do banho (os japoneses passam cerca de uma hora por dia no seu banho) e o hábito de andar descalço dentro de casa e até de alguns restaurantes.

Dada a sua vivacidade e interesse, Sónia e o marido, têm sido um dos maiores estímulos a estes intercâmbios, a que correspondem já os mestres japoneses, quer perdendo as suas reservas culturais distantes, passam a partilhar duma forma aberta os seus conhecimentos.

C. C.

Simpósio de Terracota em MONTEMOR-O-NOVO

Poder-se-ia dizer que a terra e o fogo são os elementos que têm marcado as actividades das "Oficinas do Convento" neste 1998. Esta associação, recentemente constituída por artistas plásticos, músicos, arqueólogos, sociólogos, arquitectos e outras pessoas que ao longo da última década têm vindo a trabalhar em conjunto.

Como grupo, têm vindo a desenvolver diversas iniciativas na área cultural, patrimonial e de criação artística. São disso exemplo, o objectivo de recuperar o Convento de S. Francisco em Montemor-o-Novo, que é a sua sede; a reactivação do Telheiro da Encosta do Castelo, unidade de produção de materiais tradicionais de construção civil, empregues na recuperação da arquitectura tradicional e, na área de investigação artística, a promoção de estágios para artistas plásticos e a organização do simpósio de escultura em terracota, utilizando as tecnologias características da unidade de produção e matérias primas da região.

As diversas faces

de um simpósio

O Simpósio Internacional de Escultura em Terracota é uma iniciativa que agrupa, em trabalho, diversos artistas plásticos, nomeadamente escultores, que pretendam investigar e criar plasticamente na área da escultura em cerâmica.

O primeiro, que se realizou em 1996, contou com a participação de dez artistas plásticos e esteve integrado no Festival



Oficina de etno-cerâmica orientada pela oleira Caboverdiana Etelvina Sanches



Exposição da Colecção da Etnóloga Margarida Ribeiro

luso-italiano Sete Sóis Sete Luas. Dele resultaram ensinamentos e trocas de experiências, em termos internacionais, que permitiram lançar a organização do segundo Simpósio para 1998 em moldes mais amplos.

Como actividades complementares, e na sequência das "Conversas à Volta da Ter-

ra" realizadas em 1997, cujos temas se centraram na arquitectura da terra e paisagem, decorreram, durante o mês de Abril e no princípio de Maio de 98, as "Conversas à Volta da Olaria", que reuniram em Montemor-o-Novo especialistas das áreas da Antropologia, História, Arqueologia e Artes Plásticas.



Exposição no Pavilhão Municipal - "Viagem" de Ana Ferreira, peças de K. V. Jena e Susana Piteira)

Em abril, conversas...

A 4 de Abril iniciaram-se as Conversas com o tema "Fazedores de Objectos". A primeira intervenção de Priscila Cardoso, Antropóloga, do Centro de estudos de Etnologia Portuguesa, sobre "A cadeia operatória - o caso da olaria". Apresentou um estudo sequencial das várias fases que vão desde a extracção do barro ao levantar da peça. Seguiu-se Emília Margarida Marques, Antropóloga, do Centro de Estudos de Etnografia Portuguesa que apresentou uma comunicação com o título "Lugares sociais dos oleiros e seus objectos" em que abordou a origem e evolução dos estudos de cultura material, apresentando um resumo de um destes estudos, acerca da olaria, abrangendo Carrazeda de Anslães, Viana do Alentejo e Aveiro. Isabel Fernandes, do Museu de Olaria de Barcelos fechou a sessão da manhã com "Oleiros e olarias na longa duração", uma intervenção de cariz histórico, capítulo do seu doutoramento, onde foi abordada a evolução da actividade e suas relações sócio-profissionais, na re-

gião Norte do País, desde a Idade Média. A sessão da tarde abriu com João Lopes Filho, Antropólogo, docente do Departamento de Antropologia da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, um dos responsáveis pelo Mestrado em Museologia e Património Cultural, apresentou uma intervenção sobre "A olaria de mulheres em Cabo Verde".

Antónia Fialho Conde, Historiadora e do-

cente do Departamento de História da Universidade de Évora, numa apresentação sobre "As olarias de S. Pedro do Corval" que abordou as questões das alternativas estilísticas como forma de manutenção e florescimento da olaria.

Na segunda Conversa, com o tema "Discursos", Paulo Longo, Antropólogo responsável pela investigação, recolha da colecção e exposição de olaria do Centro Cultural Raiano de Idanha-a-Nova, apresentou "Contexto Contemporâneo. A museologia". Esta intervenção baseou-se no trabalho de pesquisa que realizou. Eugénio Lapa Carneiro, um dos responsáveis pela criação do Museu de Olaria de Barcelos, veio falar da "Talha, testo e pucarinho", apresentando uma sequência de referências a este tipo de objectos em várias fon-



"Canoas" - modelação. Escultora Paula Lourenço

Construção/modelação da escultura de Susana Piteira, ao fundo o trabalho de Sílvia Zagari



tes literárias e iconográficas. À tarde, Rosa Varela Gomes, docente de Arqueologia no Departamento de História da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas apresentou uma comunicação sobre "Formas como indicadores de tempo e funcionalidade dos espaços". Numa abordagem arqueológica discutiu o valor da informação contida nos objectos de olaria encontrados em escavações. Manuel Calado, Arqueólogo, docente da Universidade de Lisboa, desenvolveu a "Evolução técnica, formal e estilística da cerâmica pré-histórica regional" comparando objectos e focando a importância dos contactos entre diferentes povos. Herculanio Elias, ceramista e Helena Pinto, historiadora apresentaram a "Olaria Caldense" a partir da memória e homenagem a um oleiro.

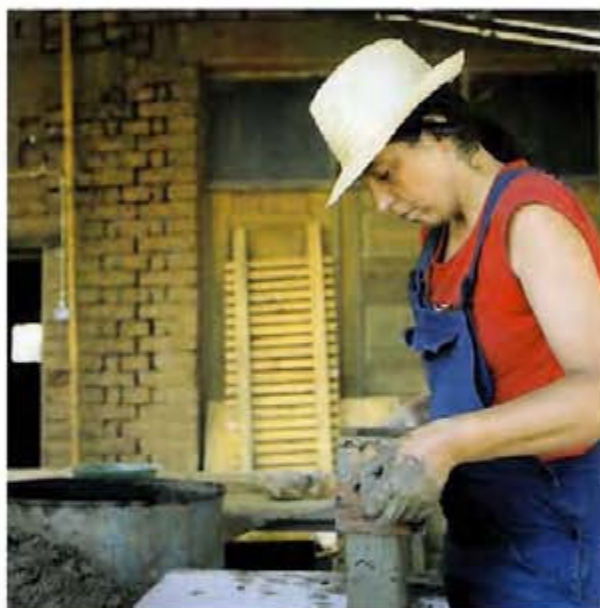
O terceiro dia de Conversas sobre o tema "Viagens" iniciou-se com Joaquim Vermelho, do Museu de Estremoz, com uma intervenção acerca da "Mobilidade e influências nos bonecos de Estremoz". Através de imagens comentadas traçou o percurso destes bonecos. Helder Abraços, historiador e responsável pelo Arquivo de Tondela, apresentou de seguida os "Comportamentos demográficos diferenciais nas comunidades de oleiros de barro negro de Molelos", dando-nos uma visão estatística de uma comunidade de oleiros comparativamente à população em geral. Da parte da tarde José Arez, antropólogo, director do Instituto Português de Museus, apresentou "A olaria na obra poética de António Machado. Contrapontos antropológicos". Tratou-se de uma viagem por Timor e pelas referências a termos relacionados com a olaria, na obra deste poeta. Joaquim Pimentão, ceramista e Virginia Fróis, escultora e docente na Faculdade de Belas Artes de Lisboa apresentaram "Aproximação e Fascínios" revelando objectos e autores que consideram referências para os seus trabalhos. "Da errância das formas" foi o título que Rogério Ribeiro, pintor, deu à sua livre dissertação acerca da criação, da permanência e percursos das formas, com que encerrou as Conversas.

Do programa constaram duas exposições: "À Pergunta da Olaria" constituída por peças utilitárias ainda em uso recolhidas em visitas a olarias existentes na região do Alto Alente-



Exposição no Pavilhão Municipal - Maquete "Mulpiti" de Susana Piteira; peças de K.V. Jena e Silvia Zagni; Remates da escultura de Arnie Zimmerman; "Cones" de Benjamin Menendez

jo, por produções de artistas e oleiros contemporâneos e por um conjunto de peças de olaria tradicional de Cabo Verde; "Cerâmica tradicional portuguesa da colecção de Margarida Ribeiro", resultou do tratamento do espólio desta etnóloga, e estará patente no Convento de S. Domingos do Grupo de Amigos de Montemor-o-Novo, de 16 de Maio até final da EXPO '98. Deste ciclo fez ainda parte a Oficina Experimental de Cerâmica Pré-histórica que reuniu artistas plásticos, arqueólogos e antropólogos no Convento de S. Francisco, sede da associação, que copiaram formas do neolítico e calcolítico, reinventando os processos técnicos. Em complemento a esta oficina, Etelvina Sanches Ferreira, uma oleira de Trás di Monti - Tarrafal - Cabo Verde, produziu algumas peças e iniciou nas suas técnicas os participantes, culminando na cozedura das peças numa "soenga" feita no Telheiro da Encosta do Castelo.



Moldando peças - Elsa Gonçalves

Maquete - "Tellos" - projecto de José Teixeira





Modelação da Escultura de Arnie Zimmerman



Forno com escultura de Arnie Zimmerman

No calor do Simpósio

Entre 6 de Julho e 7 de Agosto, no Telheiro da Encosta do Castelo e no Convento de S. Francisco, decorreu o simpósio sobre o tema "Viagem/Cruzamento de Culturas". O

castelo de Montemor-o-Novo foi palco de grandes decisões para a realização da viagem de Vasco da Gama, nas Cortes que ali se efectuaram no reinado de D. Manuel I. A "Viagem/Cruzamento de Culturas" surge assim como temática estreitamente ligada

e permite repensar aqueles feitos numa perspectiva actual de reencontro europeu e mundial que se depara nos desafios de Portugal, da região do Alentejo e também como reflexo da EXPO '98.

Os escultores Arnie Zimmerman (Estados Unidos), Silvia Zagni e Alberto Zamboni (Itália), Benjamin Menéndez (Espanha), K. V. Jena (Índia), Susana Piteira, Paula Lourenço, José Teixeira e Elsa Gonçalves (Portugal), produziram obras em terracota que serão implantadas em diversos espaços da cidade, respondendo à intenção da Autarquia na criação de um parque escultórico. Os escultores contaram ainda com o apoio de jovens assistentes estudantes de arte, na sua maioria oriundos da região.

Exposição, a face visível

Integrada na Feira da Luz, em Montemor-o-Novo, que decorreu durante o primeiro fim-de-semana de Setembro, esteve patente, no pavilhão municipal, uma exposição com algumas das esculturas, maquetes e fotos do simpósio. Complementada pelas memórias descritivas e currículos, esta mostra pretendeu informar os visitantes sobre o trabalho produzido e sobre os locais da sua futura colocação na cidade.

Publicações e apoios

Estão no prelo as seguintes publicações:

- Actas das "Conversas à Volta da Olaria".
- Catálogo da Exposição da Etnóloga Margarida Ribeiro.
- Catálogo da Exposição do Simpósio.

É ainda possível consultar na INTERNET a página sobre o simpósio no seguinte endereço:

<http://www.terravista.pt/balagatas/2468/>

O Simpósio teve o apoio da Secretaria de Estado da Cultura, Instituto de Arte Contemporânea, Câmara Municipal do Tarrafal, Câmara Municipal de Montemor-o-Novo, CCRA - programa PORA e Fundação Calouste Gulbenkian, Fundação Oriente e Fundação Luso-Americana, Festival Sete Sois Sete Luas, Marca - ADL, TMN e Banco Espírito Santo.

CERÂMICA MURAL PORTUGUESA CONTEMPORÂNEA

Lucília Verdelho da Costa

Fazer a história da renovação da cerâmica mural não é tarefa fácil, porque implica não só uma análise das obras apresentadas, como dos respectivos conteúdos programáticos. O livro de Suraya Burlamaqui, *Cerâmica Mural Portuguesa*, publicado pelas edições Quetzal, opta por um critério de abordagem cronológica dos diferentes temas que desenvolve, desde o "renascimento" do azulejo e a influência brasileira às grandes obras de arquitectura urbanística dos anos 50, e das correntes figurativas ao abstraccionismo, através de um critério de escolha de obras que emanam sobretudo da capital. O Norte do país constitui, depois, um capítulo à parte, seguido por uma breve referência às fábricas de arte e, finalmente, à arte geométrica e às tendências mais importantes dos anos 80 e 90, que constituem a última parte da obra.

Dentro do "renascimento" do azulejo, sobressaem os nomes de Jorge Barradas e de Almada Negreiros, o primeiro introduzindo um revestimento de azulejos no interior de uma casa de habitação em Lisboa, em 1946, o segundo transpondo-o, em associação com o arquitecto Pardal Monteiro, para a fachada de um prédio na Rua Vale do Pereiro, no mesmo ano. Ainda de Jorge Barradas, merecem especial relevância os painéis do Banco Português do Atlântico do Porto, de 1950, e os do interior do refeitório da sede da Fundação Calouste Gulbenkian, do final da década seguinte.

Quanto à influência brasileira - em especial os painéis de azulejos de Cândido Portinari realizados para o edifício do



Ministério da Cultura, de Lúcio Costa, e a igreja da Pampulha, de Óscar Niemeyer -, ela verificar-se-ia, segundo a autora, no painel realizado por Júlio Pomar e Alice Jorge na Avenida Infante Santo, em 1959,

e nos painéis de Almada Negreiros para uma residência do restelo, obra emblemática de 1953, indissociável do grafismo do artista e com evidentes conexões com os fescos da Gare da



Rocha, que infelizmente não pôe devidamente em valor.

Dos anos 50 e das grandes obras de arquitectura urbanística, sobressaem a Via Sacra do Santuário de Fátima, de Lino António, Querubim Lapa e Manuel Cargaleiro, em 1955, a decoração do Hotel Ritz, de Hensi Stael e Jorge Barradas, em 1958-59, o ciclo dos painéis da Avenida Infante Santo, de 1955 a 1959, da autoria de Carlos Botelho, de Sá Nogueira, de Júlio Pomar (em colaboração com Alice Jorge), de Maria Keil, e, finalmente, o painel de Eduardo Nery, concluído em 1994. O revestimento das estações do Metropolitano de Lisboa, de Maria Keil, e a decoração do palácio de Justiça, com painéis de Barradas, Querubim Lapa e Júlio Resende (num profundo desajustamento com a arquitectura, que a autora evidencia), constituem as obras mais representativas, já na década de 60.

De todos os capítulos do livro, este é, talvez, o mais conseguido, sobretudo no que diz respeito às realizações da Avenida Infante Santo. Sá Nogueira, na magnífica interpretação do tema do cais em relação com a escada exterior, e também Maria Keil, no notável painel que evoca o mar, e Eduardo Nery, nos jogos ópticos de luz/cor/superfície das arestas prismáticas



em relevo - escolha acertada e significativa para a capa do livro, já que é, com toda a evidência, uma das obras-primas da azulejaria mural portuguesa deste século -, merecem-lhe uma análise sensível, a que não é estranha a sua formação de ceramista. O problema da inserção arquitectónica e da integração do espaço pelos painéis de azulejos, do ponto de vista das suas potencialidades estéticas e expressivas, é também abordado pela autora.

Mas os anos 50 foram também os mais férteis de criatividade e de tendências, com uma corrente "conservadora" representada por Barradas, e uma inovadora - o abstraccionismo, de que Cargaleiro será o maior representante neste período -, e, finalmente, uma simbiose de figuração e modernidade, na tradição de Almada Negreiros, de que Maria Keil soube tirar grande partido plástico.

Tais tendências persistem ainda nos anos 60 e 70, mas foram relativamente mal exploradas pela autora, prisioneira de uma cronologia que deixa pouca margem para a interpretação. A maior novidade do que implicitamente considera como artistas "expressionistas", na linha figurativa de influência brasileira revista e corrigida, do ponto de vista técnico das potencialidades de expressão do barro, por Barradas - e de que são representantes Querubim Lapa, Lima de Freitas, Francisco Relógio e, mesmo, Júlio Pomar -, reside na obra de Maria Manuela Madureira. Surpreendentes pelo seu expressionismo são os painéis do teatro Júlio de Matos, em Lisboa (de 1969), e de Escola do Infante D. Henrique, em 1973, numa linguagem plástica que é retomada, ainda com maior veemência, no bar do Hotel Vila Moura, em 1982, e que abole as fronteiras entre a escultura e o azulejo.

No capítulo dedicado ao abstraccionismo evidencia-se, sobretudo, Manuel Cargaleiro, com obras significativas dos anos 50, como os painéis do Jardim Municipal de Almada (1956), e, nos anos 60 e 70, outras realizações diversas, entre as quais um painel pertencente à colecção do Museu da Cidade e o revestimento do



Centro Comercial Apolo 70, sem falar de uma das estações do Metropolitano de Lisboa, realizada em 1988, e que é objecto de outro capítulo.

Personalidade multifacetada é Cecília de Sousa, com uma evolução que absorve as realizações dos anos 40 para as integrar num imaginário pessoal em que abundam referências múltiplas da pintura contemporânea, a par de uma pesquisa da figuração e do tratamento do suporte que só tem equivalente na obra de

Eduardo Nery, embora com uma sensibilidade diametralmente oposta. Entre os painéis da Brasileira do Porto, de 1965, e os da Fábrica Dan Cake, de 1994, Cecília de Sousa evolui para um sistema complexo de signos em que a cor explode em movimento, numa procura formal de matrizes e inspirações diversas, fora do conceptualismo rigoroso de Nery. Curiosamente, é no Norte de Portugal onde, nos anos 60, é levada a cabo, com maior sucesso, a integração do azulejo na





arquitectura moderna, através dos arquitectos José Carlos Loureiro, António Meneres e Duílio Silveira. A síntese mais elaborada entre a arquitectura e o azulejo manifesta-se com plenitude na obra admirável dos Paços do Concelho de Matosinhos, de Alcino Soutinho (1987), onde avulta igualmente uma das melhores realizações em suporte cerâmico de Júlio Resende, em estreita concepção com a arquitectura do interior. Artista

multifacetado, Júlio Resende parece dar continuidade, por um lado, à herança figurativa dos anos 50 - nomeadamente dos painéis da Avenida 24 de Julho -, e, por outro, a pesquisas formais que, casando-se com a sua linguagem pictural, se inspiram na técnica do vitral, como é o caso dos painéis do edifício da Companhia de Seguros Tranquilidade, no Porto, concebidos em íntima conexão com a arquitectura de José Carlos

Loureiro (1984).

Sem trazer novidades de maior no capítulo consagrado às indústrias de arte (e que apresenta lacunas graves como é o caso de fábricas como a Secila, em Caldas da Rainha), a arte geométrica é quase inteiramente identificada com a obra de Abel Manta - em particular, a grande realização mural da Avenida Calouste Gulbenkian (1970) -, e de Eduardo Nery. O percurso deste artista, que tem incorporado algumas novidades figurativas dentro das experiências de efeitos visuais da op art (figuras de convite na estação do Campo Grande do Metropolitano de Lisboa, 1983-92), revela-se de uma grande originalidade e permanecerá, sem dúvida, um dos maiores criadores do século XX neste domínio. Obras como os painéis da EPAL, na Asseiceira, e do Museu da Água, de 1987, do Aeroporto de Macau (1994), e o revestimento de azulejos da Associação Nacional de Farmácias (1995), traduzem o que de mais ousado se tem feito na procura de uma nova linguagem formal adaptada ao material cerâmico, num diálogo permanente entre a pintura, a escultura (painel do Museu da Água), e a arquitectura (fachada da Associação





Nacional das Farmácias).

Nos anos 80 e 90, o empreendimento das novas estações do Metropolitano de Lisboa foi o pretexto de novas pesquisas formais por parte de artistas já consagrados (Helena Vieira da Silva, Cargaleiro, Júlio Pomar, Sá Nogueira, o próprio Nery, como vimos, Martins Correia, Maria keil, Menez...), que estabelecem como que uma ponte de ligação com as novíssimas tendências de uma nova geração de artistas. Dentro da produção actual, dominada pela Oficina 59 de Eduardo Bobone e a Galeria Ratton, de Ana Maria Viegas, salientam-se efeitos de cenografia barroca e um retorno irreverente à figuração conjugado com experiências de vanguarda já históricas, e que estão presentes na obra de Miguel Telles da Gama, João Mourão, Luís Pinto Coelho, Guilherme Parente e Xavier Sousa Tavares, entre outros. De salientar o painel da fachada da Caixa Geral de Depósitos de Alpiarça, de Maria Manuela Mourinho (1986), que integra os elementos de arquitectura reais em efeitos de espaço ilusionísticos, criando uma ruptura entre decoração, espaço arquitectural e arquitectura, ao mesmo tempo que retoma o tema das janelas de Maluda.

Através deste livro, profusa e ricamente ilustrado, Suraya Burlamaqui fornece-nos um instrumento de trabalho extremamente útil para o estudo da cerâmica mural contemporânea. Temos pena que o partido da diacronia, seguido pela autora, não dê conta da multiplicidade de tendências que se vêm emergir ao longo dos anos 50 e, sobretudo, 60, e que a obra dos artistas apresentados não

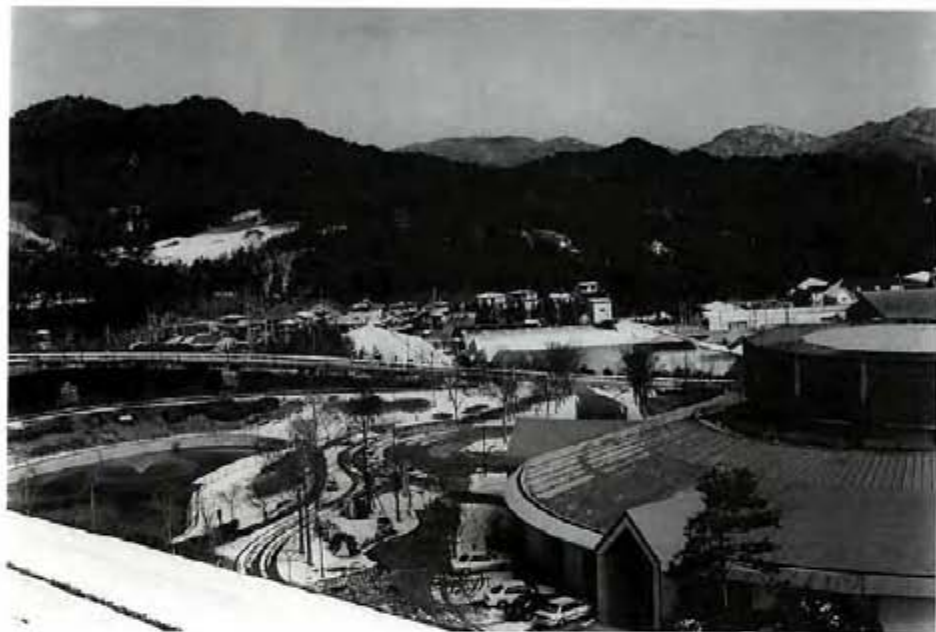
mereça uma análise formal mais profunda. Por outro lado, a ausência de uma conclusão não permite estabelecer um balanço sobre a cerâmica mural portuguesa e a sua especificidade. O "renascimento" é, sem dúvida, certo - a obra de Nery e de Soutinho bastam para o comprovar, em campos distintos que são

os da cerâmica mural e o da aliança entre arquitectura e azulejo, segundo a tradição romântica de Oitocentos. Mas a especificidade desta arte, como arte contemporânea, nos seus fundamentos estéticos, fica por explicar. E, em forma de conclusão, acrescentaremos que é pena.



SHIGARAKI

PARQUE CULTURAL DA CERÂMICA



durante uma hora serpenteia uma bela região agrícola.

Atravessar pelo mundo para ir encontrar, no Japão, uma cidade onde se dá a devida atenção à cerâmica é uma possibilidade rara que um ocidental pode ter. Beneficiando duma deslocação por outras razões, tivemos o ensejo de visitar o Parque Cultural da Cerâmica de Shigaraki (a que já nos referimos na Cerâmicas n.º 17 - Set/Nov.93), uma imensa infraestrutura concebida em 1985 pelas autoridades municipais de Shigaraki em colaboração com o Departamento para o Comércio, Indústria e Trabalho da Província de Shiga para dinamizar a actividade económica e cultural daquela região.

Logo em 1986, foi autorizada a concessão dum financiamento inicial de cerca de 1,5 milhões de contos para a criação daquele Parque, que dispõe hoje duma área de cerca de 40 hectares, dos quais 17 hectares foram oferecidos pela prefeitura de Shiga. Em 1988 foi escolhido o vencedor do concurso de arquitectura do Parque cuja construção foi iniciada



em finais de 1989. Em meados de 1990, estava concluída a construção do Parque, que começou a funcionar normalmente em meados do ano seguinte. Até hoje, o investimento global no parque foi de 10 milhões de contos, elevando-se as despesas de funcionamento a 50 mil contos/ano, dispondo dum

Instituto de Investigação Cerâmica, dum Museu de Cerâmica Artística Contemporânea, dum Auditório com uma área de exposições temporárias de Cerâmica Industrial com um restaurante, para além de imensos espaços ao ar livre, excepcionalmente arranjados onde se podem realizar acções de cerâmica artística, com fornos tradicionais de variados tipos.

No Museu de Cerâmica Artística Contemporânea e no Centro de Exposições, fomos encontrar obras dos inúmeros ceramistas vindos de todo o mundo que têm permanecido no Parque, bem como peças de cerâmica antiga japonesa ou da produção actual das fábricas da região. Paralelamente são vendidas peças de cerâmica, livros, catálogos e outro material de informação sobre as actividades desenvolvidas.

Anualmente passam pelo Shigaraki Ceramic Cultural Park mais de 300 mil visitantes vindos de todo o país e do estrangeiro, para além dos artistas que ali se instalam, no Instituto de Investigação Cerâmica, durante alguns períodos para produzirem as suas obras. Na documentação que consultámos apenas encontramos uma ceramista portuguesa que tenha ali trabalhado. Trata-se de Marta Carvalho, nascida em 1964, que ali tra-



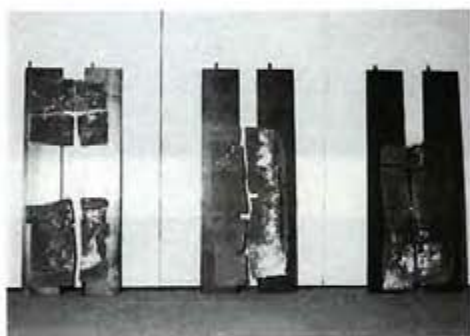
Aspecto do Salão Central de exposições

balhou no último trimestre de 1993 e no primeiro de 1994. Geralmente a direcção do Parque proporciona aos trabalhadores das empresas cerâmicas locais o contacto com aqueles ceramistas numa tentativa de inculcar novas ideias sobre a produção da indústria cerâmica.

Este Instituto dispõe duma biblioteca com videoteca, para além de ateliers e de alojamentos individuais para os ceramistas visitantes. A revista *Cerâmicas* está entre as publicações do acervo daquela biblioteca.

Percorrer o Parque, mesmo no Inverno, com os campos cobertos de neve, é um exercício estimulante, uma vez que o espaço compreende lagos e pequenos montes, com uma organização tipicamente japonesa. A cerâmica assim tratada e considerada encontra o reconhecimento entre a população, aumentando a sua procura e viabilidade no país.

O principal objectivo que se pretendeu atingir com a criação deste Parque dedicado à cerâmica, foi para o enriquecimento da compreensão por parte da população da arte cerâmica e para a criação dum local onde fosse facilitada a troca de experiências entre os artistas cerâmicos de todo o mundo, bem como para contribuir para o desenvolvimento da indústria cerâmica da região.



Peça da autoria de Marta Carvalho aquando da sua estadia no Shigaraki Park



Marta Carvalho

Segundo as opiniões que reunimos localmente, o objectivo principal foi atingido e foi conseguida a valorização da região num país pleno de iniciativas do género dedicadas aos mais variados assuntos. No Japão, com a destruição que foi alvo durante a Guerra, a solução experimentada em inúmeras cidades, hoje, para atrair visitantes é o de explorar infraestruturas deste tipo, com relevo especial para as novas tecnologias e as tecnologias multimedia.

Contactos:

Institute of Ceramic Studies
The Shigaraki Ceramic Cultural Park
2188-7 Chokushi, Shigaraki-cho, Kohga-gun
Shiga 529-18 Japão
Tel. 748-83-0909 Fax. 748-83-1193

1988-1998

Um equívoco numa Revista para a Cerâmica

Como que resultado dum certo equívoco, em 1988 nasceu no seio do CENCAL uma revista para a cerâmica, como publicação de divulgação da cerâmica nas suas vertentes artística, técnica, científica, industrial e artesanal, promovendo a sua imagem no nosso país e no estrangeiro e servindo de elo de ligação entre todos aqueles que se interessam por ela ou potencialmente têm condições para se virarem a interessar.

Na altura era dito que a revista teria duas componentes básicas: divulgação de iniciativas, pessoas, empresas, etc., e tribuna para os especialistas apresentarem as mais recentes inovações.

Foram publicados, com este último número duplo que agora chega às mãos dos leitores, 25 edições entre 1988 e 1998. Quando foi publicado o primeiro número tememos pela sua continuidade, dada as polémicas que concitou no meio.

Contudo, os seus leitores puderam ver mais duas dezenas e quase meia de edições ao longo de tão longo período de tempo, o que constitui quase, ou mesmo um verdadeiro recorde para a história da cerâmica em Portugal.

Razões diversas, como são explicadas em texto de primeira página, levaram a acabar a história desta *Cerâmicas*. A terminar, não quero deixar de agradecer, enquanto principal animador do projecto, a todos aqueles que tornaram possível esta publicação, desde aqueles que o apoiaram e acolheram nele, ao fazer a sua subscrição, aos outros que a fizeram escrever ou editar as mais variadas temáticas ligadas à cerâmica e que gráfica e tecnicamente a concebiam e realizavam e finalmente aqueles que emprestaram o seu nome para este projecto. Destes destaco o Eng. Faria Frasco que soube ser um director diligente e consciente do papel que a cerâmica, nas suas várias vertentes desempenha em Portugal e no mundo, bem como a grande parte daqueles que assumiram o Conselho Editorial.

Aqueles que *perfeccionam* para o resultado que hoje resta, que a consciência lhe dite das suas responsabilidades. De qualquer maneira foi bom termos feito em conjunto bem alargado a *Cerâmicas*.

José Luís de Almeida Silva