

ROTAS DA CERÂMICA

A SUL DO TEJO







DESAFIOS E INÉRCIAS DE UM POLO CERÂMICO NUM AMBIENTE CADA VEZ MAIS INCERTO MAS COM MAIS OPORTUNIDADES

José Luiz de Almeida Silva

Economista, Técnico Superior do CENCAL

Desde há quase duas décadas acompanho a trajetória do polo cerâmico de S. Pedro do Corval (Reguengos de Monsaraz), bem como mantenho contactos com alguns dos restantes centros históricos da cerâmica do sul de Portugal.

O que se passou no último quarto de século em relação à cerâmica artesanal portuguesa, especialmente na região alentejana, é muito significativo e indicador das tendências que determinam a evolução deste nicho da produção artesanal tradicional e de todas as dificuldades e problemas que o afetam, mas também da emergência de novas oportunidades que respondam às expectativas de uma nova geração de criadores que podem surgir no mercado português junto destes polos.

A retração de produtores/criadores da cerâmica artesanal tradicional dos vários centros da região alentejana tem sido progressiva, coincidindo, na maioria dos casos, com perda de competências e de capacidade produtiva, apesar de nalguns casos a introdução de alguns meios tecnológicos contrariar esta lógica em termos quantitativos.

O número de artesãos e do pessoal ao seu serviço mais ou menos qualificado, tem vindo a decrescer progressivamente, não havendo substituição das gerações na maioria dos casos, nem em alternativa, como tem acontecido nalguns países de referência, o aparecimento de novos artesãos, ou melhor, de ceramistas criativos, menos apegados à tradição e com maior capacidade de inovação tanto nas formas, como conteúdos e técnicas. Por vezes, estes últimos respeitam algo da tradição que lhes serve de fio condutor com a região onde estão instalados e de cuja imagem beneficiam.

Contudo, entendo que o centro oleiro de S. Pedro do Corval, apesar da crise e das vicissitudes, será dos mais dinâmicos em termos relativos nacionais e com uma maior massa crítica, continuando a congregar o maior número de unidades artesanais e atraindo um número elevado de compradores ou visitantes, beneficiando também dos investimentos recentes do projeto do Alqueva.

UM ESTUDO PROSPETIVO NO INÍCIO DO MILÉNIO SOBRE S. PEDRO DO CORVAL

No início do século fiz uma primeira pesquisa prospetiva em S. Pedro do Corval, com vista a antecipar os principais cenários para este polo de cerâmica, bem como definir algumas linhas estratégicas para agir junto dos ceramistas a fim de evitar o definhamento deste polo.

O primeiro objetivo deste trabalho era de inquirir se a produção cerâmica artesanal poderia ser uma alavanca no desenvolvimento regional sustentado, em certas partes do país, tal como em S. Pedro do Corval.

Reconhecendo que a cerâmica é um elemento fundador de certas culturas e sociedades, pelo que pode constituir-se como matriz de certos povos e elemento identificador de determinadas civilizações, haverá que compreender como tal pode ser mantido em certas comunidades tendencialmente despovoadas e com a população a fugir para outros setores de atividade mais rentáveis e para outras regiões com maior dinamismo económico.

Considerava então que a cerâmica, se não se abastardasse mais nos anos seguintes e se desenvolvesse uma cultura de promoção, valorização e modernização

OLARIA ANTÓNIO
MARQUES BULHÃO
S. Pedro do Corval
Reguengos de Monsaraz
Fotografia José Carlos Garcia

da sua produção artesanal, poderia ser, a par de outras, uma verdadeira alavanca de desenvolvimento sustentado e durável.

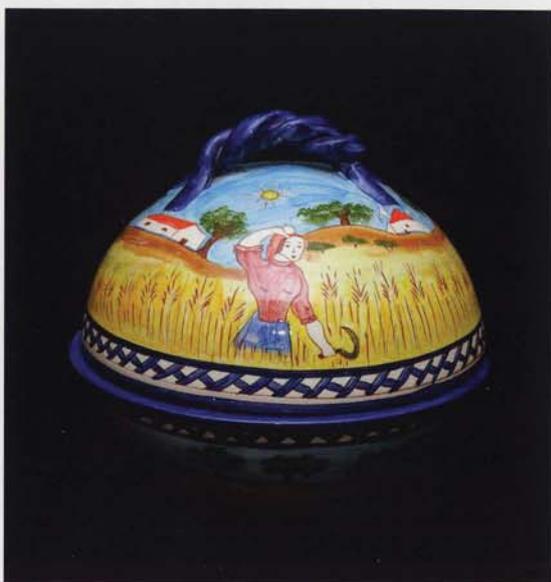
Tendo pensado na altura num horizonte de dez a quinze anos, tentei desenhar algumas tendências e definir alguns cenários.

Assim, o conjunto dos cenários que antecipei num horizonte de 2010/15 para a cerâmica de S. Pedro do Corval, era contrastado entre dois eixos centrais de incerteza: o eixo da **valorização/desvalorização dos produtos e da imagem de Reguengos de Monsaraz/S. Pedro do Corval** e o eixo da **valorização das competências da mão-de-obra e da própria Região versus a indiferença e o não intervencionismo das entidades que determinam e influenciam a região alentejana e Reguengos de Monsaraz.**

Verifiquei na época que o polo de S. Pedro do Corval corria sérios riscos, mas defendia que desses riscos podiam nascer novas oportunidades e desafios, uma vez que se perspetivavam fortes investimentos a nível infraestrutural (Alqueva) e turístico na sua envolvente.

Na intervenção que proferi na época referia então três cenários, que apresentei de forma sintética:

- Cenário **“renascimento cultural e afirmação da raiz alentejana”**
- Cenário **“deixar andar, deixar acontecer”**
- Cenário **“afundamento e desaparecimento da tradição oleira”.**

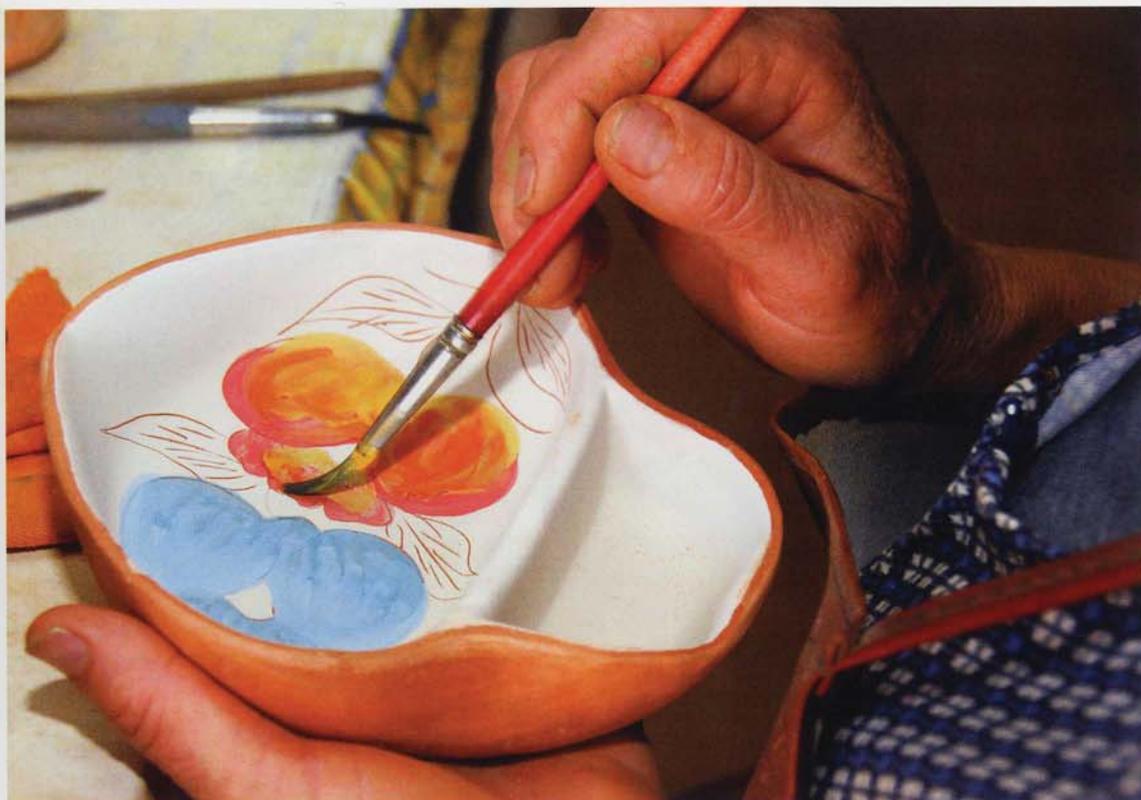


OLARIA LUÍS JANEIRO
S. Pedro do Corval
Reguengos Monsaraz
Fotografia José Carlos Garcia

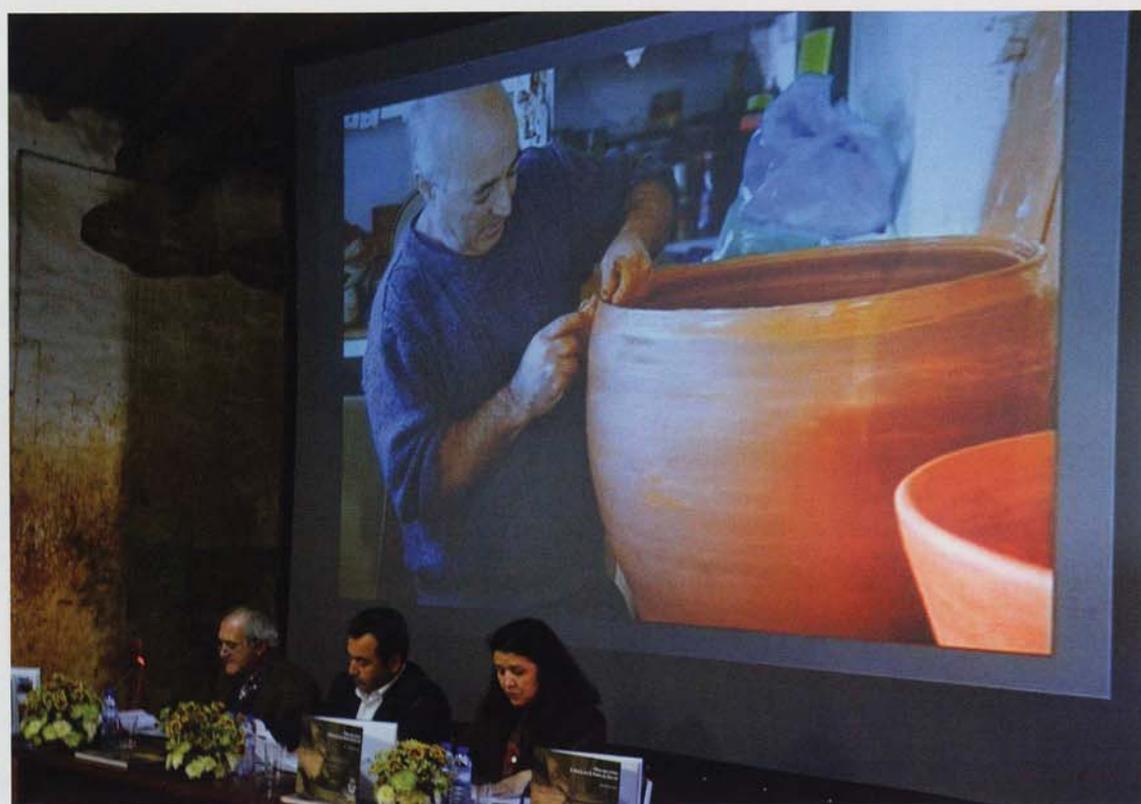
Pormenorizando, para cada um dos cenários antecipava as seguintes tendências:

O cenário do **“renascimento cultural e afirmação da raiz alentejana”**, o mais positivo e otimista para a cerâmica artesanal local, imporá uma ação estratégica de proatividade muito forte a que respondessem os atores locais de uma forma assumida. Considerava então como necessárias as seguintes condições:

- Valorização da profissão de oleiro/artesão atribuindo-lhe ou reconhecendo-lhe um estatuto social, tão valorizado como qualquer outra profissão “moderna”;
- Combinação da atividade artesanal com outras atividades profissionais, num regime de partilha de ocupações;
- Promoção dessa atividade como fonte de realização pessoal e criativa para os seus profissionais;
- Transformação:
 - do tipo de trabalho, criando condições de qualidade e de bem estar que não o penalize em relação a outras atividades mais agradáveis que estão a emergir na área dos serviços;
 - dos locais de trabalho em verdadeiros centros de aprendizagem permanente abertos ao exterior, onde os próprios jovens locais possam ser captados mais cedo, sem ser entendido como “exploração da mão de obra infantil”, e outras pessoas de outras origens venham fazer cerâmica como lazer ou mesmo para aprenderem a trabalhar com o barro;
- Ligação entre o sistema educativo e formativo e o contexto real de trabalho das oficinas ou ateliers, de forma a preservar a tradição cerâmica na região;
- Criação de formações de nível superior nestas áreas do artesanato (“craft” como em outros países) interagindo com os centros cerâmicos tradicionais, podendo contribuir para a sua modernização e desenvolvimento de novos produtos;
- Utilização inteligente da tecnologia disponível, estimulando a inovação, que não desvirtue a genuinidade do produto final, mas que permita acompanhar o gosto dos consumidores e a melhoria da qualidade de trabalho;
- Fomento entre os artesãos (“craftmen”) dum verdadeiro espírito associativo e de cooperação, que passe pela criação de estruturas mais ou menos formalizadas, para a produção, promoção, venda do seu artesanato;



OLARIA ANTÓNIO
MARQUES BULHÃO
S. Pedro do Corval
Reguengos Monsaraz
Fotografia José Carlos Garcia



DEBATE SOBRE
A CERÂMICA DO CORVAL
S. Pedro do Corval
Reguengos de Monsaraz
Fotografia José Luiz
de Almeida Silva





- Criação de espaços eficientes para a produção e venda direta, recuperando as olarias tradicionais, que se poderiam integrar num verdadeiro “espaço artesanal” como “zona de exposição coletiva”, onde beneficiassem de infraestruturas comuns e vencessem formas anacrónicas de competição desleal;
- Organização da oferta para enfrentar o “esmagamento” dos preços da parte dos intermediários ou compradores profissionais, promovendo em simultâneo a qualidade e a imagem do produto;
- Preocupação crescente de acrescentar valor aos produtos, através do investimento em novas formas de promoção e de marketing;
- Aposta na promoção e divulgação do artesanato do Corval/Reguengos de Monsaraz através de meios modernos (catálogos bem apresentados, filmes, vídeos, CD’s, Internet, campanhas publicitárias);
- Promoção/venda em mercados organizados, no país e no estrangeiro, em zonas comerciais, aeroportos, espaços comerciais em estradas internacionais, feiras, etc.;
- Discriminação fiscal positiva a instituir para micro e pequenas empresas artesanais, que utilizem mão-de-obra intensiva;
- Sistema de contribuições para a segurança social inovador distinto dos setores mais avançados e competitivos, intensivos em capital.

O segundo cenário “**deixar andar, deixar acontecer**”, menos otimista e inspirado na tradição portuguesa de agir reflexivamente, ou seja, responder casuisticamente de forma não estratégica, face aos problemas que vão surgindo:

- Desaparecimento paulatino das olarias com o envelhecimento dos oleiros e afastamento dos seus descendentes, que procuram atividades e profissões mais prestigiadas socialmente e rentáveis em termos salariais;
- Deslocalização paulatina da produção típica de Corval/Monsaraz para países de mão-de-obra barata, nomeadamente, por razões de proximidade, para o norte de África;
- Automatização crescente dos processos de produção nas empresas/olarias que restarem;
- Concorrência sem regras entre as empresas/olarias/lojas que se mantiverem no mercado local;
- Inexistência de formas avançadas de promoção e de defesa da louça genuína local;

PEÇAS MAIS INOVADORAS
S. Pedro do Corval
Reguengos de Monsaraz
Fotografia José Luiz
de Almeida Silva

PEÇAS MAIS INOVADORAS
S. Pedro do Corval
Reguengos de Monsaraz
Fotografia José Luiz
de Almeida Silva

OLARIA ANTÓNIO
MARQUES BULHÃO
S. Pedro do Corval
Reguengos de Monsaraz
Fotografia José Carlos Garcia



- Venda da louça (com denominação do Corval/ Monsaraz) em grandes superfícies nos centros populacionais de maior dimensão, em restaurantes, unidades hoteleiras e outros estabelecimentos comerciais ou em pequenas oficinas locais que simulem a sua produção;
- Eventualmente conformação e chacota das peças em unidades produtivas deslocalizadas e apenas a decoração feita localmente;
- Controle local dos circuitos de comercialização beneficiando do incremento do turismo de qualidade e da promoção da imagem da olaria do Corval;
- Diminuição gradual do emprego na atividade artesanal local, que poderá vir a resumir-se à comercialização e, eventualmente, apenas à decoração;
- Produção mais massificada explorando os motivos de matriz mais original, mas aplicados em série;
- Não intervenção do Estado ao nível da fiscalidade nem da introdução dum novo regime de segurança social;
- Indiferença por parte do Estado e das autarquias peran-

te a crescente decadência do setor e da “fuga” de jovens ao trabalho artesanal;

- Redes de distribuição organizadas externamente, colocando o produto nos mercados interno e externo que procurem objetos de decoração de caráter tradicional.
- Utilização progressiva, pelas redes de comercialização, das vendas através da Internet ou da venda por catálogo.

Finalmente, o cenário **“afundamento e desaparecimento da tradição oleira”** que era o mais temível para a cerâmica local e que ainda não ocorreu:

- Extinção de forma rápida da produção artesanal em S. Pedro do Corval;
- Expansão a nível da cerâmica artesanal da produção com base nos países de mão-de-obra barata mas com tradição (em África, Ásia e países do Leste), promovida por redes de distribuição bastante poderosas, que passa a ser preferida por uma maior genuinidade e ligação às raízes;



OLARIA ANTÓNIO
MARQUES BULHÃO
S. Pedro do Corval
Reguengos de Monsaraz
Fotografia José Carlos Garcia

- Constituição de ateliers de alta qualidade e com jovens artistas/artesãos que produzirão pequenas séries de elevado preço, eventualmente noutros locais distantes do Corval, e que venderão no mercado especializado (exposições, feiras, museus, galerias);
- Crescente urbanização da população e abandono do trabalho artesanal por parte dos mais jovens, por ser mal pago em comparação com profissões mais valorizadas tecnicamente, dispondo aquele de condições menos vantajosas e agradáveis de trabalho;
- Nenhuma medida de fiscalidade positiva em relação ao artesanato com características locais e ao trabalho em regiões de baixa densidade;
- Regime de contribuições para a segurança social dos trabalhadores artesanais idêntico aos dos setores mais competitivos e intensivos em capital;
- Atuação do fisco de forma mais eficiente no combate à fuga aos impostos otimizada pelas instituições de carácter comunitário;
- Desertificação de S. Pedro do Corval de população

residente, que será conduzida para meios urbanos mais populosos, ocupando-se os restantes em empregos de proximidade ou de serviços à comunidade;

- Ocupação do espaço pelos “novos proprietários de competências”, que utilizarão as habitações existentes como segunda residência.

ALGUMAS CONCLUSÕES QUE SE PODEM TIRAR HOJE

Como dizíamos na época, era evidente que nenhum destes cenários se viria a concretizar tal como foi concebido. O futuro resultará sempre duma combinação de fatores que podem estar explícitos nos três cenários, ou de outros fatores que emergiram, sendo certo que se caminhou mais num sentido ou noutro, consoante a determinação que os principais atores (internos ou externos) colocaram nas suas decisões e atitudes.

O objetivo deste trabalho não era acertar em cenários que pudessem milimetricamente vir a ocorrer

nesse horizonte, mas sim estabelecer cenários possíveis, desejáveis, realizáveis ou temíveis, que alertassem as pessoas para as eventuais consequências das suas decisões no momento, fazendo-as agir pré e pró-ativamente em consequência.

O que nos interessava era despertar o pensamento dos responsáveis, decisores e população em geral, para os desafios e ameaças que se iriam colocar provavelmente no futuro próximo.

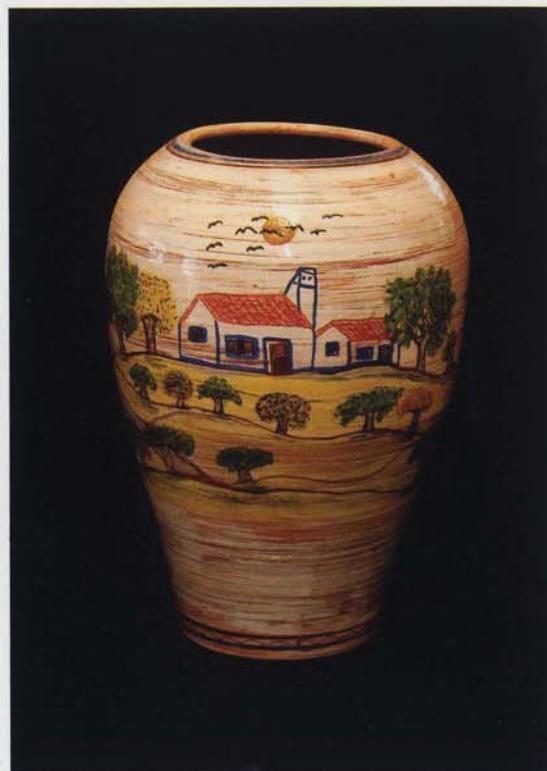
Quase década e meia depois, verifica-se que parte daquilo que foi antecipado veio a ocorrer, colocando-se hoje, ainda com maior premência, algumas questões chave que marcaram os anos já passados. Essa análise foi tentada uma vez mais, em 2013, pelo que juntamos essa informação e conclusões.

O POLO DE CERÂMICA DE S. PEDRO DO CORVAL REVISITADO 15 ANOS DEPOIS

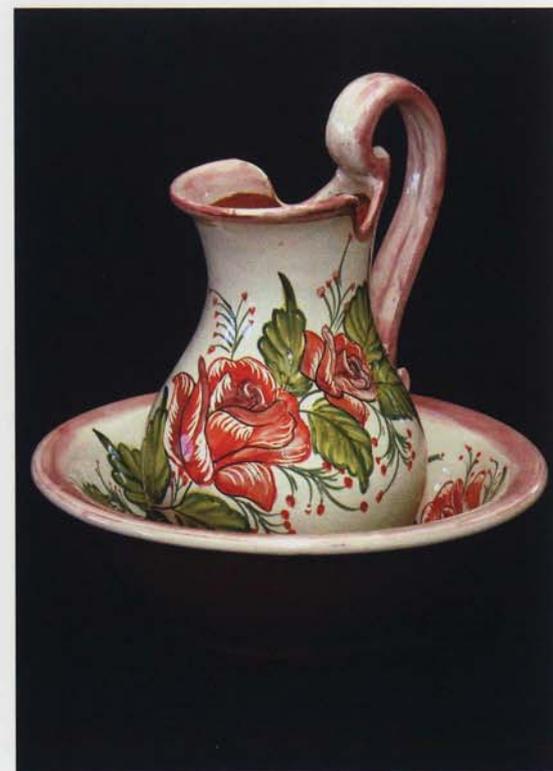
Na pesquisa de diagnóstico realizada no início de 2013, no polo cerâmico de S. Pedro do Corval, que continua ainda a ser o mais dinâmico do Alentejo, feita

através de um contacto direto e pessoal com grande parte dos artesãos ainda em atividade, pude tirar novas conclusões com vista a uma futura ação estratégica, que confirmam tendencialmente e de uma forma assertiva o que havia escrito quase década e meia antes:

- Continua a existir um forte individualismo e incapacidade (quase impossibilidade) de reunir esforços entre os oleiros para formarem qualquer tipo de organização associativa ou de estrutura cooperativa, apesar de todos se queixarem desse mal;
- Detetam-se problemas crescentes com as vendas, devido à diminuição da procura interna e externa, bem como aumento dos custos das matérias-primas e da energia, apesar de haver olarias que não se queixam muito destes fatores; contudo, a maioria compensa esse problema com atividades complementares ou alternativas, como a própria venda de cerâmica ou de outros materiais de produção alheia, as atividades na área da agricultura e vinicultura, a organização de passeios turísticos no Alqueva, a recolha e venda de plantas e outros produtos naturais, etc.;
- Ninguém se refere, no momento presente, à neces-



OLARIA JOAQUIM TAVARES
S. Pedro do Corval
Reguengos de Monsaraz
Fotografia José Carlos Garcia





PRATO
S. Pedro do Corval
Reguengos de Monsaraz
Fotografia José Luiz
de Almeida Silva

- cidade de formação nem de recrutamento de mão-de-obra, uma vez que continua a haver trabalhadores com experiência disponíveis no mercado, sendo que parte das tarefas a realizar não obrigam sequer a grande preparação técnica;
- Algumas olarias já foram assumidas pelos filhos ou netos dos oleiros fundadores, que têm uma outra lógica de atuação, mas que mantêm os mesmos handicaps dos pais ou avós em relação a formas de cooperação com os outros oleiros locais;
 - Das 33 olarias que foram recenseadas no primeiro estudo parecem restar cerca de dez e meia, juntando-se o facto de qualquer das existentes ter diminuído a mão-de-obra ao serviço;
 - Verifica-se uma tendência crescente de abertura de lojas próprias na vila de Monsaraz, o ponto no concelho onde atualmente há um maior fluxo diário de visitantes e turistas (e especialmente em certos dias da semana ou épocas do ano), quer por ser um importante património cultural e arquitetural na região, quer pela sua localização central no Empreendimento do Alqueva, hoje outro grande chamariz no Alentejo;
 - Provavelmente, a breve prazo, Monsaraz vai estar como outros pontos turísticos de referência nacional no resto do país, como Óbidos, Nazaré, Fátima, Évora, etc., em que os andares térreos nos centros dos aglomerados urbanos estão dedicados ao comércio de produtos para turistas, mais ou menos originários



OLARIA ANTÓNIO
MARQUES BULHÃO
S. Pedro do Corval
Reguengos Monsaraz
Fotografia José Carlos Garcia

da região, mas tendencialmente provenientes do estrangeiro, por razões de custos e de margens de comercialização. Esta possibilidade, a não ser encarada, poderá desvirtuar toda a lógica da produção local endógena, criando uma proliferação na oferta que se encontra em qualquer país ou região do país, com as consequências para a degenerescência do produto tradicional de base regional. Este é um fenómeno que está a generalizar-se com prejuízos graves.

- Continuam a não existir, como referimos antes, jovens a trabalharem nas olarias de S. Pedro do Corval ou que queiram criar novos ateliers mais modernos, fazendo produtos de cerâmica alternativos e respondendo a novas procuras com maior valor acrescentado, mesmo inspirados na tradição alentejana, como já há noutros locais, embora de forma incipiente, como em Vila Viçosa, Arraiolos, etc.

O QUE FAZER?

Apesar do diagnóstico pouco otimista, há já algumas empresas a fazer cerâmica algo inovadora, do ponto de vista formal, especialmente ao nível das decorações, que têm conseguido chegar a novos mercados. A própria estratégia de ação mostra uma evolução considerável, fruto da vinda de novos empresários (alguns originários da região) ou do reforço da capacidade técnica e de gestão de oleiros que fizeram o caminho próprio da sua formação. Assim se explicam alguns passos positivos no sentido do mercado mais aberto que se vive hoje.

A utilização da ferramenta da inovação nas peças, referida por alguns dos oleiros, através da criação de produtos com novos desenhos e decorações, nunca chega a uma mudança profunda na estratégia de produto e do mercado.

Contudo, apesar do que disse antes, não me pareceu em nenhum momento que a maioria dos oleiros de S. Pedro do Corval estivesse a sofrer dramaticamente com a crise económica que o país atravessa desde 2008, parecendo que se têm adaptado progressivamente às novas circunstâncias, quer produzindo para clientes fidelizados, quer tendo atividades rentáveis alternativas, não inspirando novas necessidades de curto prazo.

Quanto a projetos coletivos desejáveis para a região, vários ceramistas defenderam a criação em S. Pedro do

Corval de um museu da olaria ou de um centro interpretativo, para atrair pessoas. Contudo todos têm algumas dúvidas sobre o êxito assegurado para este projeto, pois não existem apoios consideráveis nem vontade institucional que dê sustentabilidade a tais projetos.

Outras iniciativas como publicidade, execução de um catálogo conjunto, criação de informação na internet, serão bem acolhidas pela maioria, mas sempre com alguma desconfiança, uma vez que há alguns que já têm uma estratégia de marketing mais apurada através da Internet, nas suas lojas ou junto da sua rede de clientes.

Instados a pronunciarem-se sobre a experiência das "Maisons de Produits du Pays de Haute Provence" (no sul de França onde se cruzam os acessos à Cote d'Azur), consistindo em lojas de produtos tradicionais e regionais eventualmente a criar (com apoios comunitários, como aconteceu naquela região francesa) junto às estradas de grande circulação que dão acesso aos centros turísticos do sul do país e construídas fora dos centros urbanos (para evitar a concorrência com os comerciantes instalados), não discordaram mas parece que nunca avançariam se a iniciativa partisse exclusivamente deles.

Apesar das dificuldades endógenas e de comportamento, julgo que a via do desenvolvimento/manutenção do polo de cerâmica de S. Pedro do Corval passará sempre por uma estratégia de turismo ativo, com ligação aos investimentos em curso na região neste domínio ou da agricultura/vinicultura. Em acréscimo, nota-se a necessidade da criação de plataformas de facilitação de contactos e de atração de fluxos de turistas para as olarias, em conexão com as empresas turísticas que operam na região.

Também seria interessante captar estudantes dos vários níveis de ensino, especialmente nas áreas das artes do ensino superior, secundário ou profissional, para a possibilidade de desenvolverem atividades criativas naquela região, em estágio ou como empreendedores, seja com produtos tradicionais seja com produtos inovadores, baseados ou não na tradição.

Será, assim, prioritário continuar a lutar pela criação de um espírito associativo e de cooperação entre entidades, lutando contra a visão de curto prazo de muitos gestores e dirigentes públicos, bem como dos próprios

artesãos e da perspectiva que sempre têm de privilegiar o lucro imediato. A isto junta-se a falta de massa crítica e de dimensão cultural do turista nacional e a insuficiente diversificação do produto turístico para o mercado internacional, por incapacidade dos operadores.

As transformações organizacionais ao nível institucional que o sistema turístico português tem sofrido nos últimos vinte anos, bem como a aposta em mono-produtos, muitos deles podendo ter ofertas mais qualificadas e mais competitivas a nível internacional, têm prejudicado a valorização do artesanato enquanto polo produtivo e cultural.

Mesmo assim, alguns centros turísticos nacionais, como Lisboa, Porto e Évora, têm beneficiado de uma procura crescente do turismo internacional pelo mercado português, por razões de novas apostas internas e dos próprios mercados, cujo impacto se devia ou podia transmitir ao resto do território nacional.

COMO FAZER MAIS?

Para incrementar esta dimensão do turismo ligado à produção artesanal, para a preservar e evitar o desaparecimento de muitas das competências e do património edificado que ainda resta, será necessário aproveitar crítica e criativamente as experiências dos outros países, no que pode ser uma atitude muito benéfica para quem começa tarde. E muito do que há a fazer, em período de forte carência de fundos a nível público e privado, nem envolve muitos custos.

Assim:

- Um dos primeiros aspetos essenciais está relacionado com a preservação, valorização e reconhecimento das competências pessoais de muitos dos artesãos e criativos, que são cruciais para a manutenção e promoção do artesanato. Sem esse tributo e reconhecimento, aqueles que aprenderam, desenvolveram e preservaram esses saberes desaparecerão em breve e fará pouco sentido a manutenção destes polos oleiros no futuro. Isto ao contrário do que é feito nalguns países em que é dado o justo reconhecimento nacional (como acontece especialmente no Japão, Austrália, França, entre outros países, com as distinções nacionais ao nível profissional nas respetivas áreas).
- É também crucial formar os agentes e operadores

turísticos, apetrechando-os com este conhecimento, e lançar-lhes novos desafios para uma outra visão do artesanato, podendo eles contribuir para oferecer um produto turístico mais genuíno aos diferentes tipos de turistas e visitantes que vêm ou que possam querer vir até Portugal.

- Paradoxalmente, parece que em Portugal tudo se faz para afastar da atividade produtiva, e da promoção turística e cultural, o pessoal reformado que detém essas competências profissionais ligadas à atividade artesanal, provavelmente para evitar que possam acumular uma “insuficiente” pensão de reforma com alguma retribuição suplementar que possam auferir. Esta quase penalização simbólica destes “repositórios vivos” de experiências profissionais passadas pode ser negativa para o país.
- Depois haverá que defender, preservar e valorizar os sítios e os espaços onde a atividade artesanal foi e, em muitos casos, ainda é desenvolvida, dando contrapartidas aos artesãos e suas famílias para evitar que deixem degradar ou permitam a demolição rápida e sem rasto desse património material, mas que é também verdadeiramente imaterial.
- Haverá ainda que dignificar em termos sociais o trabalho manual, que será no futuro tão importante como o trabalho intelectual, sabendo que muitos dos trabalhadores intelectuais valorizam enormemente a atividade manual como compensação para uma mono-ocupação sedentária do seu tempo de vida ativa.
- Como um primeiro passo para o relançamento destes projetos de artesanato cerâmico, propõe-se a dinamização do setor através da criação de parcerias locais que permitam a organização dinâmica desses centros oleiros.
- Iguamente se propõe a criação de parcerias com os outros intervenientes de turismo em cada região ou a criação de minirrotas de produção artesanal em ligação com a culinária tradicional nas localidades, com a intervenção e participação de todos os interlocutores da região.
- Nestes roteiros artesanais locais não se devem esquecer as visitas ao património construído em que a cerâmica possa ter uma importância decisiva, como fornos tradicionais, casas antigas em adobe ou tijolo, etc..

A CERÂMICA DE REDONDO

Olaria Luís Janeiro
Rua da Igreja, 11 - 4700-101 Redondo



OLARIA LUÍS JANEIRO
S. Pedro do Corval
Reguengos de Monsaraz
Fotografia José Carlos Garcia

- Estes roteiros devem ser integrados noutros produtos turísticos de forma a poderem ser facilmente incorporados na oferta já existente em hotéis, pacotes turísticos, visitas culturais, entre outros. Só desta forma é que o turismo de experiências (ligado com a produção artesanal) poderá ser considerado uma mais-valia no setor e ter a adesão pretendida por parte dos consumidores finais.
- Por outro lado, é indispensável a dinamização de uma cultura de partilha, cooperação e diálogo entre todos os atores que podem contribuir para a concretização destes projetos. Este seria o cimento agregador e que potenciará a atividade artesanal conjuntamente com a sobrevivência e renascimento de outras atividades locais nas comunidades de baixa densidade populacional.

Este foi um trabalho realizado no polo oleiro de S. Pedro do Corval, mas outros centros oleiros ou de cerâmica no país têm histórias ou trajetórias interessantes para analisar, havendo alguns que ainda hoje

apresentam dinamismos que importaria considerar. Falamos, a título de exemplo, de Barcelos, Estremoz, Nisa, Crato, Redondo, Molelos, etc.

Ao nível da produção de cerâmica de autor, com conteúdo mais contemporâneo, mas de pequena produção ou produção artesanal, encontramos pelo território nacional as mais variadas experiências. Umhas dispersas, com ceramistas isolados que trabalham para um mercado alargado passando por galerias, lojas de produtos turísticos e pela venda direta através da internet ou em feiras ou exposições, outras daqueles que se organizaram em associações ou em torno de pequenas empresas com estabelecimentos comerciais em centros turísticos.

A forma como agem no mercado é muito variada e os resultados obtidos também não são suficientemente conhecidos, para haver um programa englobando a totalidade das situações que se vivem em Portugal.

Mas o artesanato cerâmico e a cerâmica de autor podem ser uma marca interessante e importante em Portugal, assim exista essa aposta a nível mais vasto.

FICHA TÉCNICA CATÁLOGO

Editor

IEFP - Instituto do Emprego e Formação Profissional, I.P.

Título

ROTAS DA CERÂMICA A SUL DO TEJO

Coleção

Catálogos FIA

Direção e Coordenação Editorial

IEFP/Gabinete de Comunicação e Relações Externas (GCRE) - Graça Castro

IEFP/Promoção dos Ofícios e das Microempresas Artesanais (PPART) - Fernando Gaspar

Produção executiva

PPART - Fernando Gaspar

GCRE - Paulo Rasquete

Design gráfico

Starfin Brands

Fotografia

GCRE - José Carlos Garcia

Créditos fotográficos

Ana Helena Grácio, Brian Fortune, Carlos Azevedo, Hélder Azevedo, João Frutuosa, José Garcia, José Luiz de Almeida Silva, Luís Leite Rio, Luísa Gancho, Ricardo Soares

Revisão

PPART - Fernando Gaspar

GCRE - Paulo Rasquete

Impressão e Acabamento

LST - Artes Gráficas, Unipessoal, Lda

Autores de textos

Ana Helena Grácio, Antónia Fialho Conde, Catarina Oliveira, Hugo Guerreiro, José Luiz de Almeida Silva, Luísa Gancho, Sara Navarro

(O conteúdo de cada texto é da exclusiva responsabilidade do seu autor)

Tipo de papel

Capa - Couché Creator Silk 350grs

Miolo - Couché Creator Silk 135grs

Tipo de letra

Cronos Pro

Tiragem: 1.500

Depósito legal: 377320/14

ISBN: 978-989-638-068-7

Edição: Junho/2014

www.iefp.pt

iefp.info@iefp.pt

Instituto do Emprego e Formação Profissional, I.P.

Rua de Xabregas, n.º 52 – 1949-003 LISBOA

Tel: 218614100 Fax: 218614612

FICHA TÉCNICA EXPOSIÇÃO

ROTAS DA CERÂMICA A SUL DO TEJO

FIA 2014

Organização e produção

Instituto do Emprego e Formação Profissional, I.P.

Direção e coordenação executiva

GCRE - Graça Castro

PPART - Fernando Gaspar

Produção executiva

GCRE - Paulo Rasquete

PPART - Fernando Gaspar

Arquitetura de espaço

FIL Design, S.A.

Instalação e montagem

A.I.P. – F.C.E.

Fotografias

GCRE - José Carlos Garcia

Agradecimentos

Ana Helena Grácio, Câmara Municipal de Redondo, Câmara Municipal de Reguengos de Monsaraz, Casa-Museu Anselmo Braamcamp Freire, Museu do Bordado e do Barro de Nisa, Sara Navarro.

E a todos os artesãos e entidades públicas e privadas pelo incondicional e desinteressado apoio e colaboração –
– cedência de obras, fotografias, informações, contactos – sem as quais não teria sido possível realizar a presente exposição.

ÍNDICE

- 9 NOTA DE ABERTURA
Jorge Gaspar, Presidente do IEFP
- 11 A ARTE E A TRADIÇÃO NA OLARIA DE S. PEDRO DO CORVAL
Antónia Fialho Conde, Historiadora
- 23 DESAFIOS E INÉRCIAS DE UM POLO CERÂMICO NUM AMBIENTE CADA VEZ MAIS INCERTO
MAS COM MAIS OPORTUNIDADES
José Luiz de Almeida Silva, Economista, Técnico Superior do CENCAL
- 37 A CERÂMICA DE REDONDO
Luísa Gancho, Investigadora em Cerâmica Etnográfica
- 55 A ARTE DE TRABALHAR O BARRO EM ESTREMOZ: entre a tradição e a modernidade em 2014
Hugo Guerreiro, Diretor do Museu Municipal de Estremoz
- 81 OLARIAS NO ALGARVE. Lugares, saberes, usos e memórias entre o passado e o presente
Catarina Oliveira, Arqueóloga
- 113 OLARIA DE NISA: do artesanato ao design de produto
Ana Helena Grácio, Investigadora em Design
- 125 POTES E TRANSFIGURAÇÕES. A arqueologia como pretexto para a escultura
Sara Navarro, Escultora
- 137 OLARIAS, BARRISTAS E CERAMISTAS
- 191 PUBLICAÇÕES EDITADAS PELO IEFP
- 195 FICHA TÉCNICA DO CATÁLOGO
- 197 FICHA TÉCNICA DA EXPOSIÇÃO