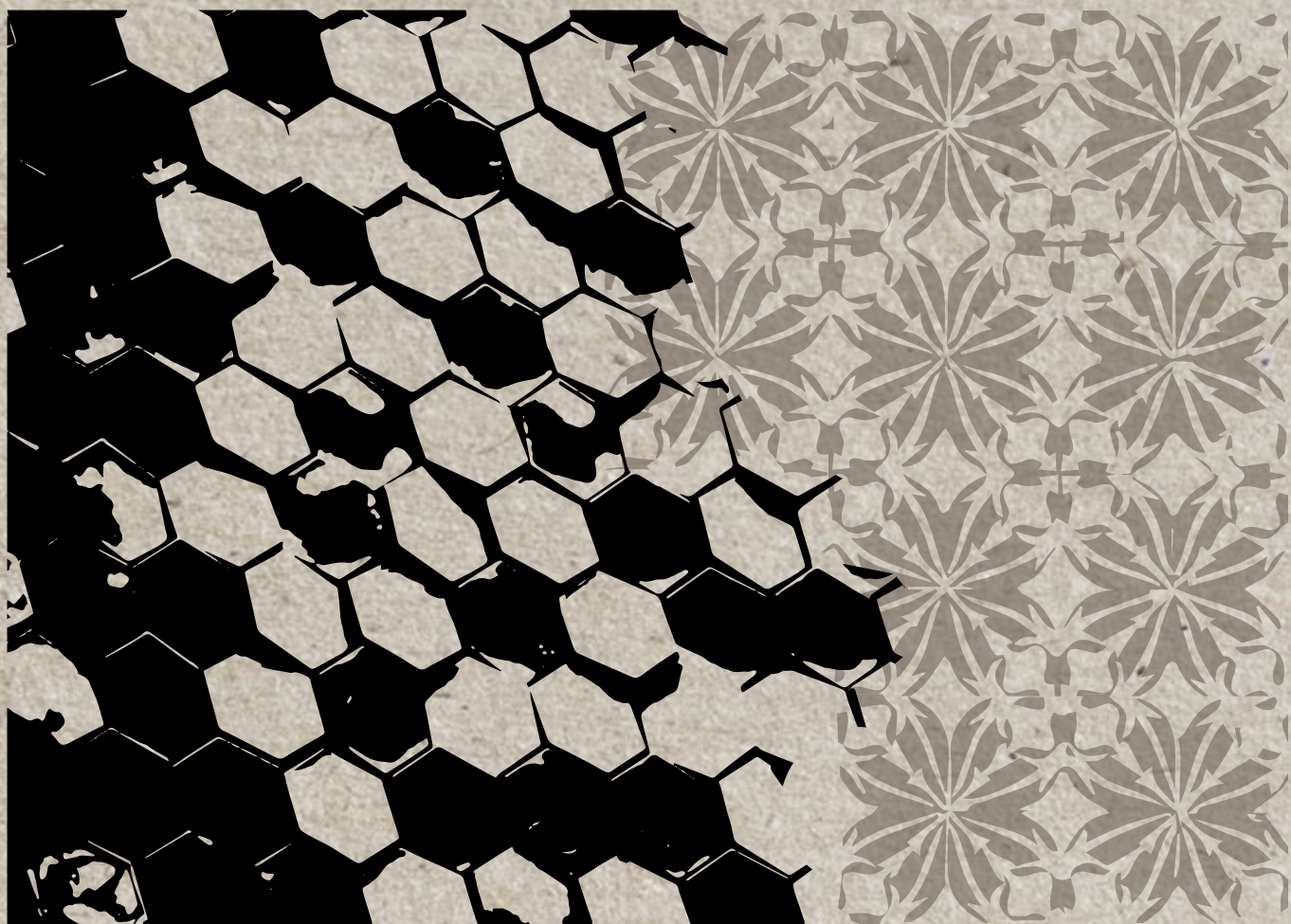




CERÂMICA PORTUGUESA

tradição e inovação

CERÂMICA PORTUGUESA

tradição e inovação

PORTUGUESE CERAMICS
tradition and innovation

APICER

associação portuguesa das indústrias
de cerâmica e cristalaria

Sumário

01	Mensagem Institucional Institutional Message
07	Apresentação Preface
13	Introdução Introduction
35	Tradição e Modernidade Tradition and Modernity
57	Excelência Excellence
81	Inovação e Design Innovation and Design
99	Uma Imagem Global A Global Image
123	Responsabilidade Social Social Responsibility
141	Ceramics Lifestyle Ceramics Lifestyle
161	Agradecimentos Acknowledgements



Vão de cobertura da antiga Fábrica da CS-Telhas transformada atualmente em Show-room da empresa. Foto: Clara Pimenta do Vale (CPV) / Rafter roof of ancient factory of CS-Telhas now converted into company's show-room. Photo credits: Clara Pimenta do Vale (CPV)





Mensagem do Presidente da APICER

Institutional message from the President of APICER

Dear friends

What is now reaching your hands is the tangible part of what seeks to be mainly a repository of feelings which no book can fully hold, notwithstanding the effort to translate into text a centuries-old history of many companies and individuals, to establish a permanent link between the ceramics industry and its past.

However, just as important as this past is being capable of adopting it with a sense of responsibility in the future, where everything will be different because this is the cycle of life. The only similarities lie in the challenges which gave us yesterday's roots, with those that provide a picture of ceramics nowadays, and which will continue to be required for the sustainability of this industry in our tomorrow.

All this is as natural as the clay which gives birth to ceramics;

All this is as noble as the people and the organisations which mould it and give it shape.

Yesterday, Today and Tomorrow!

In each page and in each image of this book, there is a story to tell, an experience to translate and a future to be filled.

In each page and in each image of this book, there is also a thank you to be made, a name to be identified and an organisation to be mentioned.

As it is impossible to fill in all these items which would certainly be more than just, APICER here represents the legitimised entity which remembers and thanks them, telling everyone with the greatest conviction that it will not abandon its MISSION, in the name of all those who designed it and will keep it going.

It is hereby registered that it is thanks to them that the World knows us and calls us by our own name of PORTUGUESE CERAMICS.

Caros Amigos

Chega às vossas mãos a parte tangível daquilo que pretende ser sobretudo um repositório de sentimentos que nenhum livro comporta integralmente, por maior que seja o esforço de traduzir em texto uma história centenária de muitas empresas e pessoas, que nunca deixarão de fazer a ligação da indústria de cerâmica com o seu passado.

Mas tão importante quanto esse passado, é sermos capazes de o adotar com sentido de responsabilidade no futuro, em que quase tudo é diferente porque é essa a lei da vida. As únicas semelhanças estão nos desafios que nos deram as raízes de ontem, com os que nos dão o retrato da cerâmica de hoje, e os que continuarão a exigir-se para a perenidade desta indústria no amanhã.

Tudo isto é tão natural como a argila de que nasce a cerâmica;

Tudo isto é tão nobre quanto as pessoas e as organizações que a moldam e lhe dão forma.

Ontem, Hoje e Amanhã!

Em cada página e cada imagem deste livro, há uma história por contar, uma vivência por traduzir e um futuro por preencher.

Em cada página e cada imagem deste livro, está também um agradecimento por fazer, um nome por identificar, e uma organização por referenciar.

Na impossibilidade de preencher todos estes itens que seriam sempre mais que justos, a APICER aparece como entidade legitimada para os lembrar e lhes agradecer, afirmando a todos com a maior convicção que não abandonará a sua MISSÃO, em nome de todos quantos a projetaram e a irão continuar.

Fique o registo de que é Graças a todos eles, que o Mundo nos conhece e nos trata pelo nome próprio de CERÂMICA PORTUGUESA.

Nesta justa e devida evocação do passado, cabe ainda uma menção a todas as Direções anteriores bem como aos Órgãos Sociais que as acompanharam,

In this just and proper revocation of the past, mention should be made of all previous Boards as well as the Governing Bodies which accompanied them, for the dedication and effort required, which is often painful and sometimes ungrateful. It is indeed because of the performance of all of them that we nowadays make our due bows to the heritage that exists, and that the sector will know how to continue and enrich.

Having stated that, I would like the first page of this volume to be filled with the names of all those members of APICER, since this illustrated content is their design and their colour, lent by all.

It is in its name that we passed over our testimony.

In community life, only members of the community have a place on the first page!

Because they have given the starting signal;

Because theirs is the will to go further;

Because theirs is the effort to strive for more and better;

Because theirs is the merit of believing more in the force of an army than in the heroic act of a soldier!

Dreaming big can be lonely; the ambition to be greater must be a collective wish!

The commanding voice fits the sector, to which each company has the duty of contributing;

Members have the right and also the honour to flesh out this voice;

To each and every one of them “Ready” is requested as the only reply to authenticate and strengthen the command decisions.

“Ready” to disagree, argue and intervene, to win and to serve.

Wishes for the future?

Let us all be Ready after all, so that the sector becomes bigger, stronger and richer.

pelo esforço de dedicação que é sempre exigente, muitas vezes penoso e algumas vezes ingrato. É no entanto pelo desempenho de todos eles que podemos fazer hoje a devida vénia ao património que existe, e que o sector saberá continuar e enriquecer.

Posto isto, gostaria que a primeira página deste volume fosse preenchida com os nomes de todos os associados da APICER, pois que a eles se deve o seu conteúdo ilustrado pelo design e pela cor que cada um emprestou.

É com o seu nome que fazemos a passagem de testemunho.

Na vida associativa, só os associados têm lugar na primeira página!

Porque foi deles o sinal de partida;

Porque é deles a vontade de chegar mais longe;

Porque é deles o esforço de querer mais e melhor;

Porque é deles o mérito de acreditar mais na força de um exército do que no ato heroico de um soldado!

O sonho de ser grande pode ser solitário; a ambição de ser maior terá de ser coletiva!

É ao sector que cabe a voz de comando, para a qual cada empresa tem o dever de contribuir;

Aos associados, cabe o direito mas também a honra de dar conteúdo a essa voz;

A todos e a cada um se pede “Pronto” como única resposta que autentica e fortalece as decisões de comando.

“Pronto” para discordar, discutir e intervir, para ganhar e para servir.

Votos para o futuro?

Estejamos todos Prontos afinal para que o sector seja maior, mais forte, e mais rico.

José Sequeira

Presidente da Direção da APICER – Associação Portuguesa das Indústrias de Cerâmica e de Cristalaria

President of APICER - Portuguese Association of the Ceramics Industry and Glassware

Mensagem do Presidente da Mesa da Assembleia Geral da APICER

Institutional Message from the President of the APICER Board of the General Assembly

Um olhar sobre a cerâmica

A look at ceramic

There is a ceramic plate in my company which is more than 50 years old and which says of the brick - "A Product Always Old and Always New." This phrase is so representative of what the world of ceramics was, is and will be...

Since the discovery of the moulding and firing characteristics of clay, pottery accompanied History, serving Humanity for thousands of years. Initially as a response to domestic needs such as utensils and later housing, today Ceramics continues to fascinate us, responding to highly technical challenges, such as the development of new materials serving the space, automotive, medical or chemical industries.

Portugal followed the development of this industry in an exemplary fashion, knowing how to evolve in tune with the culture of its time, and projecting its national ceramics worldwide. Taking advantage of the quality of its raw materials, the country saw the birth of numerous family businesses of excellence which, gaining scale and seriously investing in innovation and technological modernization, have distinguished themselves in their respective markets to become reputed entities recognised across borders.

The strong investment in research and development, in a better quality product and international expansion, were priorities and success came naturally. In Ceramics for Covering, the tile is unquestionably the distinctive artistic expression of portuguese culture in the world; in the Utilitarian and Decorative, crockery and porcelain have internationally promoted the exuberance and creativity of our ceramics since the nineteenth century; in the Sanitary Field, we are the third largest exporter in the European Union; and, finally, in Structural Ceramics, the portuguese roof tile defines the current technical and quality standards that lead in the south of Europe, and today offer a high quality roof tile, aesthetically adapted to the various markets and with an extensive range of formats.

Existe na minha empresa uma placa cerâmica com mais de 50 anos que diz relativamente ao tijolo - "Um Produto Sempre Antigo e Sempre Novo". Esta frase é bem representativa do que foi, é e será o mundo da Cerâmica...

Desde a descoberta das características de moldagem e cozedura da argila, a cerâmica acompanhou a História servindo a Humanidade durante milhares de anos. Inicialmente como resposta a necessidades domésticas enquanto utensílios e mais tarde habitação, hoje a Cerâmica continua a fascinar-nos respondendo a desafios altamente técnicos, como seja o desenvolvimento de novos materiais ao serviço das indústrias espacial, automóvel, médica ou química.

Portugal acompanhou o desenvolvimento desta indústria exemplarmente tendo sabido evoluir em sintonia com a cultura do seu tempo, projetando a cerâmica nacional mundialmente. Tirando partido da qualidade das suas matérias-primas, o país viu nascer inúmeras empresas familiares de excelência que, ganhando escala e investindo seriamente na inovação e modernização tecnológica, distinguiram-se nos seus respetivos mercados tornando-se entidades de renome reconhecidas além-fronteiras.

A forte aposta em Investigação e Desenvolvimento, numa qualidade de produto superior e a expansão internacional tornaram-se prioritárias e o sucesso aconteceu naturalmente. Na Cerâmica de Revestimento, o azulejo é indiscutivelmente a expressão artística diferenciadora da cultura portuguesa no mundo; na Utilitária e Decorativa, as faianças e porcelanas têm promovido internacionalmente a exuberância e criatividade da nossa cerâmica desde o século XIX; na Louça Sanitária, somos o terceiro maior exportador da União Europeia; e finalmente na Cerâmica Estrutural, a telha portuguesa define os atuais padrões técnicos e qualitativos que lideram o sul da Europa, tendo hoje para oferecer telha de alta qualidade, esteticamente adaptada aos mais diversos mercados e extensa variedade de formatos.

In addition, it has been with great pleasure that for more than 40 years of my personal career in the ceramics sector in Portugal, I have watched and continue to witness the contribution that national companies have made to the development, sophistication and internationalisation of this industry. Ceramics is one of the most extraordinary activities created by Human Beings, and we somewhat take for granted the role it has played in the progress of Humanity... Let us therefore be proud of nowadays being an example of innovation and excellence worldwide, and pay a great tribute to all those who in one way or another, throughout History, have contributed to the growth and prestige of portuguese ceramics.

É com enorme satisfação que, durante mais de 40 anos de carreira pessoal no sector da cerâmica em Portugal, assisti e continuo a testemunhar o contributo que as empresas nacionais tiveram no desenvolvimento, sofisticação e internacionalização desta indústria. A cerâmica é uma das atividades mais extraordinárias criadas pelo Homem, e com demasiada naturalidade damos como adquirido o papel que esta desempenhou no progresso da Humanidade... Orgulhemo-nos, por isso, de ser hoje um exemplo de inovação e excelência a nível mundial, e prestemos uma grande homenagem a todos aqueles que, de uma maneira ou de outra, através da História, contribuíram para o engrandecimento e prestígio da cerâmica portuguesa.

José Coelho

Presidente da Mesa da Assembleia Geral da APICER

President of the APICER Board of the General Assembly

Presidente do Conselho de Administração da CS - Coelho da Silva, SA

Chairperson of the Board of CS - Coelho da Silva, SA



Fernando Pessoa. Arranjo gráfico a
partir do desenho de Júlio Pomar para
a estação de metro Alto dos Moinhos /
Print of Fernando Pessoa inspiring by the
drawing of Júlio Pomar on the “Alto dos
Moinhos” subway station (Lisbon)



Apresentação

Preface

Ceramics is the oldest transformed material and is that which, in a way, is most related to the human being. Made from the powder covering the soil that sustains us, it finds itself in heat, invoking the primordial times of our planet, the energy that allows the transformation of amorphous material into objects of diverse use, from daily meals to buildings that shelter us, from simple popular manifestations to technical ceramics for use in innovative contexts and extreme requirements, such as space travel. Powder which becomes a paste, powder which becomes a viscous liquid, powder that becomes a form, objects which at the end of their life return to the primordial powder, raw material for new challenges. We can say that the manufactured piece seems to reiterate that primordial moment of Creation.

The book **PORTUGUESE CERAMICS tradition and innovation** seeks to provide examples of what Portugal has best to offer in this area, in the context of a global market and the necessary differentiation where each industry is working to affirm itself in this context.

This editorial project rides on the strength of the images as testimony of the action and in the role of the word, endorsed by many persons and institutions, which acknowledge the distinctive character of the portuguese ceramics industry, not just the final product standpoint, but also as a repository of knowledge and a strong social and cultural identity.

The book is divided into six main areas which are employed as narrative filters on a richer and complex reality.

The first of these, *Tradition and Modernity*, provides a journey bringing together the value of history and the wealth of national tradition with modern products adapted to contemporary life but where the underlying ancestral legacy may be perceived, thus bringing added value to innovation and originality.

A cerâmica é o material transformado mais antigo e o que, de certa forma, mais se relaciona com o ser humano. Feito do *pó* que cobre o solo que nos suporta, encontra no calor, invocação dos momentos primordiais do planeta, a energia que lhe permite a transformação de matéria amorfa em objetos de diversificada utilização, das refeições diárias às construções que nos acolhem, das singelas manifestações populares às cerâmicas técnicas de utilização em contextos de inovação e solicitações extremas, como as viagens espaciais. *Pó* que se torna pasta, *pó* que se torna viscoso líquido, *pó* que se torna forma, objetos que no final da vida retornam ao *pó* primordial, matéria-prima para novos desafios. Podemos dizer que a fabricação de cada peça cerâmica reitera o momento primordial da Criação.

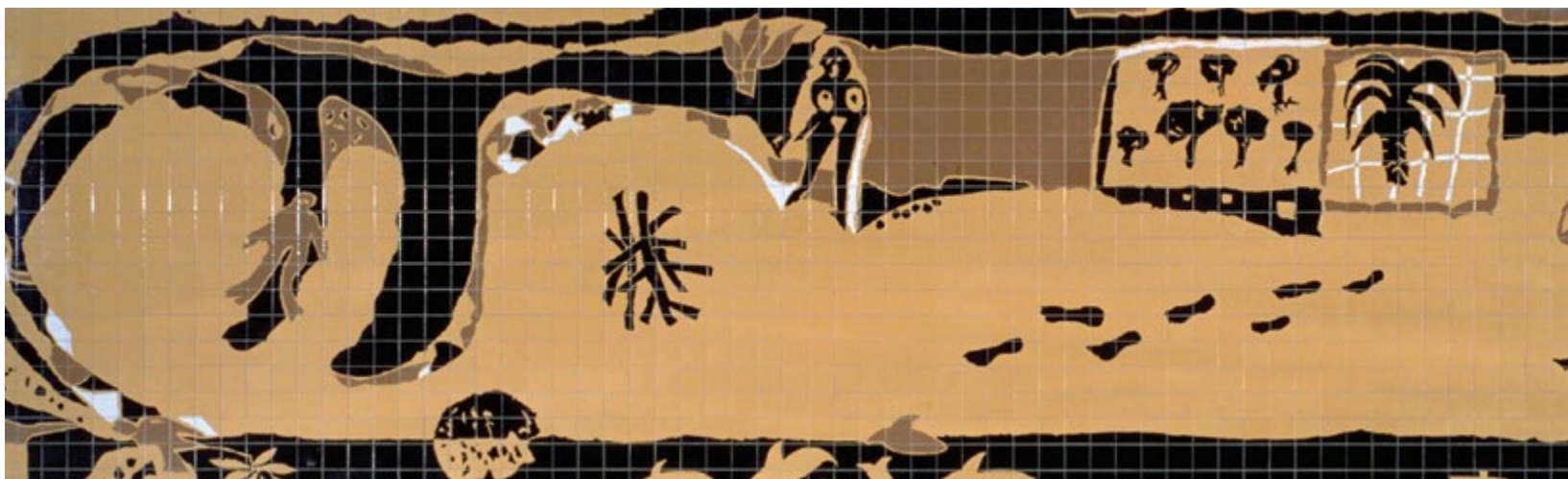
O livro ***CERÂMICA PORTUGUESA tradição e inovação*** pretende ser uma mostra do que de melhor Portugal tem para oferecer nesta área, num contexto de mercado global e da necessária diferenciação em que uma indústria deve apostar para se afirmar nesse contexto.

O projeto editorial aposta na força da imagem, enquanto testemunho da ação, e no papel das palavras de apoio de muitas pessoas, ou instituições, que reconhecem o carácter diferenciador da indústria cerâmica portuguesa, não apenas do ponto de vista do produto final, mas também como repositório de saberes e de uma forte identidade social e cultural.

O livro organiza-se segundo seis vetores que se instituem como filtros narrativos sobre uma realidade necessariamente mais complexa e rica.

No primeiro dos pontos, *Tradição e Modernidade*, oferece-se uma viagem que cruza o valor histórico e a riqueza da tradição nacional com produtos modernos adaptados à vida contemporânea mas onde a leitura dos legados ancestrais continua visível, tornando-se mais-valia e matéria para inovação e originalidade.

No segundo momento, *Excelência*, apresentam-se alguns dos fatores diferenciadores da indústria cerâmica nacional, como sejam a qualidade das suas matérias-primas, a execução cuidada e atenta ao meio ambiente, com produtos que se destacam pelo design e resposta adaptada aos requisitos específicos de cada cliente.



In the second, **Excellence**, some of the differentiating factors of the national ceramics industry are presented, such as the quality of its raw materials, its careful production attentive to environmental needs, with products which stand out due to their design and their response tailored to the specific requirements of each client.

National excellence is largely rooted in **Innovation and Design**, investing in advanced technological development, new materials, new solutions, enhancing the development of new products with design and high technology performance, in systems that are sensitive to current concerns regarding sustainability and efficiency of resources, features as befitting an industry that is focused on the future.

In addition, it has been these qualities that have allowed us to project a **Global Image**, placing products in markets with disparate features and demands, embodying a strongly export-driven industry, the quality of which means that it produces on a scale that cannot be matched by the small size of the country.

This is carried out within a **Social Responsibility** framework, integrated within the communities where it is located, involving participation, training, cultural promotion and support for sport and social work. But also of respect and protection by environment, by cultural and built heritage, preservation and dissemination of the technological, artistic and social memory of the ceramics sector. Social responsibility that strengthens itself by straight supporting employees and their families, promoting quality of life, health, comfort and well-being.

A Excelência nacional está em grande parte alicerçada em **Inovação e Design**, investindo em desenvolvimento tecnológico avançado, novos materiais, novas soluções, potenciando o surgimento de novos produtos com design e elevada performance tecnológica, em sistemas que são sensíveis às preocupações atuais de sustentabilidade e eficiência de recursos, como uma indústria direcionada para o futuro deve ser.

E tem sido estas qualidades que nos têm permitido projetar uma **Imagem Global**, colocando produtos em mercados com características e exigências díspares, dando corpo a uma indústria fortemente exportadora que vai buscar à qualidade do que produz, a escala necessária que a pequena dimensão do país não consegue proporcionar.

Numa postura que se assume de **Responsabilidade Social**, de formação profissional da sua mão-de-obra, de integração nas comunidades onde se localiza, de participação e de promoção cultural, de apoio ao desporto e ação social. Mas também de respeito e proteção do meio ambiente, do património cultural e construído, da preservação e divulgação da memória tecnológica, artística e social do sector da cerâmica. Responsabilidade social que se fortalece no apoio direto aos seus funcionários e famílias, na promoção da qualidade de vida, saúde, conforto e bem-estar.



Painel de azulejo da autoria de Joaquim Rodrigo na estação de metro do Oriente.
Foto: cortesia Metropolitano de Lisboa, E.P.E. / Tile panel authored by Joaquim Rodrigo at "Oriente" Subway station (Lisbon). Photo courtesy of Metropolitano de Lisboa, EPE

The book concludes by presenting national ceramics in different contexts and environments: from floors and walls to the roof tiles that protect us, through the sanitary pieces which more strongly define the character of a space; the dishes we use in our daily meals to the exceptional piece there to mark a singular moment; from demonstrations of folk art to pieces by an internationally renowned artist; from ceramic pieces which can contribute to the production of renewable energies to minuscule high performance technical pieces which can be fitted to a variety of machines. Finally, *Ceramics Lifestyle*, rather than a conclusion, provides a synthetic and condensed overview, woven between what was shown and what had to remain silent, an open door calling to the greatest discoveries.

In the ending pages of each chapter we offer the word to all who gave us testimony of their recognition of the distinctive characters of portuguese ceramics, through a first-hand statement.

However, despite this structure, this publication does not seek to tell the History of Portuguese Ceramics, or make an accurate characterization of its current condition, within an integrated but also simplified view. It rather prefers to narrate small individual episodes, important points in a statement of competences and quality, but which do not have to be the most crucial nor the most representative. In many cases, exactly the opposite is sought, that single, unrepeatable moment, which does not characterise all of the ceramics industry but which certainly indicates a considerable amount of what we are capable of. Like a good comic which, in each image, when well considered, can tell a whole story, each pair of open pages provides us with a vision, a visit, a journey... Follow us!

O livro termina apresentando a cerâmica nacional em diversos contextos e ambientes: dos pavimentos e revestimentos às telhas que nos protegem, passando pelas peças sanitárias que mais fortemente definem o carácter de um espaço; das loiças que usamos nas nossas refeições diárias ao elemento excecional destinado a memorizar um momento único; das manifestações de arte popular às peças de autor de projeção internacional; dos elementos cerâmicos capazes de contribuir para a produção de energias renováveis às minúsculas peças técnicas de elevado desempenho que equipam uma variedade de máquinas. Este último momento, *Ceramics Lifestyle*, mais do que uma conclusão, assume-se como uma visão sintética e condensada, tecida entre o que foi mostrado e o que teve que permanecer omissivo, uma porta aberta que convida a maiores descobertas.

Nas páginas finais de cada capítulo passamos a palavra a todos os que nos deram o testemunho do reconhecimento das características distintivas da cerâmica portuguesa, através de uma experiência na primeira pessoa.

Mas, apesar desta estrutura, não se pretende, na presente publicação, contar a História da Cerâmica Portuguesa, ou fazer uma caracterização acurada da sua condição atual, numa visão integradora mas também simplificadora. Prefere-se antes narrar pequenos episódios soltos, pontos importantes de uma afirmação de competências e qualidade, mas que não têm de ser os mais determinantes ou os mais representativos. Em muitos casos procura-se exatamente o oposto, o momento único, irrepetível, que não caracteriza a totalidade da nossa indústria cerâmica mas que indicia muito de que somos capazes. Como uma boa banda desenhada que, em cada imagem, se bem observada, nos consegue contar uma história inteira, cada par de páginas abertas oferece-nos uma visão, uma visita, uma viagem... Sigam-nos!



Aluna do Cencal a aprender Olaria,
junho de 2016, Foto: CPV / Cencal
student at Pottery class, June 2016, photo
credits CPV

The shoulder aligned
onto blind fingers.

Perspired clay lines.

The hand spoke
onto the hollow

Gentle moisture of loam.

A moulded body,
a flawless pot,
the art completed.

Alinhava a espádua
em dedos cegos.

Traços em argila suada.

Falava a mão
nos espaços côncavos

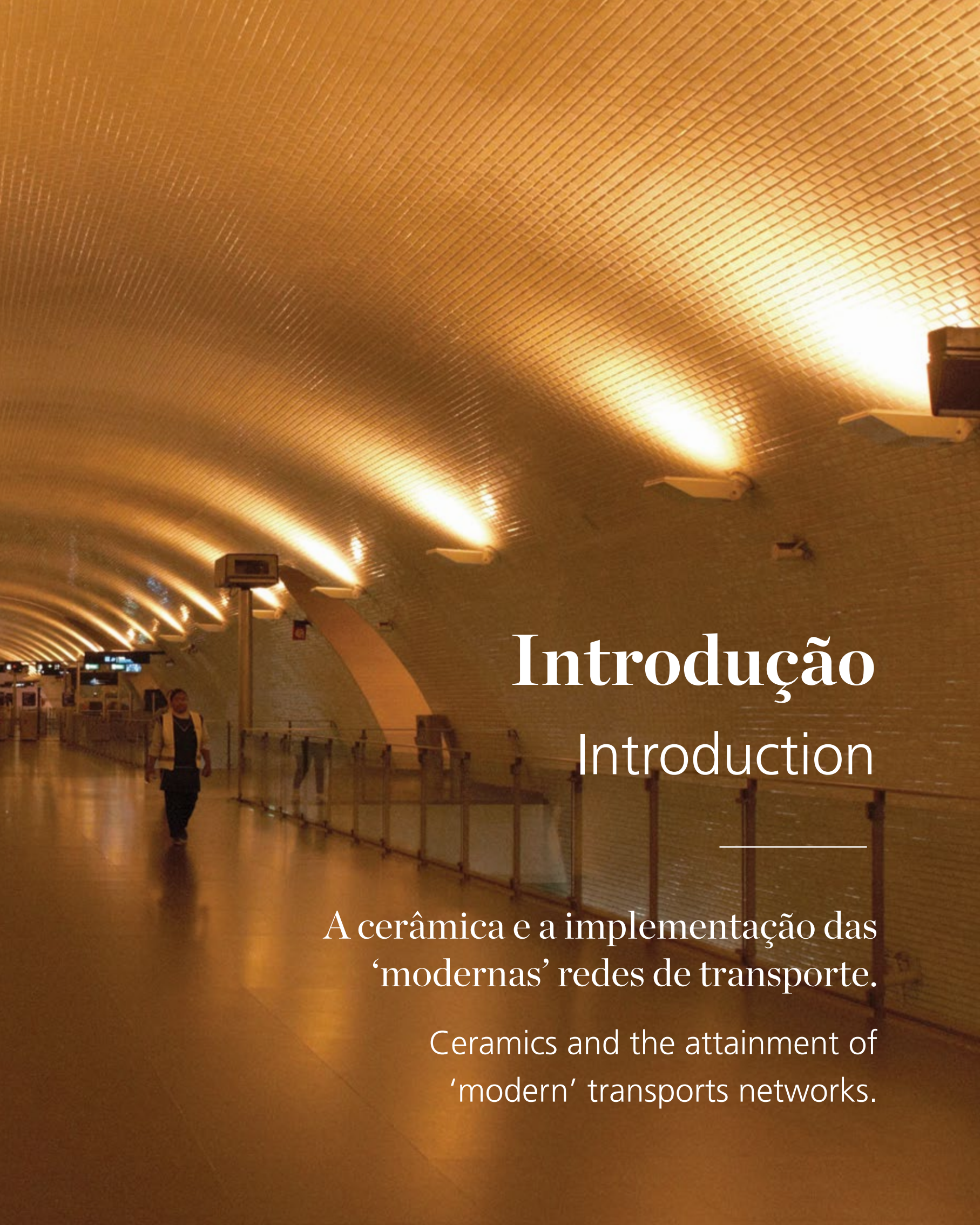
Argila por água encharcada.

Corpo moldado,
vaso pronto,
arte finalizada.



Santa Apolónia

Estação de metro da Baixa-Chiado da autoria do Arquiteto Álvaro Siza. Foto: CPV / Chiado's subway station (Lisbon), authored by Arch. Alvaro Siza, photo credits: CPV



Introdução

Introduction

A cerâmica e a implementação das
‘modernas’ redes de transporte.

Ceramics and the attainment of
‘modern’ transports networks.



Estação de metro do Oriente com a inclusão de um painel de azulejo da autoria de Yayoi-Kusama (Japão). Foto: cortesia Metropolitano de Lisboa, E.P.E. / View of "Oriente" subway station (Lisbon) with a tile panel authored by Yayoi Kusama, (Japan). Photo courtesy of Metropolitano de Lisboa E.P.E.

Fotografias das estações de metro inauguradas em 1959. Estação dos Anjos, Intendente, Areeiro, Rossio, Martin Moniz e Alvalade, com painéis de azulejos da autoria de Maria Keil. Fotos: cortesia Metropolitano de Lisboa, E.P.E. / photographs of Lisbon Subway stations inaugurated in 1959: "Anjos", "Intendente", "Areeiro", "Martim Moniz" and "Alvalade", comprising tile panels all authored by Maria Keil. Photos courtesy of Metropolitano de Lisboa E.P.E.





Estação de metro do Oriente com a inclusão de um painel de azulejo da autoria de António Ségui (Argentina).
Foto: cortesia Metropolitano de Lisboa, E.P.E. / View of "Oriente" subway station (Lisbon) with a tile panel authored by António Ségui (Argentina). Photo courtesy of Metropolitano de Lisboa E.P.E.



Arte Pública no Metropolitano de Lisboa

Public Art at Lisbon Subway

The construction of the Lisbon subway, which begun in the late forties of the twentieth century, was an important moment for the affirmation of portuguese capital as a modern city.

The tiles, common and traditional on portuguese architecture, were also associated with the image of the oldest underground systems, like London subway. However, in the twelve Lisbon subway stations opened in December 1959 none of these two traditional references was invoked, but an apologia from the ability of the material to convey the modernity of the new infrastructure, thru an innovative purpose of use. An invitation to modernist painter Maria Keil to set the coating on tile panels for the first 12 stations - which then lend their own identity and at the same time an overall mark- was a pioneer option for that time. In the subsequent expansion of the Lisbon subway network, that risky decision became a standard that was systematically applied to new stations, bringing art to the public space. Invitations made initially to the most representative portuguese artists such as Júlio Pomar, Manuel Cargaleiro, Maria Helena Vieira da Silva, Eduardo Nery among many others, were later enlarged to foreigners, bringing art and modernity to the day by day of those who step the 56 current Lisbon subway stations, permitting the contact to dissimilar artistic proposals such as the Icelander comics artist Errô to Argentinian Antonio Segui, the strong color impact of Hundertwasser (Austria) and Yayoi-Kusama (Japan), the eastern softness of Zao Wou-Ki (China), or the caricature trace of celebrated portuguese cartoonist António Antunes at “Airport” station. The latter not really shaped on ceramics but in stone, anyway their designs turned into pottery, thru a luxury set of porcelain cups.

In honor of this defining and greater moment of visibility of the tile as modern and unique object of art, -that simultaneously turns portuguese ceramics into ambassadors to all visiting portuguese capital-, this book uses image of these first Lisbon's

A construção da linha de metropolitano em Lisboa, iniciada no final da década de 40 do século XX, foi um momento de afirmação de modernidade da capital portuguesa.

Os azulejos, tradicionais na arquitetura lusa, estão também já associados à imagem das mais antigas linhas de metropolitano, como o Londrino. Contudo, nas doze estações de metro inauguradas em dezembro de 1959 o que se invoca não é nenhuma dessas duas referências tradicionais, mas sim uma apologia da capacidade do material de transmitir a modernidade da nova infraestrutura, pela inovação da forma como o mesmo é tratado. O convite à pintora modernista Maria Keil para definir o revestimento em painéis azulejares para as 12 primeiras estações - que lhes garantiu identidade própria e ao mesmo tempo uma imagem de conjunto - foi uma opção pioneira que com o tempo e a expansão da rede metropolitana lisboeta, se tornou uma norma que sistematicamente foi aplicada nas novas estações, trazendo a arte ao espaço público, em convites que se fizeram, numa primeira fase, aos mais representativos artistas nacionais, como Júlio Pomar, Manuel Cargaleiro, Maria Helena Vieira da Silva, Eduardo Nery, entre muitos outros, e mais tarde, atravessando fronteiras, trazendo ao dia a dia de quem percorre as 56 estações da rede atual, o contacto com propostas artísticas tão contrastantes como as obras do universo da banda desenhada de Errô (Islândia) e António Ségui (Argentina), o forte impacto da cor de Hundertwasser (Austria) e Yayoi-Kusama (Japão), a suavidade oriental de Zao Wou-Ki (China), ou o traço caricatural do “nosso” António Antunes, na estação do Aeroporto. Esta última não executada em cerâmica, mas em pedra, contudo com os seus desenhos transpostos para cerâmica, num conjunto de chávenas.

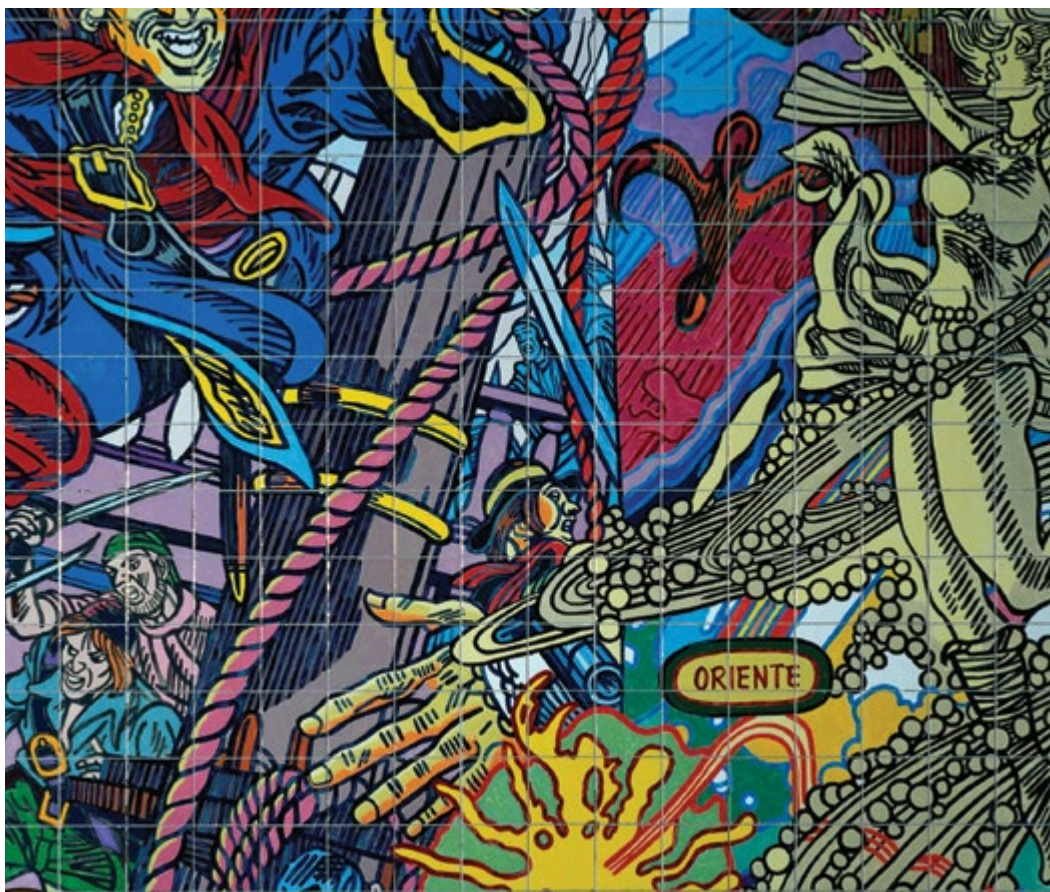
Numa homenagem a esse momento determinante e de maior visibilidade do azulejo enquanto objeto de arte moderno e único, e que transforma em embaixadores da cerâmica nacional todos os que visitam a capital, o presente livro, nos seis capítulos em que se divide, usa seis dessas primeiras estações como imagem de abertura. Pequenos apontamentos dos painéis de desenho abstrato que não se relacionam diretamente com o tema tratado em cada capítulo, mas com a Cerâmica Portuguesa nesse

subway stations as the opening mark in the six chapters in which divides. Small notes of abstract design panels eventually not directly related to subject covered in each chapter, but with Portuguese Ceramics in its double sense of belonging and affiliation, on a connecting side to the wisdom of generations that refined techniques and materials knowledge that allow us to share excellence, on the other, invoking the creative tear of making ceramics an exceptional object of art and design.

sentido duplo de pertença e filiação, por um lado de ligação à sabedoria das gerações que foram refinando as técnicas e o conhecimento dos materiais que nos permitem a nossa excelência de produto, por outro, invocação do rasgo criativo dos que pela sua ação direta tornam a cerâmica um excecional objeto de arte e de design.



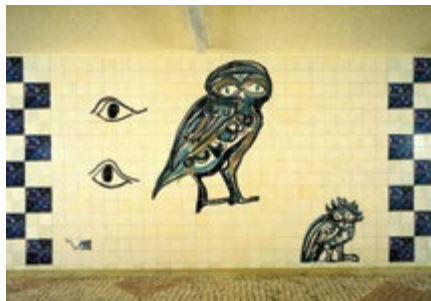
Painel de azulejo da autoria de Hundertwasser na estação de metro do Oriente. Foto: cortesia Metropolitano de Lisboa, E.P.E. / Tile panel authored by Hundertwasser at "Oriente" Subway station (Lisbon). Photo courtesy of Metropolitano de Lisboa, EPE



Estação de metro do Oriente com a inclusão de um painel de azulejo da autoria de Errô (Islândia). Foto: cortesia Metropolitano de Lisboa, E.P.E. / View of "Oriente" subway station (Lisbon) with a tile panel authored by Errô (Iceland). Photo courtesy of Metropolitano de Lisboa E.P.E.

Fotografias das estações de metro que correspondem à expansão da linha e ao convite a artistas de renome nacionais. Estação da Cidade Universitária, com painéis de azulejo da autoria de Maria Helena Vieira da Silva (2 fotos), estação do Alto dos Moinhos, +painéis de azulejo de Júlio Pomar (2 fotos) e estação do Colégio Militar, com painéis de azulejo de Manuel Cargaleiro (2 fotos). Foto: cortesia Metropolitano de Lisboa, E.P.E. / Photos of the new

stations that constituted the Lisbon Subway line expansion and aimed the invitation to national artists to produce oeuvres to new stations. "Cidade Universitária" station with tile panels authored by Maria Helena Vieira da Silva (2 pictures), "Alto dos Moinhos" station with tile panels authored by Júlio Pomar (2 photos) and "Colégio Militar" station with tile panels from Manuel Cargaleiro (2 photos). Photo courtesy of Metropolitano de Lisboa E.P.E.





Estação de metro do Oriente com a inclusão de um painel de azulejo da autoria de Raza (Índia). Foto: cortesia Metropolitano de Lisboa, E.P.E. / View of "Oriente" subway station (Lisbon) with a tile panel authored by Raza (India). Photo courtesy of Metropolitano de Lisboa E.P.E.



A cerâmica e o caminho-de-ferro

Ceramics and the railway

The links between ceramics and new railway infrastructures from each era are, in some sense, a cyclical process that follows the trends or/and the landmarks that institutions or the State intend to prescribe in those time. In São Bento Railway Station (Porto central station, that in 2016 celebrates its centenary) the oeuvre projected by José Marques da Silva, prominent architect educated in Paris, was magnified by the application of tile panels from the painter Jorge Colaço lining the inside of the whole lobby with tales from History of Portugal as well by ethnographic countryside icons of both regions served by the rail line, the Minho and Douro provinces. In the upper frieze is portrayed the evolution of transportation, revisiting to the didactic and formative role of parietal iconography of churches, initially achieved through the sculpture elements in capitals and portals, in paintings, frescoes and altarpieces, and later through large surfaces of ceramic tiles (“azulejos”) that aims to illustrate and reinforce the messages conveyed in holy lectures.

S. Bento station was considered by the American Magazine *Travel + Leisure* in 2011, one of the 14 most beautiful Railway Stations of the World, by the whole suite of the building and its tile panels. For sure it's a mandatory ride for growing flow of tourists visiting the city.

In a smaller scale, ceramic tiles always followed the setting of new railway lines in the Country, being present from 1856, when railway began to cross the territory and transform a country of “*settlements that not communicate, inhabitants who do not live together, products that doesn't move, manufactures that doesn't flow, and even landscapes and wonders, that no one knows*” (in the statement of Minister Fontes Pereira de Melo in the report to justify the creation of the Ministry of Public Works) into a country pointed to modernity and to the future. In these settlements of new railway lines, which construction took for a century, ceramic tiles were normally used to identify each station or pit stop, sometimes only writing the simple name of the parish, but in many other cases through the enforcement of remarkable set of tiles, reproducing paintings of figurative or naturalist inspiration.

A ligação da cerâmica às novas infraestruturas de transporte de cada época é, de certa forma, um processo cíclico que se adequa aos gostos do tempo, e à imagem que as instituições ou o estado pretendem promover. Em S. Bento, a estação central de caminho-de-ferro da cidade do Porto, que em 2016 festeja o seu centenário, o projeto de arquitetura de José Marques da Silva, arquiteto formado em Paris, foi engrandecido pela colocação de painéis de azulejo do pintor Jorge Colaço forrando inteiramente o interior do seu átrio com cenas da história de Portugal e temas da etnografia das duas regiões que a linha serve, Minho e Douro. No friso superior é retratada a evolução dos transportes, de certa forma retomando o papel didático e formativo da iconografia parietal das igrejas, que primeiro através da escultura, em capitéis e decorações de portais, da pintura, em frescos e retábulos, e mais tarde, em grandes superfícies azulejares, ilustravam e reforçavam as mensagens veiculadas nos sermões.

A estação de S. Bento, pelo conjunto do edifício e dos seus painéis de azulejos, foi considerada, em 2011, pela revista norte-americana *Travel+Leisure* uma das 14 mais belas do mundo, e é paragem obrigatória do fluxo crescente de turistas que visitam a cidade.

De forma não tão extensa, mas com a força de estar sempre presente, os azulejos acompanharam a execução das diversas linhas de caminho-de-ferro nacionais, que a partir de 1856 começaram a cruzar o território nacional e puderam transformar o país de “*Povoações que não se comunicam, de habitantes que não convivem, de produtos que não circulam, de manufacturas que se não transportam, e até de riquezas e maravilhas, que se não conhecem*” como se lhe referia Fontes Pereira de Melo no relatório que justifica a criação do Ministério das Obras Públicas, num país apontado à modernidade e ao futuro. Nesses conjuntos de novas linhas abertas durante cerca de um século, os azulejos foram escolhidos para identificar cada estação e apeadeiro, alguns apenas com a simples denominação da localidade, mas em muitos outros casos com conjunto notáveis de painéis de azulejos, figurativos ou de inspiração naturalista.



Vista exterior da estação de S. Bento no Porto, que celebra em 2016 o centenário da sua inauguração. Foto: CPV / Outside
View of S. Bento railway station in Porto, celebrating in 2016 the centenary of its opening. Photo credits: CPV



Painéis de azulejos na estação de S. Bento da autoria de Jorge Colaço, pintor português com um extenso trabalho de azulejaria, incluindo obras no estrangeiro, como sejam o Palácio de Windsor, Inglaterra, o Centro William Rappard em Genebra, ou o Palácio do Presidente Marechal Monreal, em Cuba. Foto: CPV / Tile panels at S. Bento railway station (Porto) authored by Jorge Colaço, a portuguese painter with extensive work on ceramic tiles and remarked oeuvres overseas, such as at Windsor Palace (England), the William Rappard Center in Geneva, or at Marshal Monreal's Presidential Palace in Cuba. Photo credits to CPV

Estação de Arco de Baulhe, na Linha do Tâmega. Os painéis de azulejos de identificação desta estação, inaugurada em 1949, reportam-se ao gosto da época, e fazem parte integrante de uma imagem que ficou conhecida por Português Suave, e que também está patente no rebuscado desenho dos beirais. Foto: CPV / "Arco de Baulhe" railway station on Tamega Line. The ident tile panels of the station, opened in 1949, relate to perceived style of those times, and form part of a style image that became known as Português Suave (Soft Portuguese) also reflected in the far-fetched eave's design. Photo: CPV





Fotografia do Terminal de Cruzeiros de Leixões, edifício inteiramente revestido com material cerâmico expressamente concebido, desenvolvido e testado para as exigentes condições de aplicação, quer do ponto da geometria das superfícies a revestir, quer do ambiente marinho a que está sujeito. Foto. CPV
/View of Leixões Cruise Terminal, entirely covered with ceramic tiles, specifically designed developed and tested for demanding application circumstances, such as geometry of the surfaces to be coated and maritime conditions. Photo credits: CPV

A cerâmica e o transporte marítimo

Ceramics and maritime transportation

At the right moment that the city of Porto gets a new transportation infrastructure, indorsing a hitherto non-existent facility that now allows the town to become an Atlantic cruises range point, once again ceramics is present. In this case, the entire facing of Leixoes's Cruise Terminal, an oeuvre of architect Luís Pedro Silva, granted with the International Prize for architecture and design from AZAwards Magazine in 2015, the year of its opening.

A work of architecture scores as a whole, so that one cannot separate the module from the elegant curvilinear surfaces hexagonal ceramic coating, pretending that ceramics is the sole reason for so great success of the building. But, those who saw the building rise and take shape in the south pier of Leixões, like if an arm of the harbor had emancipated the water, they know that there is a mark on the landscape before and after ceramic surfaces began to reflect light and the sea, and succeeded, in the apparent simplicity of a single geometric shape that orients itself according to various plans, condense what we are portuguese, a people, a people of sailors, but also a people of groundwork, endurance and waiting.

The same way that in this publication we've selected the oeuvres of Lisbon Subway tiles as the liaison between the different themes of the chapters, we choose the invocation of the ceramic coating of Leixões Cruise Terminal for the cover of this book. With these two tributes, we aim to distinguish both north and south of the country, through the choice of two infrastructures that serve those two metropolitan areas of Lisbon and Porto.

And extending to this introduction the rule established for the remaining chapters of the book, we endorse the word to those who directly contacted with ceramics, we'll give the word to the creator of this unique oeuvre of the cruise terminal building.

E no momento em que a cidade do Porto recebe uma nova infraestrutura de transportes, promovendo uma valência até então praticamente inexistente, tornando-se ponto de escala de cruzeiros Atlânticos, mais uma vez a cerâmica está presente. Neste caso, na totalidade do revestimento do Terminal de Cruzeiros de Leixões, obra do Arquiteto Luís Pedro Silva, e que recebeu em 2015, ano da sua inauguração, o prémio internacional de arquitetura e design da revista AZAwards.

Uma obra de arquitetura vale como um todo, pelo que não se pode separar o módulo cerâmico hexagonal das elegantes superfícies curvilíneas que reveste, pretendendo ser a cerâmica a razão do tão grande sucesso do edifício. Mas, quem o viu ganhar forma no molhe sul do Porto de Leixões, como se um braço do porto se tivesse emancipado da água, sabe que existe uma marca na paisagem antes da aplicação do revestimento e outra quando as mesmas superfícies passaram a refletir a luz, a refletir o mar, e conseguiram, na simplicidade aparente de uma única forma geométrica que se orienta segundo diversos planos, condensar o que nós portugueses somos, um povo de mar, um povo de idas, mas também um povo de preparação, resistência e espera.

E da mesma forma que na presente publicação se escolheu as intervenções de azulejos do Metro de Lisboa como elementos de continuidade entre os diferentes temas dos capítulos, escolheu-se uma invocação do revestimento cerâmico do Terminal de Cruzeiros de Leixões para a capa do livro. Com estas duas homenagens distinguimos de forma idêntica norte e sul do país, através da escolha de duas infraestruturas que servem as duas áreas metropolitanas, de Lisboa, e do Porto.

E, estendendo a esta introdução a regra estabelecida para os restantes capítulos do livro, de passar a palavra a quem contactou diretamente com a cerâmica, e tendo em conta o carácter singular do edifício do terminal de cruzeiros, damos a palavra a quem o concebeu.



Luís Pedro Silva

Arquiteto / Architect

... O edifício do Terminal de Cruzeiros de Leixões era já uma forma branca curvilínea tridimensional que motivava projetistas, cliente e fornecedores, quando se deparou com a acuidade das contendas construtivas principais. (...) Uma sequência de crivos escrutinou as hipóteses, destacando-se durabilidade e manutenção, exigência construtiva e qualidades de envelhecimento, ou ainda expressão cromática, textura e temperança da reflexão.

O módulo cerâmico do Terminal de Cruzeiros de Leixões

O edifício do Terminal de Cruzeiros de Leixões era já uma forma branca curvilínea tridimensional que motivava projetistas, cliente e fornecedores, quando se deparou com a acuidade das contendas construtivas principais. Conceber em ambiente marítimo colocava questões singulares, o que se exponenciava com a forma que magnetizava os principais participantes no processo de projeto.

A caracterização construtiva das lâminas opacas não pode ser considerada tardia. Permitiu a aturada ponderação de um amplo espectro de possibilidades. Solicitou o recurso a vários tipos de revestimento, com uma metódica sucessão de dúvidas e um desprendimento de convicções, impróprios da assertividade que se espera de um arquiteto. Aço inox polido, cobre, madeira autoclavada, zinco, titânio, vidro, betão branco e ETICS foram ponderados com a ajuda de fabricantes e construtores, mas também do cliente. Uma sequência de crivos escrutinou as hipóteses, destacando-se durabilidade e manutenção, exigência construtiva e qualidades de envelhecimento, ou ainda expressão cromática, textura e temperança da reflexão. Perfiladas as opções, o betão branco superou a concorrência, instaurando-se no articulado e nos desenhos sem o entusiasmo de apaixonar. Mas, a meio do projeto de execução, perante a estereotomia e modularidade pretendidas, construtores, empresas de cofragem, cimbra e andaimes, não garantiram um preço preciso, o que se revelaria uma imponderabilidade impossível de ultrapassar.

Sagaz e abrupto, o módulo de cerâmica adveio uma séria preferência de recurso, aquela que, embora ausente até ali, estivera sempre tão próxima, na cidade e na identidade de tantas construções que, nos dão guarida, há cerca de meio século. Com ele emergiu a ideia de proporção padronizada, de juntas de retração e manutenção. E também com ele, se sustentou a leitura uniforme das superfícies laminares, na percepção à distância. Coexistência sem conflito. Ainda assim, a amplitude de tais superfícies e a sua irregularidade suscitavam cuidados de expressão específicos, na escolha da forma justa do módulo: O hexágono é um polígono recorrente, vivo e cheio de personalidade. Sem muitas arestas não se confunde com o poderoso círculo, como o octógono, que desperdiça superfícies quadradas. E é também mais disponível do que o quadrado, que severamente se recusava ao diálogo com os contornos da geometria sinuosa das lâminas opacas. Na procura da devida



The building of Leixões Cruise Terminal was already a three-dimensional curvilinear white form that motivated designers, customers and suppliers, when it was faced with the intensiveness of the main construction disputes (...) A set of criteria scrutinized the hypotheses emphasizing durability and maintenance, constructive requirement and aging qualities, or chromatic expression, texture and temperance reflection.



Vista do Terminal de Cruzeiros a partir do molhe poente. Foto. CPV / View of the Cruise Terminal from the west pier. Photo credits to CPV

The ceramic module of Leixões Cruise Terminal

The building of Leixões Cruise Terminal was already a three-dimensional curvilinear white form that motivated designers, customers and suppliers, when it was faced with the intensiveness of the main construction disputes. Conceiving in marine environment it postured unique issues, which enhanced with the way that the main participants in the design process were involved.

The constructive characterization of the opaque blades cannot be considered late but allowed the careful consideration of a wide spectrum of possibilities. It requested the use of various types of coating with a methodical series of questions, and a detachment of convictions, unfit for the assertiveness you expect from an architect. Polished stainless steel, copper, autoclaved wood, zinc, titanium, glass, white concrete and ETICS were weighted with the help of manufacturers and builders, but also the client. A set of criteria scrutinized the hypotheses emphasizing durability and maintenance, constructive requirement and aging qualities, or chromatic expression, texture and temperance reflection. Having profiled options, white concrete outperformed the competition, establishing itself in the body and in the drawings without the enthusiasm of falling in love. But halfway through the execution of the project, before the stereology and intended modularity, builders, shuttering, formwork and scaffolding businesses, did not guaranteed a precise price, which would reveal a weightlessness impossible to overcome.

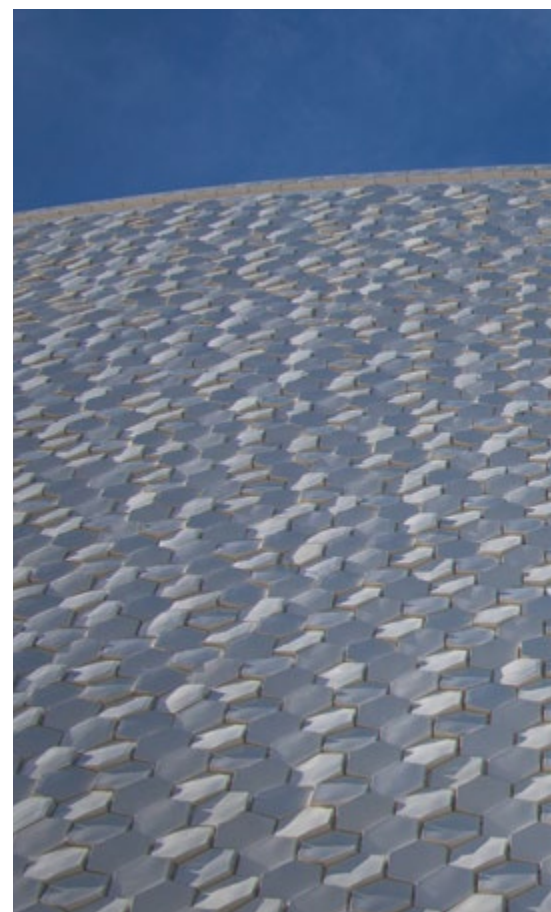
Shrewd and abrupt, the ceramic module stemmed a serious resource preferably, one that, although absent until then, had always been so close, in the city and in the identity of many buildings that give us shelter, for over half a century. With it emerged the idea of standardized proportion of shrinkage joints and maintenance. And also with it, it was held the uniform reading of the laminar surfaces in distance perception. Coexistence without conflict. Still, the scale of such surfaces and their irregularity raised specific expression care, in the choice of the fair form of the module: The hexagon is a recurring polygon, alive and full of personality. Without many edges it does not confounds with the powerful circle, as the octagon, which wastes square surfaces. It is also more affordable than the square, which severely

expressão, a face foi assimetricamente elevada, pelo desenho, criando os cinco lados de um prisma irregular, quase raso. Ampliava-se o número de hipóteses e de jogos nos planos curvos das lâminas. Cada reflexão do sol sobre essas faces, advinha apropriada por cada módulo da fachada.

Os ensaios realizados a partir dos primeiros esboços mostraram-se promissores. A superfície facetada também e as relações com a luz e com a água, revelaram-se contundentes. Havia, sentia-se, paixão!

Agora o processo seria inverso: No país abundam fábricas e a amplitude da superfície a revestir supriria a dificuldade de uma peça exclusiva. Os contactos preliminares afastaram-nos dos grandes produtores e foi uma empresa artesanal, de Vagos, que elaborou o primeiro protótipo em gesso para, logo depois, apresentar um embrião de experiências, com um tipo de pasta e de vitrificação. O processo de fabrico, por enchimento, permitiu a criação de uma linha de montagem, observada mesmo antes da prescrição em caderno de encargos. A colagem foi ensaiada em laboratório, algures, nesses treze longos meses conducentes ao protótipo final.

Esquício do Autor. Cortesia Luís Pedro Silva, Arquitecto, Lda. / Sketch from the Author, courtesy of Luis Pedro Silva Architects LTD





Fotografias do conjunto de 6 módulos cerâmicos distintos que revestem a fachada, executados pela empresa Vista Alegre. Todos os seis módulos, de forma hexagonal, têm inclinações diferenciadas da sua face, que permitem com uma aplicação aparentemente aleatória, mas efetivamente sujeita a uma regra, este aspeto de dinamismo e amplitude de reflexões do sol e do brilho do mar.

Fotos: CPV. / Set of 6 different modules that cover the façade, produced by Vista Alegre Ceramics. All six modules, of hexagonal form, have differentiated face inclinations, which enable with a seemingly random application (but effectively subjected by a rule) boosting dynamism and light reflections range from the sun and the sea. Photo credits: CPV.

refused to dialogue with the contours of the winding geometry of opaque blades. In search of the proper expression, the face was asymmetrically lifted, by the drawing, creating the five sides of an irregular prism, almost shallow. Amplified the number of hypotheses and matches the curved planes of the blades. Each sun reflection on these faces, would be appropriate for each module of the façade.

The tests carried out from the first sketches shown promise. The faceted surface and also the relations with light and water, proved damning. There was, we could feel, passion!

Now the process would reverse: In the country abound manufacturers and the amplitude of the surface to be coated would overcome the difficulty of an exclusive piece. Preliminary contacts turned us away from major producers and was a traditional company, from Vagos, which produced the first prototype in plaster to, soon after, submit an embryo experiments with a type of folder and verification. The manufacturing process for filling, allowed the creation of an assembly line, observed even before the prescription in the specifications. The collage was tested in a laboratory somewhere, within those thirteen long months leading to the final prototype.



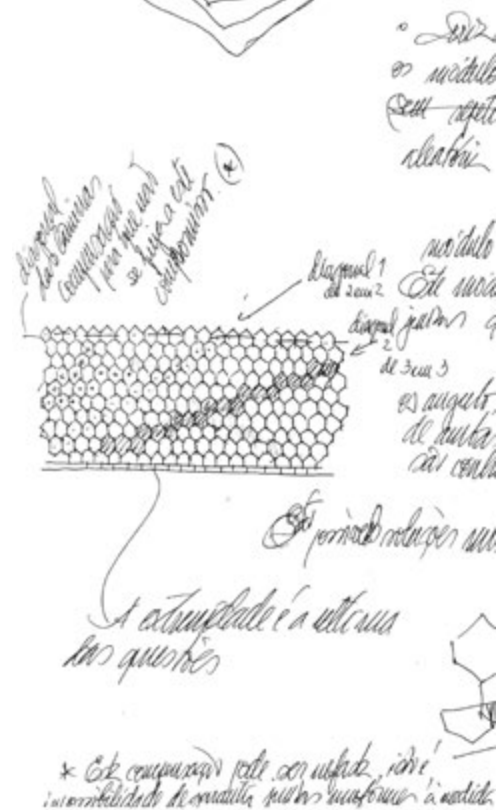
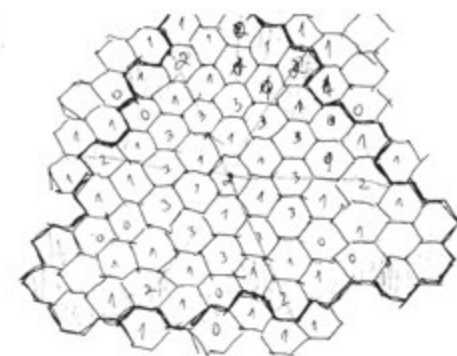
Entusiasmo pífido, este, pois a empresa não duraria até à encomenda da obra! E o processo complicou-se numa fase crítica. Felizmente, a visibilidade do projeto e o vasto potencial produtivo português, garantiram a aproximação espontânea de outras empresas que se perfilaram, mesmo antes do problema, para atraírem a encomenda: cerca de um milhão de peças em 16.000m²! O processo de habilitação demorava nove meses de reuniões experiências, cedências e conquistas até ao protótipo aprovado, agora por prensagem. Mas, sucessivamente, a negociação do construtor queimou duas hipóteses, uma a seguir à outra, inviabilizando o trabalho despendido durante um ano e meio. Isto levou a equipa a ponderar uma nova medida de recurso, colocando-se então no terreno, em busca de um reconhecido fabricante de louça e esculturas notáveis, sugerindo-lhe a produção da sua primeira peça de construção civil, agora tendo inelutável, um preço limite. O desafio foi aceite. Após um novo processo de nove meses, já em obra, foram produzidas seis peças diferentes e várias chaminés de desigual diâmetro.

A colocação dos módulos limitou-se às poucas equipas de assentamento que as extensas lâminas permitiam. Com 5m²/dia de rendimento, durante oito meses, cada homem seguiu a mesma regra de dissimulação na colagem, peça a peça. Ordem desordenada, ponderada em projeto e apurada em obra, garantindo-se a textura improvisada final. A arquitectura acompanhou-os com alguns cadernos de novos desenhos, detalhados e concebidos no local.

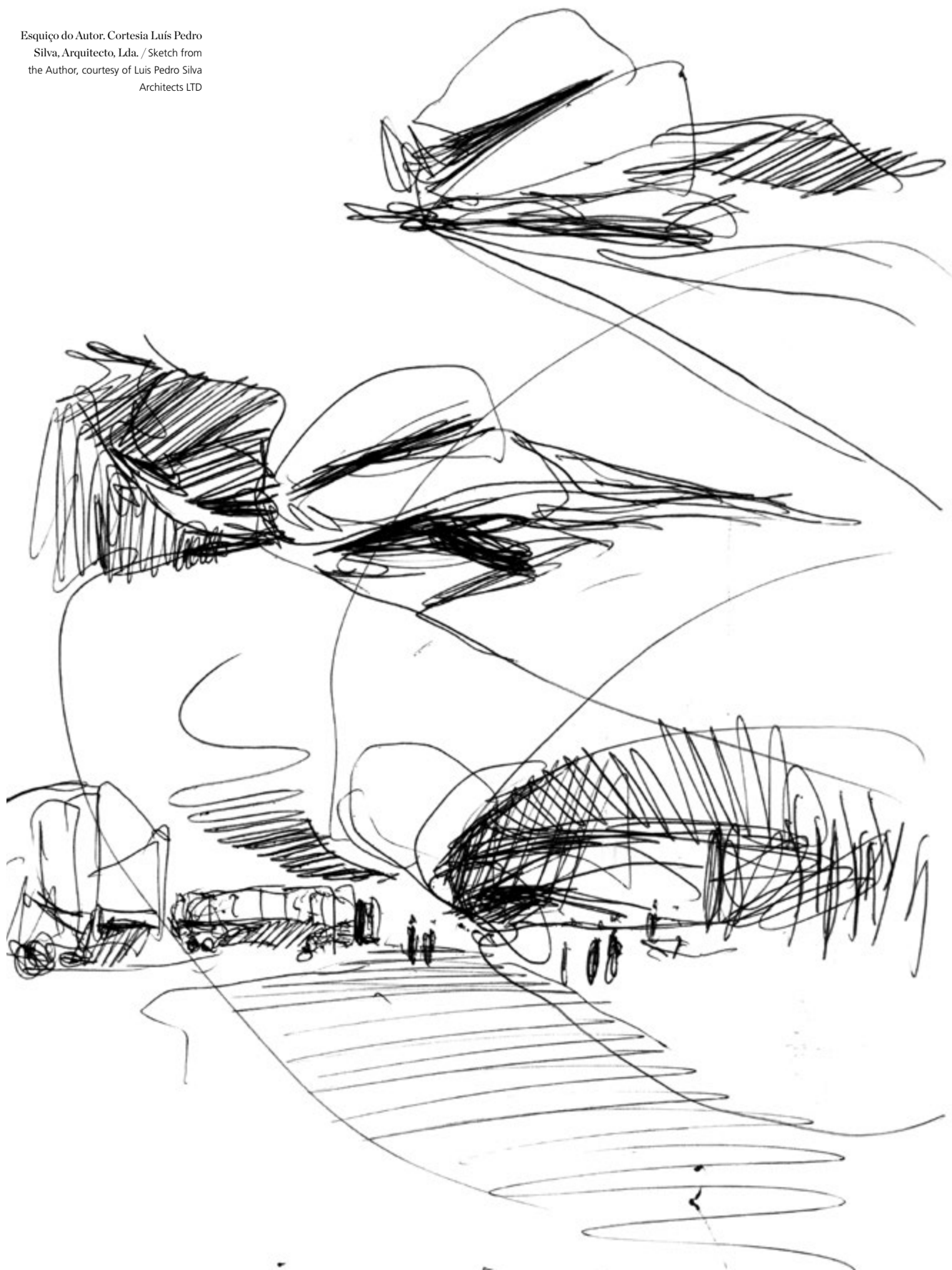
Hoje, o módulo cerâmico dilui-se ao longe, cedendo ao temperamento ambiente dos dias melancólicos ou regozijando-se com a radiação efusiva das horas claras. Ao perto, deixa-se tocar pela curiosidade dos dedos e varia, quase em movimento, com os passageiros de cada visita e com a fugacidade dos instantes que se dissipam na ondulada dança entre a noite e o sol.

... Sagaz e abrupto, o módulo de cerâmica adveio uma séria preferência de recurso, aquela que, embora ausente até ali, estivera sempre tão próxima, na cidade e na identidade de tantas construções que, nos dão guarida (...) Com ele emergiu a ideia de proporção padronizada, de juntas de retração e manutenção. E também com ele, se sustentou a leitura uniforme das superfícies laminares, na percepção à distância.

Hoje, o módulo cerâmico dilui-se ao longe, cedendo ao temperamento ambiente dos dias melancólicos ou regozijando-se com a radiação efusiva das horas claras. Ao perto, deixa-se tocar pela curiosidade dos dedos e varia, quase em movimento, com os passageiros de cada visita e com a fugacidade dos instantes que se dissipam na ondulada dança entre a noite e o sol.



Esquízo do Autor. Cortesia Luis Pedro
Silva, Arquitecto, Lda. / Sketch from
the Author, courtesy of Luis Pedro Silva
Architects LTD



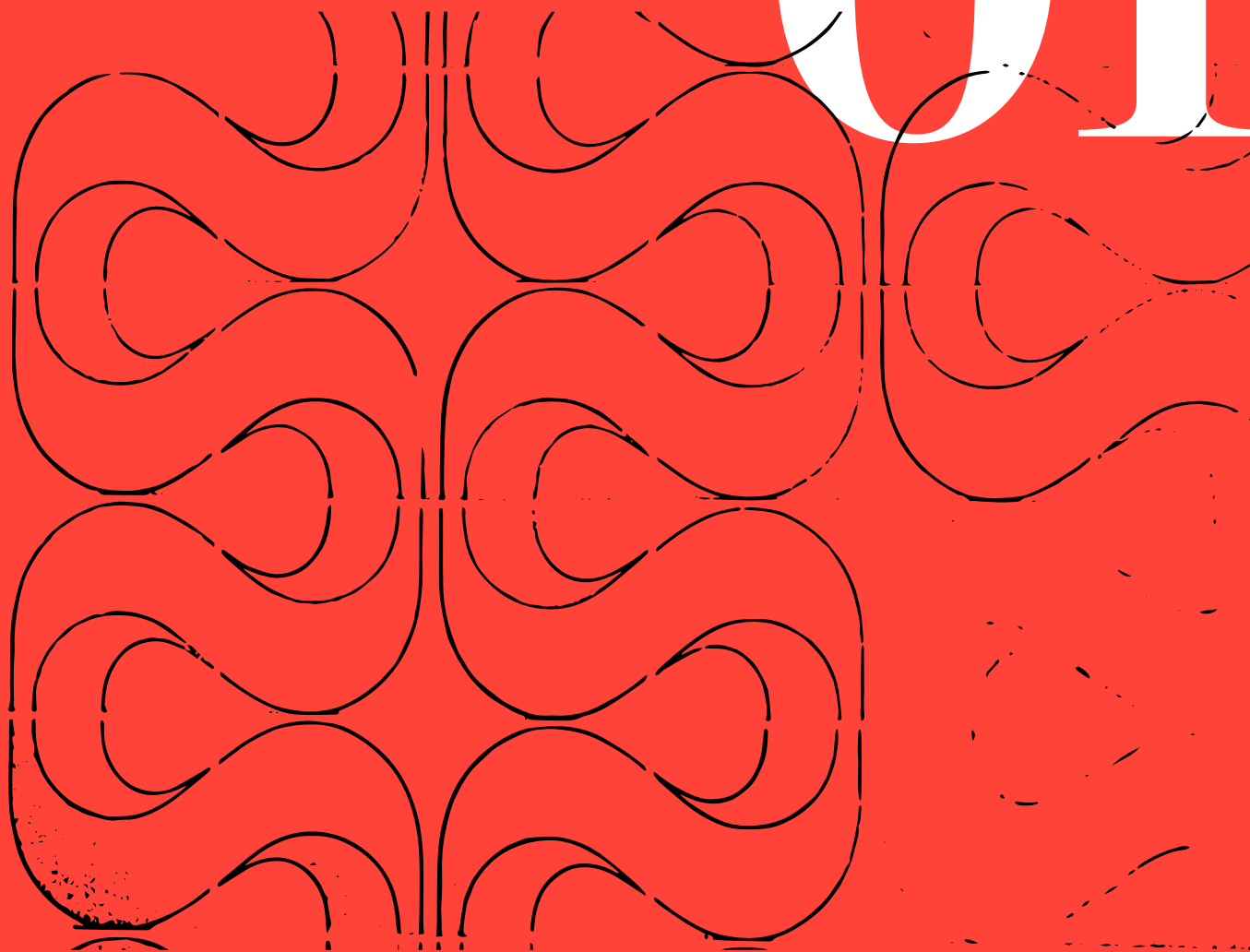


Vista da rampa circular interior e parede
curva de suporte, igualmente revestida
com o módulo cerâmico. Foto. CPV.
/ View of the circular ramp, and of the
curved bearing wall, also covered with
the ceramic hexagonal tile. Photo credits
to CPV



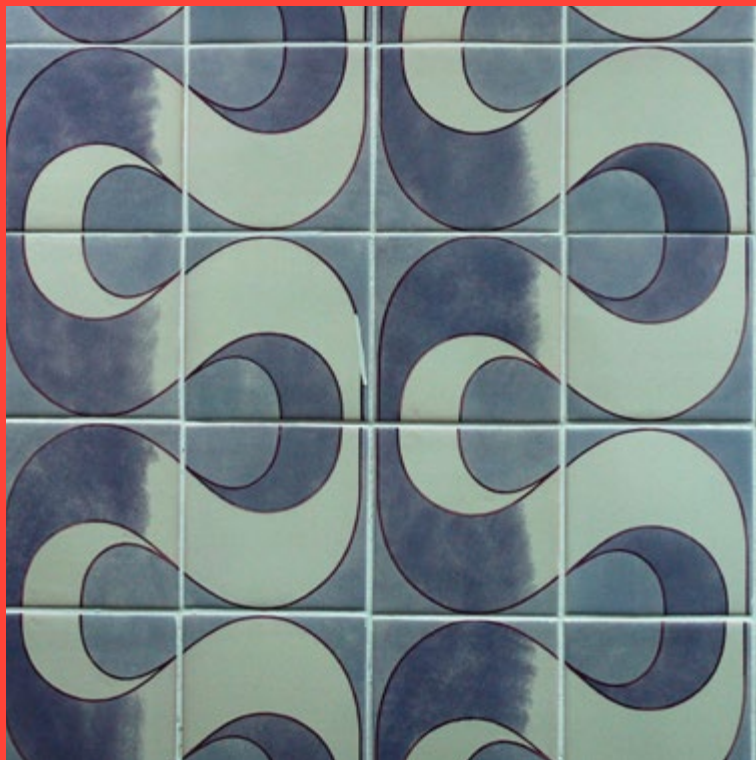
Manga de desembarque do terminal de cruzeiros. Do lado direito, zona de atracagem dos navios, do lado esquerdo, poente, uma última vista sobre o mar antes de partir à descoberta de terra e da cidade do Porto. Foto: CPV / Boarding gateway of cruise terminal. On the right side of pier, on left west side, a last view over the ocean before the discovering of land and the city of Porto. Photo credits: CPV.

01



Tradição e Modernidade

Tradition and Modernity



Estação de metro de Alvalade, Lisboa,
inaugurada em dezembro de 1959.
Painéis de Azulejo da autoria de Maria
Keil, executados na Fábrica da Viúva
Lamego. Cortesia: Metropolitano de
Lisboa, E.P.E. / “Alvalade” subway station
(Lisbon), opened in December, 1959. Tile
panel authored by Maria Keil, produced at
“Viúva Lamego” ceramic. Photo courtesy by
Metropolitano de Lisboa E.P.E.

In Portugal, the ceramics industry is an activity based on many centuries of history, from the Arab influences in the period of occupation, contacts with the Orient during the time following the Discoveries and Overseas Expansion, up to the consolidation and affirmation of its own manufacturing system which nowadays exports to the four corners of the world. This close contact with ceramic materials, exporting them culturally and commercially, and then reimporting them enriched with new visions, new meanings, new values, means that this material is part of our cultural and social identity, so interwoven with it in fact that generally we are not aware of its presence. Whether it is the crockery we use on a daily basis, or the coverings of the buildings and cities which house us, the naturalness of ceramics makes it almost silent, just as our bodies are when not feeling pain or pleasure.

The tradition is not something one possesses but something that is constructed, something to preserve and maintain. Everything that is not conserved in the contemporary world is no longer tradition, it is extinguished, and then it is only a memory, an echo of times gone by without any other living place to occupy except our soul.

The National ceramics industry has managed to bring together the teachings of the past, both with regard to knowledge of materials and how to work them as well as the aesthetic value of key elements of our national identity, with a future design which assesses what contemporary tendencies trends are, both from the functional requirement and comfort point of view as well as alterations in taste. If the past is a source of pride, it is the future that moves and inspires us.

We wish to show that we know how to collect what is best and most solid from the past to enable us to have products, which can be distinguished because of their quality, design and adaptation to different contexts. From that past, we learn to bring into present the tradition of knowledge of materials, but as well the aim to improve, to innovate and to create.

Para Portugal, a indústria cerâmica é uma atividade que se alicerça em muitos séculos de história, desde as influências árabes do período de ocupação, passando pelos contactos com o Oriente nos tempos subsequentes às Descobertas e Expansão Ultramarina, até à consolidação e afirmação de um sistema produtivo próprio que hoje exporta para todo o mundo. Este conviver próximo com os materiais cerâmicos, exportando-os do ponto de vista cultural mas também comercial, reimportando-os enriquecidos com novos olhares, novos significados, novas valências, determina que o material seja parte da nossa identidade cultural e social, de tal modo já fundido com a mesma que geralmente já nem nos apercebemos da sua presença. Seja na loiça que usamos no dia-a-dia, seja nos revestimentos dos edifícios e cidades que nos acolhem, a naturalidade da presença da cerâmica torna-a quase omissa, como o nosso corpo que apenas reconhecemos na exceção da dor ou do prazer.

Mas a tradição não é algo que se possui mas sim algo que se constrói, algo que se preserva e mantém. Tudo o que não se conserva na contemporaneidade deixa de ser uma tradição, extingue-se, passa apenas a ser memória, eco de tempos passados sem outro lugar vivo no presente que não a nossa alma.

A indústria cerâmica nacional tem conseguido cruzar o que são os ensinamentos do passado, quer no conhecimento dos materiais e de como os trabalhar, até à valorização estética e criativa de elementos chave da nossa identidade nacional, com um projeto de futuro que avalia quais são as tendências contemporâneas internacionais, seja do ponto de vista dos requisitos funcionais e de conforto, seja em relação às evoluções do gosto e movimentos estéticos. Se o passado é fonte de orgulho, é o futuro que nos move e nos inspira.

Queremos mostrar que do passado sabemos recolher o melhor e mais sólido que nos permite ter produtos que se diferenciam pela qualidade, design e adaptação a diversos contextos. Que desse passado soubemos trazer a tradição do conhecimento dos materiais mas também o desejo de sempre melhorar, de inovar e de criar sempre novo.



Esquízo e peça cerâmica da autoria de Raphael Bordallo Pinheiro. Cortesia Bordallo Pinheiro / Sketch and pottery authored by Raphael Bordallo Pinheiro. Photo courtesy by Bordallo Pinheiro



Peças Cerâmicas da Vista Alegre, Museu da Vista Alegre, Ílhavo. Fotos: CPV / Ceramic pieces produced by Vista Alegre, from Vista Alegre Museum at Ílhavo. Photo credit CPV



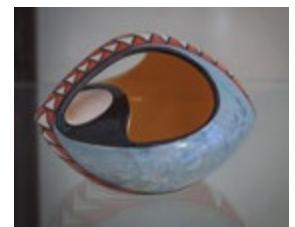
Edifício da Viúva Lamego no Largo do Intendente, em Lisboa, servindo como mostruário dos próprios trabalhos. Fotos: Wikimedia / “Viuva Lamego” building, at Largo do Intendente (Lisbon), serving to illustrate their own production skills. Photo credits: Wikimedia



Painel de azulejo no interior do edifício da Viúva Lamego. Foto: Wikimedia / Tile panel inside Viuva Lamego building. Photo: Wikimedia

Peça cerâmica da Aleluia, produzida em meados do século XX. Acervo particular da Aleluia Cerâmicas, SA. Foto: CPV / Ceramic piece by Aleluia, produced in the mid-20th century. Private collection of Aleluia Cerâmicas, SA.. Photo credits: CPV

Travessa cerâmica da primeira fornada da Aleluia, em 1905. Acervo particular da Aleluia Cerâmicas, SA. Foto: CPV / Ceramic platter from the first batch of Aleluia Ceramics, dated 1905. Private collection of Aleluia Cerâmicas, SA. Photo credits: CPV



Raphael Bordallo Pinheiro

A major and unavoidable personality of portuguese “decorative and utilitarian” pottery, wouldn’t be another to open this chapter than Mr. Raphael Bordallo Pinheiro, a master of creation of a tradition that still lives, someone born to raise objects of everyday life into the status of art objects, currently present in several national and international museum as well in a number of private collections.

He achieved that, not through the richness of the materials used but by the quality of its own designs, and more importantly, because he reached it by an inclusive and no elitist way. His original work and all the replicas and inspired motifs that continued to be manufactured in the ensuing century, are drawings that continue to please and captivating all social and cultural strata.

About his work, one of the great authors of portuguese literature Mr. Ramalho Ortigão said “*He was the expression of the most genuine, beautiful, moving and eloquent oeuvre of the 19th century art*”. Not referring only to ceramics, as Raphael was a complete multifaceted artist, but to his unique capability to join two worlds so masterfully, where ironic and satirical caricature finds ceramics, demonstrating an ability to unite both by its most known creation, the “Zé Povinho” (*a figure that represents the ordinary people*).

Figura maior e incontornável da cerâmica “decorativa e utilitária” portuguesa é Raphael Bordallo Pinheiro, e se um nome teria de abrir este capítulo, como criador de uma tradição ainda viva, outro não poderia ser que o dele. Bordallo Pinheiro conseguiu elevar objetos do quotidiano ao estatuto de objetos de arte, presentes atualmente em diversas coleções de museus nacionais e estrangeiros, e num sem número de coleções particulares. E conseguiu-o fazer não pela riqueza dos materiais utilizados, mas pela qualidade do seu desenho, por um lado, mas mais importante, porque o fez de uma forma integradora e não elitista. As suas peças originais, e todas as réplicas manufaturadas que continuaram a ser executadas durante mais de um século, são objetos de desenho cuidado que agradavam e continuam a agradar, cativando todos os estratos sociais e culturais.

Da sua obra disse Ramalho Ortigão, um dos grandes nomes da literatura portuguesa: “*Foi a obra mais genuína, mais bela, mais comovente e expressiva da arte do século XIX*”. Não se referia apenas à cerâmica pois Raphael foi um artista multifacetado, que se dividiu em múltiplas ações mas onde as duas com mais visibilidade foram a caricatura irónico-satírica e a cerâmica, demonstrando uma capacidade de unir os dois mundos de forma magistral, como bem o demonstra a sua mais conhecida criação, o Zé Povinho.



Imagem do “Zé Povinho” desenhado por Raphael Bordallo Pinheiro e publicado no Álbum das Glórias de 1880. Imagem: Biblioteca Nacional Digital / Image of the “Zé Povinho” drawing by Raphael Bordallo Pinheiro and published in “Album of the Glories” by 1880. Image credits: Portuguese Digital National Library



Fotografia de Raphael Bordallo Pinheiro. Cortesia Bordallo Pinheiro / Photography of Raphael Bordallo Pinheiro. Photo courtesy by Bordallo Pinheiro



Na sequência do *Ultimato Inglês* de 1890, as relações entre Portugal e Inglaterra ficaram tensas, aspeto a que a veia satírica de Bordallo Pinheiro não ficou alheia. Peça cerâmica e esboço de escarrador com a forma de um inglês deitado de ventre aberto. Cortesia Bordallo Pinheiro / Following to the English Ultimatum of 1890, relations between Portugal and England became tense, which served as a motive to the satirical vein of Bordallo Pinheiro. Picture shows a sketch and a ceramic spittoon with an English person lying on belly open. Photo courtesy by Bordallo Pinheiro

Património vivo

Living patrimony

Dos repolhos às melancias, ou de como a partir de uma mesma génese inspiradora se podem adaptar os objetos aos tempos históricos específicos.

From cabbages to watermelons, or how from the same inspirational genesis, one can adapt objects to specific historical times.

At the start of the 19th century, Raphael Bordallo Pinheiro started manufacturing naturally inspired utilitarian objects based on references from the daily life of the portuguese population. In the minds of many generations, there is the crockery which mimics cabbage leaves, some more open, as an offering or invitation, and others more closed, as cabbages that protect their interior. Pieces which become timeless, as a tradition consolidated in memory, are nowadays contrasting elements in various types of decoration, as affective piece to legate or to gift.

While sprouts and cabbages naturally have an almost baroque-like appearance, with an outlandish abundance of fibres and leaves, there are other fruits and vegetables which are conspicuous due to their refined, modern and almost minimalist forms. Indeed, it is these fruits that new generations of designers take as inspiration to develop pieces adapted to the simplicity of forms in contemporary taste. In this second phase, of modern inspiration grounded in tradition, we have coloured peppers, rhythmical peas, and, reigning over all preferences, robust and stylised watermelons.

Pieces based on a knowledge and experimentation of pre-cooking painting techniques that only a few can master. Because true nature and quality of each piece only reveals himself in the heat of the oven, as the carefulness and taste of portuguese cuisine that many of these pieces make part from generations.

Raphael Bordallo Pinheiro iniciou no século XIX a produção de objetos utilitários de inspiração naturalista, baseando-se em referências do quotidiano doméstico da população portuguesa. No imaginário de muitas gerações estão as loiças que mimetizam folhas de couve, umas mais abertas, como em oferta ou convite, outras mais encerradas, como repolhos que protegem e preservam o seu interior. Peças que se tornaram intemporais, como uma tradição que se consolida na memória, são hoje elementos de contraste em diversos tipos de decoração, e peça afetiva que se deixa em legado ou se oferece.

Mas se as couves e os repolhos têm, naturalmente, uma aparência quase barroca, de rebuscado desenvolvimento de fibras e folhas, outras frutas e vegetais existem que primam pelas suas formas depuradas, modernas, quase minimalistas. É nessas frutas que novas gerações de designers se inspiram para o desenvolvimento de peças adaptadas à maior simplicidade de formas do gosto contemporâneo. Desse segundo momento, de uma inspiração moderna que se alicerça na tradição, temos coloridos pimentos, ritmadas ervilhas, e, reinando sobre as preferências de quase todos, as robustas e estilizadas melancias.

Peças que assentam num conhecimento e experimentação de técnicas de pintura feita pré-cozedura que apenas alguns conseguem dominar. Porque a verdadeira natureza e qualidade da peça apenas se revela no calor do forno, como o esmero e sabor da tradicional cozinha portuguesa que muitas destas peças acompanham há gerações.



Conjunto de 3 pratos cerâmicas da Coleção Melancia. Foto: CPV / Set of 3 ceramic plates known as Watermelon Collection. Photo credits CPV



Taça e fruteira da Coleção Melancias. Cortesia Bordallo Pinheiro / Fruit bowl and cup of Watermelon Collection. Photo courtesy by Bordallo Pinheiro

Queijeira e saladeira da Coleção Couve. Cortesia Bordallo Pinheiro / Cheese bowl and salad platter of Cabbage Collection. Photo courtesy by Bordallo Pinheiro



Terrina Noé concebida por Barrão, artista brasileiro, a partir de referências várias da obra de Bordallo Pinheiro. Cortesia Bordallo Pinheiro / "Noah" tureen designed by Barrão, Brazilian artist with aesthetical references from Bordallo Pinheiro oeuvres. Photo courtesy by Bordallo Pinheiro



Centro de Mesa Surf, de Joana Vasconcelos, peça que resulta da reapropriação de elementos caracterizadores da tradição de Bordallo Pinheiro, neste caso as sardinhas e outros peixes, para a criação de um objeto de arte contemporâneo. Cortesia Bordallo Pinheiro / Ceramic centerpiece named "Surf" by Joana Vasconcelos, reappropriating of characters of Bordallo Pinheiro's tradition, such as sardines and other fish, for creation of a work of art. Photo courtesy by Bordallo Pinheiro

Pormenor do Centro de Mesa Surf. Foto: CPV /Detail of ceramic centerpiece "Surf" authored by Joana Vasconcelos. Photo credits CPV



Peça Dueto de Joana Vasconcelos. Cortesia Bordallo Pinheiro /Joana Vasconcelos's "Duet" piece. Photo courtesy by Bordallo Pinheiro



Terrina alta peixe. Cortesia Bordallo Pinheiro / "Fish" deep tureen. Photo courtesy by Bordallo Pinheiro





Peça "Gosto Tanto de Ti" de Bela Silva, idealizada a partir do universo imagético de Bordallo Pinheiro. Cortesia Bordallo Pinheiro / "I love you so" by Bela Silva, created from the imagery of Bordallo Pinheiro. Courtesy by Bordallo Pinheiro



Potes Rãs. Cortesia Bordallo Pinheiro / Frog pots. Photo courtesy by Bordallo Pinheiro

Centro do lago no Museu Bordallo Pinheiro, com uma das rãs tão características da sua obra. Foto: CPV / The lake center at the Bordallo Pinheiro Museum, with one of the frogs characteristic of his work. Photo credits: CPV





Reinterpretação do azulejo e mosaico hidráulico português em novas séries de azulejos e mosaicos para um design contemporâneo. Cortesia Recer / Reinterpretation of the hydraulic mosaic and portuguese tiles in new series of tiles and mosaics to contemporary design. Courtesy of Recer

Na fábrica do pastel de nata, o tradicional e reconhecido internacionalmente doce português, pavimento em cerâmica nacional. Cortesia Revigrés / At the factory of the "Pastel de nata", the most traditional and internationally renowned portuguese pastry, showing a portuguese ceramic floor. Courtesy of Revigrés





Reinterpretação dos tradicionais
motivos decorativos dos azulejos
portugueses através de textura em cores
lisas. Imagem geral e pormenor. Cortesia
Recer / Reinterpretation of traditional
decorative motifs of portuguese tiles,
through a texture in plain colors. Full
perspective and detail. Courtesy of Recer





Telhados cerâmicos em edifícios património nacional. Estação do Rossio, Mosteiro de Alcobaça, Mosteiro dos Jerónimos e Casa dos Bicos. Cortesia Umbelino Monteiro/ Ceramic roofs at national heritage buildings. "Rossio" railway station, Monastery of Alcobaça, Monastery of Jerónimos and Casa dos Bicos. Courtesy of Umbelino Monteiro



Telhados cerâmicos em edifícios património nacional. Presidência da República, Convento das Bernardas em Tavira (projeto de Eduardo Souto Moura). Cortesia CS-Telhas./ Ceramic roofs at national heritage buildings. Presidencial Palace, Bernardas Monastery at Tavira (Eduardo Souto Moura's project). Courtesy of CS-Telhas

“

Bela Silva

Ceramista / Ceramics Artist

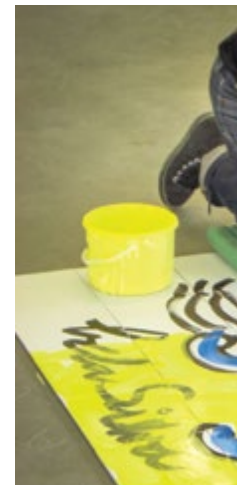
... foi ... por causa da experiência que já tinha tido nas fábricas da Viúva Lamego e Bordallo Pinheiro, do contacto com as pessoas que lá trabalham, com a tradição e a qualidade dos seus materiais e dos seus vidrados... que volto muitas vezes, sempre que preciso fazer trabalhos de maior dimensão, quando regresso de Bruxelas para onde parti há muito... para estar mais perto de outros destinos para a minha obra.

Desde muito nova comecei a trabalhar com barro. Atravessei a Faculdade de Belas Artes de Lisboa com a desconfiança de muitos colegas (quase todos, hoje, já afastados das artes) em relação a essa escolha, mas aí encontrei Jorge Vieira e as suas esculturas em terracota e depois, graças aos trabalhos feitos na escola, o mestre Querubim Lapa. Tive com eles os meus primeiros entusiasmos e vieram deles os primeiros incentivos.

Parti para Chicago, à procura de outros ares e de outras luzes, e conheci o professor Bob Loescher, historiador de arte e amante da cultura latina. Foi ele, americano na América, que me disse a mim, portuguesa errante, que eu tinha o traço dos azulejos do meu País, de um País coberto de cerâmica.

Foi talvez com a lembrança da sua amizade que anos mais tarde fiz um grande painel para o Metro de Lisboa, como se estivesse a começar o jardim futuro de que ele me falava. Mas foi também, certamente, por causa da experiência que já tinha tido nas fábricas da Viúva Lamego e Bordallo Pinheiro, do contacto com as pessoas que lá trabalham, com a tradição e a qualidade dos seus materiais e dos seus vidrados. É por eles que volto muitas vezes, sempre que preciso fazer trabalhos de maior dimensão, quando regresso de Bruxelas para onde parti há muito, para sair desta ponta da Europa, para encontrar outras oportunidades e estruturas de apoio, para estar mais perto de outros destinos para a minha obra, uma nova geografia de coleções e galerias onde vão entrando as minhas peças.

O que falta em Portugal? Já temos a saudade e os lamentos. Ainda temos a cerâmica e a inspiração. Qual vai ser a aposta?



... It was... because of the experience I had had in the factories of Viúva Lamego and Bordallo Pinheiro, the contact with the people who work there, with their tradition and the quality of their materials and their glazes... hat I frequently come back, whenever I need to do larger-sized jobs, when I return from Brussels to where I left long ago... to be closer to other destinations for my work.

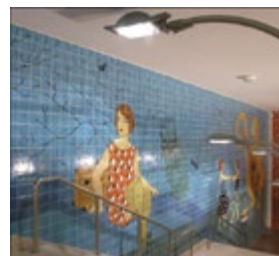


I started working with clay when I was very young. I traversed the Faculty of Fine Arts in Lisbon with the distrust of many colleagues (almost everyone is now distanced from the arts) regarding this choice, but there I met Jorge Vieira and his sculptures in terracotta and then, thanks to the work done in the school, the master Querubim Lapa. I developed my first passions and received my first incentives from them.

I went to Chicago, looking for other airs and other light, and met Professor Bob Loescher, art historian and lover of Latin culture. It was he, an American in America, who told me, a wandering portuguese, that I had the outline of the tiles of my Country, a Country covered in ceramics.

It was perhaps the memory of his friendship that led years later to me making a large panel for the Lisbon metro, as if starting the future garden which he had spoken of to me. However, it was also, of course, because of the experience I had had in the factories of Viúva Lamego and Bordallo Pinheiro, the contact with the people who work there, with their tradition and the quality of their materials and their glazes. It is for them that I frequently come back, whenever I need to do larger-sized jobs, when I return from Brussels to where I left long ago, leaving this tip of Europe, to find other opportunities and support structures, to be closer to other destinations for my work, a new geography of collections and galleries into which my pieces go.

What is missing in Portugal? We have saudade and lamentation. We still have ceramics and inspiration. What will you focus on?



Conjunto de imagens que ilustram o trabalho da designer Bela Silva, em colaboração com a empresa Viúva Lamego. Cortesia Viúva Lamego / Set of images showing designer's Bela Silva work, in a teamwork with Viuva Lamego ceramics. Courtesy of Viuva Lamego



José Bonifácio Serra

Professor e Historiador / Professor
and Historian

... A história da cerâmica em Portugal é rica de perspectivas, em correspondência com a natureza do seu objeto. É uma história de continuidades e de inovações, que por vezes projetam um efeito de ocultação umas sobre as outras. É uma história de tensão entre funcionalidade imediata e efeito decorativo, entre indústria e arte, de resultante variável. É uma história de cruzamentos culturais, de dinâmicas endógenas e exógenas, em que o fator humano é sempre crucial. É uma história que a todo o momento questiona e surpreende.

A história da cerâmica em Portugal tem suscitado o interesse de diversas disciplinas. Em primeiro lugar, o da história da arte, pois as conexões entre a criação artística e a modelação cerâmica são múltiplas e reiteradas ao longo do tempo. Foi também esse o motivo que presidiu à constituição de diversas coleções de peças cerâmicas, quer privadas quer públicas. E é assim que quase todos os museus portugueses de referência conservam espólios cerâmicos nos seus depósitos ou nas suas exposições permanentes. Há três museus em Portugal, para lá dos museus de fábrica, exclusivamente dedicados à cerâmica: em Lisboa (Azulejo), nas Caldas da Rainha (Cerâmica) e em Barcelos (Olaria).

A evolução da cerâmica mobilizou também os estudiosos da história das técnicas de produção, sobretudo no decurso do processo de industrialização do sector. Em paralelo, os etnógrafos percorreram o país em busca das expressões da cerâmica tradicional, da olaria, das suas formas, dos respetivos contextos socioeconómicos e da sua feição cultural.

A arqueologia, em especial a arqueologia medieval e pós-medieval trouxe ao conhecimento da história da cerâmica em Portugal um notável impulso. Esclareceu-nos sobre as influências técnicas e formais de origem árabe e mediterrânica da faiança portuguesa e o sistema mercantil de trocas em que se inseriu. Permitiu identificar os principais centros produtores portugueses de faiança e a sua difusão internacional a partir do século XVI. E carregou mais informação histórica sobre a produção da azulejaria em Portugal.

Enfim, a cerâmica foi mais recentemente incluída na perspectiva científica da história económica, industrial e empresarial. É neste âmbito que se situa a minha investigação, desenvolvida nas últimas três décadas.

A história da cerâmica em Portugal é rica de perspectivas, em correspondência com a natureza do seu objeto. É uma história de continuidades e de inovações, que por vezes projetam um efeito de ocultação umas sobre as outras. É uma história de tensão entre funcionalidade imediata e efeito decorativo, entre indústria e arte, de resultante variável. É uma história de cruzamentos culturais, de dinâmicas endógenas e exógenas, em que o fator humano é sempre crucial. É uma história que a todo o momento questiona e surpreende.



“Retratos em barro”, Raphael Bordallo Pinheiro, Museu da fábrica Bordallo Pinheiro. Foto: CPV / “Clay Portraits”, Raphael Bordallo Pinheiro, Bordallo Pinheiro factory Museum. Photo credits: CPV

... The ceramic history in Portugal is rich in perspectives, in correspondence with the nature of its object. It's a history of continuities and innovation that sometimes projects a cloaking effect on each other. It's a history of tension between immediate functionality and decorative effect, between industry and art, of the resulting variable. It's a history of cultural crossings, endogenous and exogenous dynamics, in which the human factor is always crucial. It's a history that always wonders and surprises.



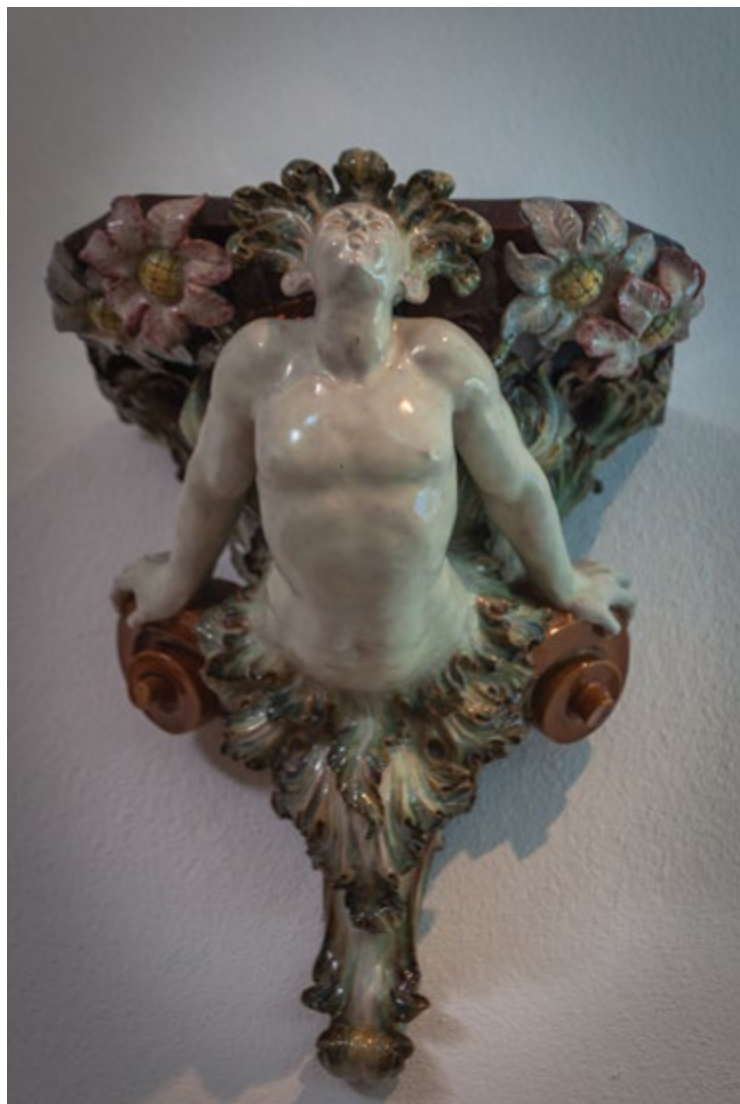
The history of ceramic in Portugal has aroused the interest of various disciplines. Firstly, the history of art, because the connections between artistic creation and ceramic modelling are multiple and repeated over time. It was also for this reason that presided over the establishment of the various collections of ceramic parts, whether public or private. And that's how almost all the portuguese reference museums retain spoils in their deposits or ceramic in its exhibitions. There are three museums in Portugal, beyond the factory museums, exclusively dedicated to ceramics: in Lisbon (Tile), in Caldas da Rainha (Ceramic) and in Barcelos (Pottery).

The evolution of ceramic also mobilized scholars of the history of production techniques, particularly during the process of the sector's industrialization. In parallel, the ethnographers travelled around the country in search of expressions of traditional ceramic, pottery, of its shapes, of their respective socioeconomic contexts and their cultural trait.

The archaeology, medieval archaeology in particular, brought to the knowledge of the post-medieval history of ceramics in Portugal, a notable impulse. It clarified the technical and formal influences of Arabic and Mediterranean origin of portuguese faience and the mercantile exchange system in which inherited. It became possible to identify the main portuguese producer's centers of faience and its international dissemination from the 16th century. And it provided more historical information about the production of tiling, in Portugal.

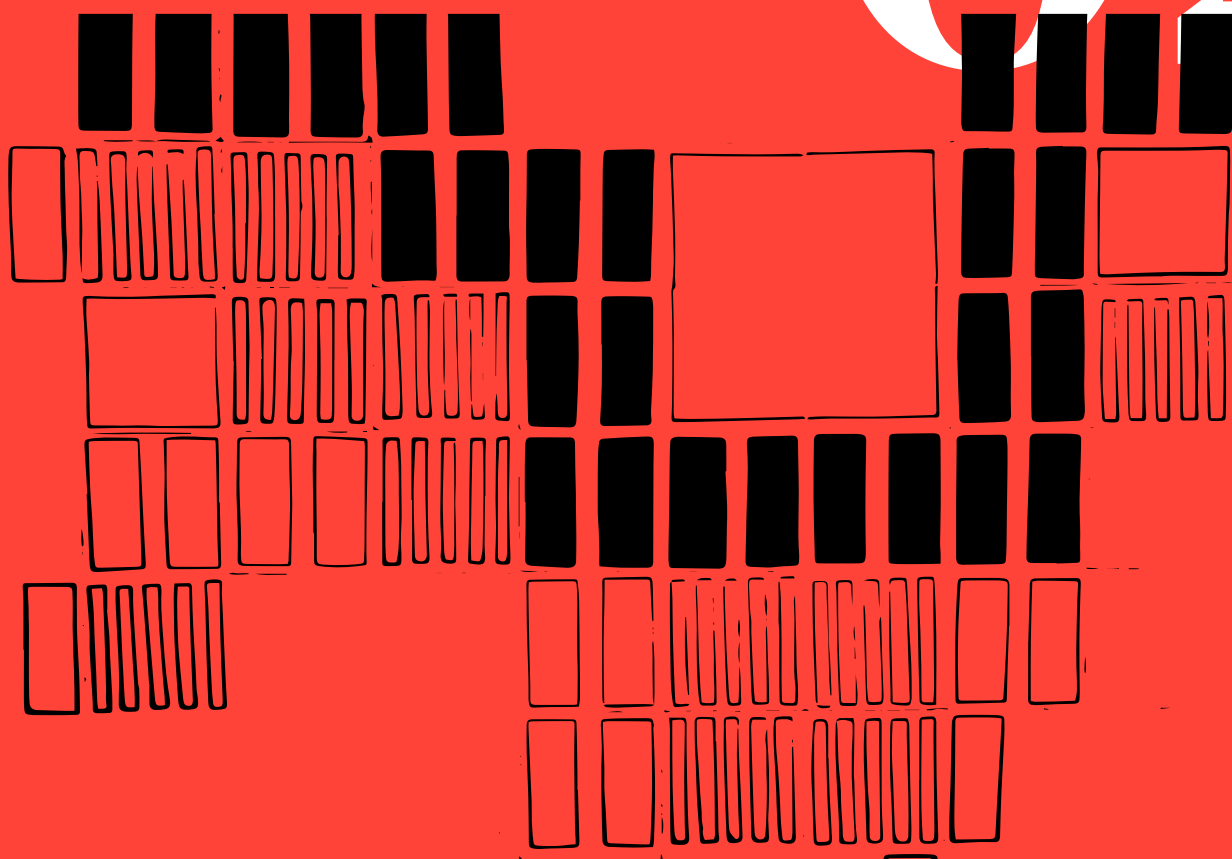
Anyway, the ceramic was most recently included in the scientific perspective of economic, industrial and business history. It is in this context that my investigation lies, developed over the past three decades.

The ceramic history in Portugal is rich in perspectives, in correspondence with the nature of its object. It's a history of continuities and innovation that sometimes projects a cloaking effect on each other. It's a history of tension between immediate functionality and decorative effect, between industry and art, of the resulting variable. It's a history of cultural crossings, endogenous and exogenous dynamics, in which the human factor is always crucial. It's a history that always wonders and surprises.



Escultura, Rafael Bordallo Pinheiro,
Museu da fábrica Bordallo Pinheiro.
Foto: CPV / Sculpture, Raphael Bordallo
Pinheiro, Bordallo Pinheiro factory
Museum. Photo credits: CPV

02



Excelência

Excellence



Estação de metro do Intendente,
Lisboa, inaugurada em dezembro de
1959. Painéis de Azulejo de Maria Keil.
Cortesia Metropolitano de Lisboa,
E.P.E./ "Intendente" subway station
(Lisbon), opened in December, 1959. Tile
panel authored by Maria Keil, produced at
"Viúva Lamego" ceramics. Photo courtesy
of Metropolitano de Lisboa E.P.E.

According the dictionary, Excellence means the superiority of quality, a specialty, a top degree of perfection, and that's no coincidence that in portuguese language "Excellence" treatment is historically reserved for higher social or cultural strata people. It's recognition of distinction and notability.

Portuguese ceramics became deserving the right of that treatment, by concrete actions turned out into products for the global world. If in some other times competitiveness could be based on low price, portuguese ceramics currently drives to conquer its international place by quality of their products, enhancing, through design and performance capability, the good characteristics of its raw materials. If Tradition is important, because integrates knowledge and ways of doing, that require time to implement and integrate under current practice standards, only the vision focused both in present and future allows to move towards response to new and increasingly demanding parameters of quality.

The massive certification of portuguese ceramics products and processes has been a concerted national strategy, enabling the harmonization with the requirements of the markets where ceramics sells, but also, in many cases, anticipate requirements by the aim of offering distinctive products and taking advantage over direct competitors. The certification of portuguese companies also allowed rational use of resources, to reduce or reuse waste, bet for renewable energy and improve qualification levels.

That Excellence, even if evidenced by distinct forms among different companies and institutions, has been achieved through improving product's performance and technology -such as sensitive ceramics, intelligent ceramics, energy-producing tiles, less thermal conductivity, more comfortable, usage-resistant, ultraviolet radiation or adverse weather resistant elements-, whether through quality of design and drawing, that turned ceramics into art work, able to matching the standards of the generic customer, but also giving a customized response adapted and personalized to requirements of specific customers.

Excelência, segundo o dicionário, é a superioridade de qualidade, a especialidade, um sumo grau de perfeição, e na língua portuguesa esse é um tratamento historicamente reservado a pessoas de estrato cultural e social superior, um reconhecimento de distinção, notabilidade.

A cerâmica portuguesa tem vindo a conquistar o direito a essa designação através de ações concretas traduzidas em produtos que se destacam num mundo global. Se outrora poderia haver competitividade assente em preço baixo, atualmente a conquista de um lugar internacional deve assentar na qualidade do produto, valorizando, através do design e capacidade de desempenho, as já boas características das suas matérias-primas. Se a tradição é importante, porque o conhecimento e as formas de ação necessitam de tempo de implementação e integração na prática corrente, apenas o olhar colocado no presente e no futuro permite avançar no sentido de resposta a novos parâmetros de qualidade, cada vez mais exigentes.

A certificação de produtos e processos tem sido uma aposta concertada das empresas nacionais, permitindo a harmonização com os requisitos dos mercados para onde vende, mas também, em muitos casos, antecipando-se às próprias exigências, pelo desejo de oferecer um produto distintivo, posicionando-se em vantagem sobre os seus concorrentes mais diretos. Certificação de processos que permite o estabelecimento do uso racional de recursos, de redução ou reutilização de resíduos, de aposta em fontes renováveis de energia e de uma maior qualificação dos locais de trabalho.

Excelência que se evidencia de distintas formas nas diversas empresas e instituições do sector, seja pelo desenvolvimento de produtos de desempenho físico e tecnológico avançado, -como cerâmicas sensitivas, cerâmica inteligente, peças produtoras de energia, elementos com menor condutibilidade térmica, mais confortáveis, mais resistentes ao uso, à radiação ultravioleta ou condições climatéricas adversas-, seja pela qualidade do desenho, que em muitos casos transforma o elemento cerâmico em objeto de arte, mas também pela capacidade de ao mesmo tempo conseguir dar uma resposta padronizada, para clientes genéricos, e uma resposta personalizada, adaptada e adequada aos requisitos singulares de um cliente específico.



reddot design award

... Com várias cores, formatos e acabamentos, os revestimentos e pavimentos cerâmicos da Coleção Cromática da Revigrés abrem um vasto leque de possibilidades que apelam à criatividade dos arquitetos.

... With many different colours, sizes and surface finishes, the Revigrés Chromatic Collection ceramic wall and floor tiles open up a wide range of creative possibilities for architects.

Jury, Red Dot Design Award



... O júri internacional do Prémio iF DESIGN AWARD reconheceu a elevada qualidade do design da Coleção Cromática da Revigrés e atribuiu a esta coleção o Prémio iF DESIGN AWARD 2016. O júri ficou impressionado com a qualidade técnica e de produção desta candidatura e com a sua flexibilidade. A qualidade técnica e de produção são perfeitas. Características como a planura da superfície e linearidade de arestas atingem elevados padrões de qualidade. O júri também reconheceu a flexibilidade da coleção. Devido a uma paleta de cores cuidadosamente selecionada, os pavimentos e revestimentos cerâmicos podem assumir diferentes funções e criar diversos ambientes. Muitas das cores são intemporais – um fator muito importante em produtos com um ciclo de vida longo. Os seus diferentes formatos contribuem para a flexibilidade da coleção, dando aos arquitetos e designers a possibilidade de criar inúmeras variações e combinações de cores e formatos. Na perspetiva do júri do Prémio iF Design, a Coleção Cromática tem o potencial para se tornar uma solução clássica moderna e a opção preferencial de designers e arquitetos.

... The international jury panel of the iF DESIGN AWARD recognized the high design quality of the Chromatic Collection by Revigrés and chose the collection to be one of the winners of the iF DESIGN AWARD 2016. The jury was impressed by the technical and production quality of the entry as well as its flexibility. The technical and production quality is flawless. Important signs of quality like overall surface flatness, straightness of the edges etc. are of the highest standards. The jury also recognized the flexibility of the collection. Due to a very carefully selected color range the tiles can serve different functions and create numerous environments. Many of the colors are timeless – a factor especially important regarding products with a long life cycle. The different sizes also add to the flexibility of the collection, giving architects and designers the possibility to create numerous variations and combinations of different sizes and colors. In the eyes of the iF jury, the Chromatic Collection has the potential to become a modern classic and the go-to solution for interior designers and architects.

Jury, iF Design Award



... O Chicago Athenaeum: Museum of Architecture and Design distingue, há quase sete décadas, o Design de Excelência com o galardão GOOD DESIGN. A ênfase do programa GOOD DESIGN é na elevada qualidade do desenho, da resposta funcional e estética, apostando em padrões superiores aos produtos de consumo corrente. O Chicago Athenaeum's GOOD DESIGN promove o ideal de um processo de conceção que incorpore a excelência do produto, resistência e durabilidade, e uma identidade pública forte. Em 2015, tivemos a honra de reconhecer a Revigrés, a primeira empresa portuguesa de revestimentos e pavimentos cerâmicos a obter este prémio. Os revestimentos e pavimentos da sua Coleção Cromática são de facto um exemplo perfeito de inovação no design. A sua ampla paleta de cores e a sua diversidade de formatos permite aos profissionais arriscar e desenvolver projetos diferenciadores. O Júri do Prémio GOOD DESIGN espera ter contribuído para promover a Coleção Cromática como um símbolo da qualidade do design da cerâmica portuguesa, a nível mundial.

... The Chicago Athenaeum: Museum of Architecture and Design has been distinguishing Design Excellency for almost seven decades with the GOOD DESIGN AWARD. The emphasis of the GOOD DESIGN program is on quality design of the highest form, function, and aesthetics a standard beyond ordinary consumer products and graphics. The Chicago Athenaeum's GOOD DESIGN program forwards the ideals of a design process that embodies product excellence and endurance and strong public identity. In 2015, we were honored to recognize Revigrés as the first ever portuguese ceramic tiles company to won this award. Its Chromatic Collection ceramic tiles are indeed a perfect example of design innovation. A broad color pallet and a wide diversity of sizes make it possible for professionals to push the envelope and to develop differentiating works. The GOOD DESIGN AWARD Jury hopes to have contributed to promote the Chromatic Collection as a symbol of the portuguese ceramic design quality worldwide.

Jury, Good Design Award



... Temos muito gosto em informar que a vossa candidatura aos German Design Award 2016 foi selecionada para integrar a lista de premiados. Este facto representa um reconhecimento de enorme importância, pelo que, tanto eu como o nosso Júri de peritos internacionais gostaríamos de lhe endereçar as nossas sinceras felicitações! O German Design Award é um dos mais reconhecidos galardões mundiais de design, altamente respeitado pelos profissionais do setor. Qualquer gestor que alguma vez tenha alcançado esta distinção deu provas, sem qualquer dúvida, que se encontra entre os melhores. Teremos muito gosto em vos entregar pessoalmente este prémio, na Cerimónia de Gala dos German Design Award 2016, que terá lugar a 12 de fevereiro de 2016 em Frankfurt, endereçando o convite para a sua presença nesse momento tão especial.

... We are delighted to inform you that your submission to the German Design Award 2016 has been selected for a distinction. This represents very important recognition, for which we and our jury of international experts would like to offer our sincere congratulations! The German Design Award is one of the best-known design competitions in the world and is held in high regard well beyond professional circles. Anyone who manages to stand out against the extremely high level of competition has successfully proved themselves to be among the best. We would be delighted to present your personal distinction at the award ceremony for the German Design Award 2016, which takes place on 12 February 2016 in Frankfurt, and hereby invite you to attend this special occasion.

Managing Director, Andrej Kupetz. Award announcement to Vista Alegre Atlantis, SA

O elevado desempenho

High performance

A cerâmica portuguesa na última das grandes catedrais

Portuguese ceramics in the last of the great cathedrals

“I suddenly dived into the depths of time: Yes, the cathedrals were white, completely white, dazzling and young, not black, dirty, old.” So wrote Le Corbusier, echoing what was the knowledge at the time regarding the medieval period. Later, historical research concluded that cathedrals, in most cases, had never been white, but painted with a rich colour pallet which showed off their architectural features.

When Antoni Gaudí took over the work of the last of the great European cathedrals, which is still underway almost a century after his death, he took up the interrupted line in human memory and filled it with colour, now not by paint, but by ceramics in covering many of the elements that characterise the building and its most representative elements.

The collaboration with the portuguese ceramics Industry, through one of its companies, *Revigrés*, on the iconic work of the Basilica of La Sagrada Familia Basilica, arose in 2012 with the need to replace some of the material previously applied to the exterior of the work with other products more resistant to weather conditions.

Due to the demanding requirements to maintain the colour and product resistance to natural agents, but also because *Revigrés* is a portuguese company with a portfolio with a very wide chromatic range, it was selected to provide samples for some of the parts, from its Chromatic Collection, one of the most complete stoneware collections in the world, which received the RED DOT DESIGN AWARD.

The materials produced were applied not only on the exterior - on the 4 pinnacles - but also in the interior, in the central inset of the Basilica and reflect the strong commitment of the portuguese ceramics industry to innovation. The process involved new materials and production processes that enabled the quality criteria required to be met.

“Mergulhei de repente nas profundezas do tempo: Sim, as catedrais eram brancas, completamente brancas, deslumbrantes e jovens, e não pretas, sujas, velhas.”, assim escrevia Le Corbusier fazendo eco do que era o conhecimento à época sobre o período medieval. Mais tarde, a investigação histórica permitiu concluir que as catedrais, na maior parte dos casos, nunca tinham sido brancas, mas pintadas com ricas paletes de cores que evidenciavam os motivos arquitetónicos.

Quando António Gaudí toma conta da obra da última das grandes catedrais europeias, que quase um século depois da sua morte continua ainda em execução, retoma a linha interrompida na memória humana, e enche de cor, agora não por pintura, mas por revestimento cerâmico, muitos dos elementos que caracterizam o edifício e os seus elementos mais representativos.

A colaboração da indústria cerâmica portuguesa, através de uma das suas empresas, a *Revigrés*, na obra icónica da Basílica de La Sagrada Familia surge em 2012, com a necessidade de substituir alguns dos materiais anteriormente aplicados no exterior da obra por outros produtos mais resistentes às condições climáticas.

Devido aos requisitos exigentes de manutenção de cor e de resistência aos agentes naturais dos produtos, mas também ao facto de a portuguesa *Revigrés* ser uma empresa com um portfólio de gamas cromáticas muito vasto, a mesma foi selecionada para apresentar amostras para algumas das peças, a partir da Coleção Cromática, uma das coleções em grés porcelânico mais completas a nível mundial, e que recebeu o RED DOT DESIGN AWARD.

Os materiais produzidos foram aplicados não só no exterior - nos 4 pináculos - mas também no interior, no medalhão central da Basílica e refletem a forte aposta da indústria cerâmica portuguesa na inovação. No processo foram utilizadas novas matérias-primas e processos de produção que permitiram cumprir os critérios de qualidade exigidos.



Vista Interior da nave central da Basílica
de La Sagrada Família. Foto: CPV /
Interior view of the nave of La Sagrada
Família Basilica. Photo credits: CPV



Revestimento do pináculo de uma das torres dos apóstolos com material cerâmico português. Cortesia: Revigrés / Lining of the pinnacle from one of the towers of the apostles done with portuguese ceramic material. Courtesy of Revigrés

Material cerâmico em tons laranja num dos pináculos inferiores. Foto: CPV / Orange-coloured ceramic material in one of the spires. Photo credits: CPV



Material cerâmico em tons castanhos e dourados num dos pináculos inferiores. Cortesia: Revigrés / Ceramic material in brown and golden tones in one of the spires. Courtesy of Revigrés

Processo de execução do revestimento com material cerâmico. Cortesia: Revigrés / Making-off coating with ceramic material. Courtesy of Revigrés

To date, more than 1300 m² have been supplied to La Sagrada Família Basilica from the Chromatic collection, and 28 of the 50 colours developed for the project have already been applied. Most of the pieces are supplied in 30x30cm and 30x60cm formats. The stoneware material produced for the exterior pinnacles is fragmented into irregular pieces, a feature of Gaudí's work.

The pallet of 28 colours which has been applied has mainly yellows, burgundies, browns, greens and blues. The set of colours used in the central inset inside the Basilica includes turquoise, cobalt, ice, platinum, superwhite, opal, lemon and blue.

The development of exclusive products for the Basílica de La Sagrada Família has been a milestone in the history of *Revigrés* and the national ceramics industry. A portuguese company was selected for the only building listed as a monument prior to its conclusion - the largest and most representative work of Antoni Gaudí.

Até à data, já foram fornecidos mais de 1300 m² em peças da Coleção Cromática para a Basílica La Sagrada Família e já foram aplicadas 28 das mais de 50 cores desenvolvidas para o projeto. Na sua maioria, as peças são fornecidas no formato 30x30cm e 30x60cm. O material em grés porcelânico produzido para os pináculos exteriores é fragmentado em pedaços irregulares, uma característica da obra da Gaudí.

Na paleta das 28 cores aplicadas, predominam os amarelos, bordeaux, castanhos, verdes e azuis. No conjunto de cores usadas no medalhão central no interior da Basílica estão o turquesa, cobalto, ice, platina, superbranco, opala, limão e azul.

O desenvolvimento de produtos em exclusivo para a Basílica de La Sagrada Família representa um marco na história da *Revigrés* e da indústria cerâmica nacional. Para o único edifício classificado como monumento ainda antes da sua conclusão – a obra maior e mais representativa de Antonio Gaudí – foi selecionada uma empresa portuguesa.



Basílica de La Sagrada Família, pórtico da paixão. Foto: CPV/ Portico of The passion at La Sagrada Família Basilics. Photo credits: CPV



Fotografia do interior. Em primeiro plano, medalhão central executado em material cerâmico português. Cortesia: Revigrés / Photo of the interior. In the foreground, the central medallion executed on portuguese ceramic material. Courtesy of Revigrés

Materiais testados para uma duração de 200 anos

Materials tested to last 200 years

The portuguese ceramics, by the hand of one of the most known companies, *Porcel*, were represented in the refurbishment works of one of the largest temples of the Baha'i faith, located in Israel. This is the annual pilgrimage destination of thousands of faithful, being the company involved in the production of the tiles that cover the dome. The work was aptly described as the 'crown jewel' of the Shrine of the Báb, which is inscribed on UNESCO World Heritage List as being of outstanding universal value.

This sanctuary, located on Mount Carmel in Haifa, is a place of pilgrimage for all Baha'is. The building began to be built in the twentieth century and holds the remains of 'Báb', one of the founders of the Baha'i faith. This religion has its origins in Persia, now Iran, and emerged during the nineteenth century by the hand of Baha'u'llah, a persian nobleman. His teachings emphasize the unity of humanity and believe that the founders of the great world religions are divine messengers. It currently has about five million followers scattered throughout the world, six thousand in Portugal, who contributed with donations to the refurbishment works, which had a final total cost of around six million dollars.

The restoration process of this majestic building was preceded by three years of preparation and in-depth studies on the conditions of access to the structure, the environmental impact of the work and in determining the *modus operandi* of the general intervention and materials to be used, in order to respect the original building origins.

The portuguese company, based in Oliveira do Bairro, and until then dedicated to the homeware and decorative ceramics, had never developed any project of this dimensions, but still won an international tender, facing the competition of several European companies. This was followed by three years of research in order to achieve a final solution, with the biggest challenge being

A cerâmica portuguesa, pela mão de uma das suas empresas, a *Porcel*, esteve envolvida na obra de restauro de um dos maiores templos da religião Bahá'i, localizado em Israel, destino anual da peregrinação de milhares de fiéis, através da produção de telhas que revestem a cúpula, apropriadamente descrita como jóia da coroa do Santuário do Báb, inscrito na lista de Património da Humanidade da UNESCO como de valor excecional.

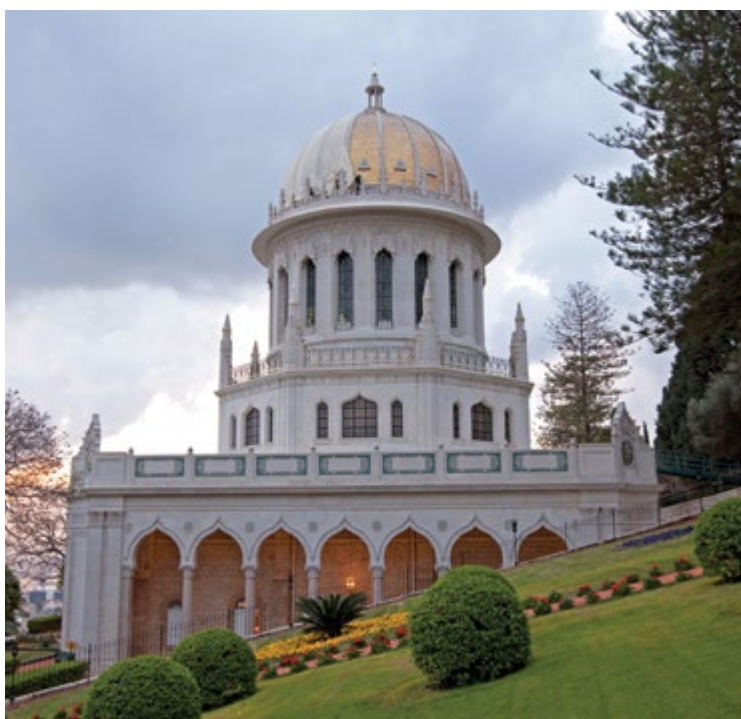
Este santuário, situado no Monte Carmelo, em Haifa, é um local de peregrinação para todos os bahá'is. O edifício começou a ser construído no século XX e estão lá depositados os restos mortais do 'Báb', um dos fundadores da fé Bahá'i. Esta religião é originária da Pérsia, atual Irão, e surgiu durante o século XIX pela mão de Bahá'u'lláh, um nobre persa. Os seus ensinamentos enfatizam a unidade da humanidade e consideram que os fundadores das grandes religiões mundiais são mensageiros divinos. Tem atualmente cerca de cinco milhões de seguidores espalhados por todo o mundo, seis mil em Portugal, que contribuíram com doações para a obra de restauro, com um custo total final na ordem dos seis milhões de dólares.

O processo de restauro deste majestoso edifício foi precedido de 3 anos de preparação, e de estudos profundos sobre as condições de acesso à estrutura, impacto ambiental da obra e determinação do *modus operandis* da intervenção geral e materiais a utilizar, numa postura de respeito pelo projeto original.

A empresa portuguesa, sediada em Oliveira do Bairro, e até então vocacionada para as loiças cerâmicas, nunca tinha feito nada do género, mas mesmo assim venceu um concurso internacional disputado por várias empresas europeias. Foram depois necessários três anos de investigação até se chegar à solução final, sendo que o maior desafio foi "a durabilidade". Para tal a *Porcel* contou com a colaboração de vários parceiros e entidades portuguesas acreditadas internacionalmente.

A telha tinha de garantir uma resistência a condições meteorológicas adversas, como chuvas ácidas, tempestades de areia e grandes diferenças de temperatura, mantendo a tonalidade das peças. Este desafio levou a *Porcel* a investir no desenvolvimento de uma nova e inovadora tecnologia,

Santuário do Báb, fotografia antiga e estado atual. Cortesia Porcel / Shrine of the Báb, ancient photo and current state. Photos courtesy of Porcel



“durability”. During this research *Porcel* had the collaboration of various partners and internationally accredited portuguese entities.

The tiles had to ensure a resistance to adverse weather conditions such as acid rain, sandstorms and large temperature differences, while keeping the tone of the pieces. This challenge led to *Porcel* to invest in developing a new and innovative technology, unique in the world, finding a solution in the application of gold which fully overcame the expectations of the project.

Throughout the process, the pieces were subjected to rigorous tests that predicted a minimum guaranteed life of 200 years, higher than the original tiles, which lasted 40 years.

única no mundo, encontrando uma solução na aplicação do ouro que respondeu e superou inteiramente as premissas do projeto.

Ao longo do processo, as peças foram submetidas a testes rigorosos que previram uma vida útil mínima garantida de 200 anos, superior às telhas originais, que duraram 40 anos.

Cerâmica indexada à cotação do ouro

Ceramics Indexed to gold rate

A contract to produce flat tiles with a gold finishing to cover the Báb sanctuary in Israel was signed in May 2010th with a portuguese company, which then began manufacturing the oeuvre thru a production phase that lasted about three months. The company had to open a second assembly line, to avoid interfere with their normal operation which assures the production of ceramic tableware for regular costumers.

The shape of surface to cover - a spherical dome on a tapered stem surmounted by a cupola - implies that the flat tiles, layered in a fish scale form, had to adapt to the curved surface. This form, as well as the ribbed dome stone set, determines the adaptation of the tiles to different locations and bends, having been produced 12 012 ceramic tiles with more than 162 different sizes and shapes. Such required a thorough and rigorous production and operation planning

On the production of the finish of these tiles, 26 kilos of 24-karat gold were used. Each delivery of a new shipment of ceramic parts, was indexed by gold rate of the day and calculated the value to invoice the customer, a very particular and peculiar situation, but that is also an evidence of the excellence of the work done.

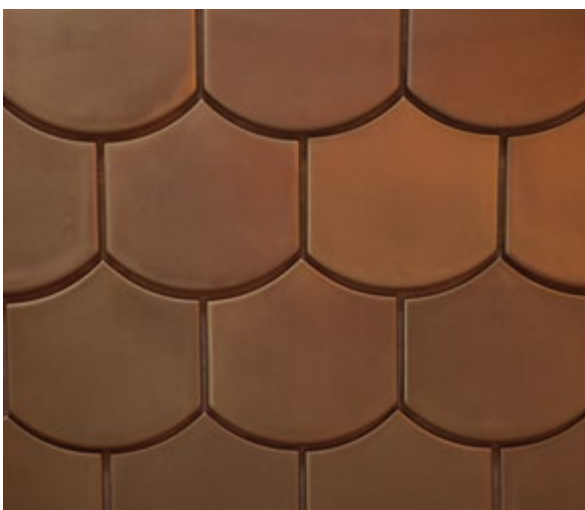
The portuguese ceramic industry, either through this work of *Porcel* for a temple in Israel, whether through the work of *Vista Alegre* in the coating of Leixões Cruise Terminal, presented in the introduction to this book, demonstrated its ability to adapt to different contexts, and convert production into systems adapting to a specific project.

O contrato com a empresa portuguesa para a produção das telhas planas com acabamento a ouro para o Santuário do Báb foi assinado em maio de 2010, iniciando-se seguidamente a fase de produção, que durou cerca de três meses. A empresa teve de abrir uma segunda linha de montagem, para não interferir no normal funcionamento e manter o ritmo de produção de loiça cerâmica destinada aos clientes regulares.

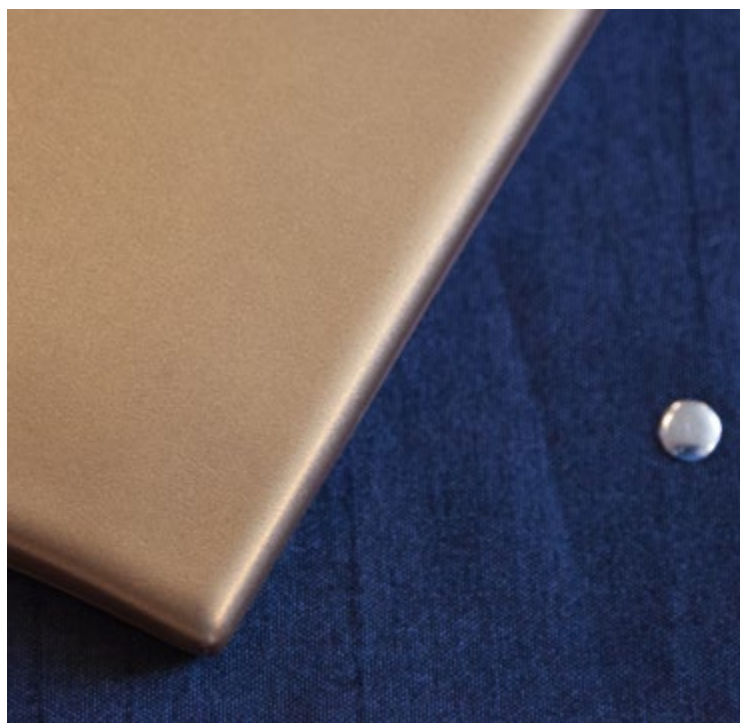
O formato da superfície a revestir, uma cúpula esférica sobre um tronco cónico encimada por um lanternim implica que as telhas planas, de formato que invoca as escamas de peixe, se tenham de adaptar a uma superfície curva. Esta forma, assim como marcação da cúpula por um conjunto de nervuras de pedra, determina que sejam necessárias peças adaptadas a diferentes localizações e curvaturas, tendo sido produzidas cerca de 12 012 peças cerâmicas com mais de 162 tamanhos e formas diferentes. Tal exigiu um minucioso planeamento de produção e rigorosa execução.

Na produção do acabamento destas peças foram usados cerca de 26 quilos de ouro de 24 quilates. A cada entrega de uma nova remessa de peças cerâmicas, era consultada a cotação do ouro desse dia e calculado o valor a faturar ao cliente, uma situação bastante particular e peculiar, mas que é também a evidência da excelência do trabalho realizado.

A indústria cerâmica portuguesa, quer através deste trabalho da *Porcel* para um templo em Israel, quer através do trabalho da *Vista Alegre* para o revestimento exterior do Terminal de Cruzeiros de Leixões, apresentado na introdução do presente livro, demonstra a sua capacidade de adaptação a diferentes contextos, e reconversão do sistema de produção adequando-o a um projeto específico.

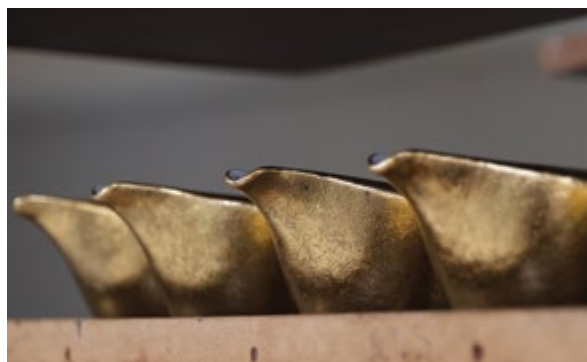


Pormenores das telhas cerâmicas
revestidas a ouro executadas para o
Santuário do Báb. Show Room Porcel.
Foto: CPV / Details of gold-coated ceramic
tiles executed for Báb sanctuary. At Porcel
Show Room. Photo credits: CPV



Pintura manual de dourados na empresa
Porcel. Fotos: CPV / Handmade painting
of gold coating at Porcel ceramics. Photo
credits: CPV







Augusto Vaz Serra

Sócio honorário da APICER
Antigo Diretor Geral e
Administrador do CTCV – Centro
Tecnológico da Cerâmica e do
Vidro / Honorary member of
APICER. Former CTCV CEO

... as exigências da marca Ceramics – Portugal does it better são constituídas por 10 critérios muito claros e específicos - a Qualidade, o Ambiente, a Higiene e Segurança, a Energia, a Certificação do Produto, a Inovação, a Responsabilidade Social, o Design e Marca, o Património Vivo, as Exportações, e todo este conjunto constitui o suporte da Sustentabilidade e de uma atividade responsável.

Ceramics – Portugal does it better!

Expressão do paradigma da Excelência na Cerâmica e para além...

Com as novas realidades do Comércio Mundial, com circulação facilitada de bens, fatores de produção e conhecimento, cada vez mais disponíveis, há necessidade de fazer a diferença por outros requisitos que não os do produto “tout court”. E essa diferença tem a ver com uma responsabilidade, quase diríamos, de consciência universal, abrangente da globalidade do planeta.

Da Excelência Qualitativa, de Gestão e das Organizações, caminha-se para a transparência global. O Sentido de Responsabilidade para com os Atores, diretos e indiretos, a Sociedade, a Envolvente, vai-se constituindo como um valor que se interioriza na prática empresarial mas que deve ser demonstrada e mostrada!

Vêm estas considerações a propósito da Indústria Cerâmica e de todos os agentes a ela ligados desde os fornecedores, “in latu sensus”, aos agentes promocionais, de distribuição e consumidores, às Instituições de Formação e de Desenvolvimento, às Associações Profissionais, das Artes e Empresariais, que são parte integrante da sua essência.

É da interação de todas estas figuras, que se dispersam e têm um carácter Universal, que se desenvolveu uma indústria e atividade empresarial, ativa, com grande passado patrimonial e sentido de modernidade e de futuro. Foi assim que a nossa própria identidade como país e povo, culturalmente e de forma de vida, foi profundamente entrosada na cerâmica e na sua utilização e consumo, como é comumente sentido, e objeto de inúmeras referências patrimoniais.

A necessidade de encontrar expressão, de mostrar e demonstrar ao mercado global, a forma responsável de fornecer e produzir cerâmica levou ao desenvolvimento de uma marca de confiança. A forma encontrada foi ter como referência as Melhores Práticas Instaladas, de responsabilidade industrial e empresarial, criando uma Marca associada a um Símbolo e com uma expressão abrangente e transversal ao sector da Cerâmica: Ceramics – Portugal does it better.



... brand requirements Ceramics-Portugal does it better consist of 10 very clear and specific criteria – Quality, Environment, Hygiene and Safety, Energy, Product Certification, Innovation, Social Responsibility and Design and Brand, the Living Heritage, Exports, and all this together is the support of sustainability and responsible activity.

Expression of the paradigm with nature of Excellence, in ceramic industry and beyond it ...

With the new realities of World Trade, with easy movement of goods, and factors of production and knowledge increasingly available, there is a need to make a difference through requirements other than the “tout court” product. And this difference has to do with a responsibility - we would almost say, of universal consciousness - encompassing the whole of the planet.

Of Qualitative Excellence, Management and Organisations, moving in the direction of global transparency. The Sense of Responsibility for Stakeholders, both direct and indirect, the Company, the Surroundings, together create value which is internalised in business practice but which must be demonstrated and shown!

These considerations concern the Ceramics Industry and all those linked to it, from the suppliers, “in latus sensus”, to the promoters, from distribution and consumers to Training and Development Institutions and from Professional Associations to the Arts and Entrepreneurs that are part of its essence.

It is the interaction of all these figures, who are dispersed and have a universal character, that has led to the development of an industry and active business activity, with its great past heritage and sense of modernity and future. This was how our own identity as a country and people, both culturally and of way of life, was deeply embedded in ceramics and their use and consumption, as is commonly meant, with it being the object of numerous patrimonial references.

The need to find expression, to show and demonstrate to the global market the responsible way to provide and produce ceramics, led to the development of a trustmark. The best way found was to use the Best Installed Practices as a reference for industrial and corporate responsibility, creating a Brand associated with a Symbol and a wide-ranging transversal expression in the Ceramics sector: Ceramics – Portugal does it better.



CERAMICS[®]
Portugal does it better

Esta Marca e Símbolo, a sua verificação e atribuição, tem critérios e um conteúdo muito preciso, representa a Excelência com uma orientação clara para clientes e consumidores, permitindo-lhes uma mais-valia pela garantia intrínseca ao produto idealizado, produzido e fornecido em condições que fazem a diferença relativamente a terceiros.

Sem dúvida que, no contexto de Mercado alargado, as empresas e outros agentes económicos, cuja prática cabe dentro dos critérios implícitos na Marca, são uma referência moderna para a Sociedade!

De facto e refiro, as exigências da marca Ceramics – Portugal does it better são constituídas por 10 critérios muito claros e específicos - a Qualidade, o Ambiente, a Higiene e Segurança, a Energia, a Certificação do Produto, a Inovação, a Responsabilidade Social, o Design e Marca, o Património Vivo, as Exportações, e todo este conjunto constitui o suporte da Sustentabilidade e de uma atividade responsável.

São critérios abrangentes e de acordo com recomendações e normativos internacionais, que representam as condições dos mais altos níveis de performance com o reconhecimento dos resultados alcançados pelas organizações, no exercício e no desempenho da sua atividade. As empresas, ao adotarem estes requisitos com as práticas a eles associadas, estão a dar um sinal claro da sua práxis e empenho na procura da Excelência.

Dando por adquirida que está instalada e interiorizada uma cultura de Excelência, de acordo com os critérios que foram apresentados, a Indústria Cerâmica tem agora a revolução digital, a Indústria 4.0 (o termo teve origem na Alemanha mas é também conhecido por “fábricas inteligentes”, “indústria inteligente”, etc). Mais não é do que as Tecnologias de Informação e Comunicação no ambiente fabril e industrial, ou seja, as Tecnologias Digitais no meio empresarial. Tudo que está dentro do processo de produção e na sua envolvente (fornecedores, distribuidores, a produção, e o próprio produto) está digitalmente ligado, permitindo uma cadeia de valor integrada.

Espera-se conseguir flexibilidade na produção, uma customização generalizada, melhor qualidade adaptada aos requisitos do cliente e melhoria da produtividade.

Esta 4ª Revolução Industrial depende do desenvolvimento de processos tecnológicos como: 1-as TICs com a integração de sistemas de fornecedores, logística na empresa e nas suas ligações com terceiros; 2-monitorização e controlo de processos com recurso a sensores e robots, que se podem configurar autonomamente para se adaptarem ao produto em sequência; 3-comunicação em rede Wifi e internet que permita a ligação entre equipamentos, pessoas, e fornecedores e distribuidores; 4-criação de bases de dados para tratamento e exploração imediata ou para mega análise; 5-sistemas operativos inteligentes e robots com suporte em TICs; 6-técnicas de simulação, de modelização e virtualização no design de produtos, etc.

Uma crítica recorrente a esta nova revolução é que o processo tem sido ativado essencialmente por produtores de equipamentos mais do que por necessidades de clientes (certamente que será um mixed de necessidades e de disponibilidade das novas tecnologias!). O modelo de negócio poderá ser competitivo não exclusivamente pelo preço mas pela customização, rapidez no desenvolvimento e inovação e qualidade estabilizada com o auxílio de produção assistida por robots e sistemas inteligentes.

Braço Robótico utilizado na fabricação de peças cerâmicas. Cortesia Roca / Robotic arm used in the manufacturing of ceramic parts. Courtesy of Roca



Execução manual de peças excecionais. Cortesia CS-Telhas / Manual execution of extraordinary pieces. Courtesy of CS-Telhas



Laboratório de I&DT. Cortesia Roca /
R&D lab. Courtesy of Roca



This Mark and Symbol, its verification and assignment, has criteria and very precise content, which represents the Excellence which is clearly customer and consumer centred, giving them an advantage through an intrinsic guarantee with the idealised product, manufactured and supplied in conditions that make a difference to others.

There is no doubt that, in the wider Market context, companies and other economic agents, whose practice falls within the criteria implicit in the Mark, are a modern reference to Society!

In fact, and I would mention that the requirements of the Ceramics – Portugal does it better mark consists of 10 very clear and specific criteria - Quality, Environment, Health and Safety, Energy, Product Certification, Innovation, Social Responsibility, Design and Brand, Living Patrimony, Exports, and all these together provide the support for Sustainability and responsible activity.

They are comprehensive criteria in accordance with international recommendations and standards, which represent conditions for the highest levels of performance with the recognition of the results achieved by organisations in the exercise and performance of their activity. In adopting these requirements with the practices associated with them, companies are giving a clear sign of their practice and their commitment to the search for Excellence.

Taking for granted that a culture of Excellence has been established and internalised, according to the aforementioned criteria, the Ceramics Industry now has the digital revolution, Industry 4.0 (the term originated in Germany but is also known as “smart factories”, “smart industry”, etc.). It is not just Information and Communication Technologies in the manufacturing and industrial environment, that is, Digital Technologies in the business world. Everything involved in the process of production and in its immediate surroundings (suppliers, distributors, manufacture and the product itself) is digitally connected, creating an integrated value chain.

It is hoped to achieve production flexibility, a generalised customisation, best quality tailored to customer requirements and improved productivity.

This 4th Industrial Revolution depends on the development of technological processes such as: 1- ICTs with integration of supplier systems, logistics in the company and their connections with third parties; 2- monitoring and process control through the use of sensors and robots, which can be configured independently to adapt to the product sequence; 3- Wifi and internet communication network to connect equipment, individuals, suppliers and distributors; 4- creating databases for processing and immediate operation or mega analysis; 5- intelligent operating systems and robots with ICT support; 6- simulation techniques, modelling and virtualisation in product design, etc.

A recurring criticism of this new revolution is that the process has been activated essentially by equipment producers rather than by customer needs (surely, this will be a mixture of needs and availability of new technologies!). The business model can be competitive not only through price but due to customisation, speed in developing



Linha de produção robotizada para o
fabrco de telhas. Cortesia CS-Telhas
/ Robotized production line of roof tiles.
Courtesy of CS-Telhas

Alguns dos subsectores da Indústria Cerâmica têm instaladas algumas das recomendações que são apresentadas, senão na sua plenitude pelo menos em estado de grande evolução, mas numa atitude prudente de progressiva adaptação.

No novo paradigma fortemente disruptivo da Indústria 4.0 há ainda muitos fatores externos em desenvolvimento, garantindo a fiabilidade das soluções e um dos quais e não o menos importante, é a necessidade de técnicos qualificados com capacidades e conhecimentos nas TICs, técnicas produtivas e de tomada de decisão.

Aqui está uma das áreas em que deverá, desde já, procurar-se desenvolver programas e conteúdos adaptados a estas exigências, no sentido de interessar jovens para o exercício destas novas funções. Aí um trabalho para os centros de formação, as escolas e as instituições da especialidade!

Para que se continue o paradigma: Ceramics – Portugal does it better!



Linha de produção automatizada.
Cortesia CS-Telhas / Robotized
production line. Courtesy of CS-Telhas

Execução manual de peças excecionais.
Cortesia CS-Telhas/ Manual execution of
extraordinary pieces. Courtesy of CS-Telhas



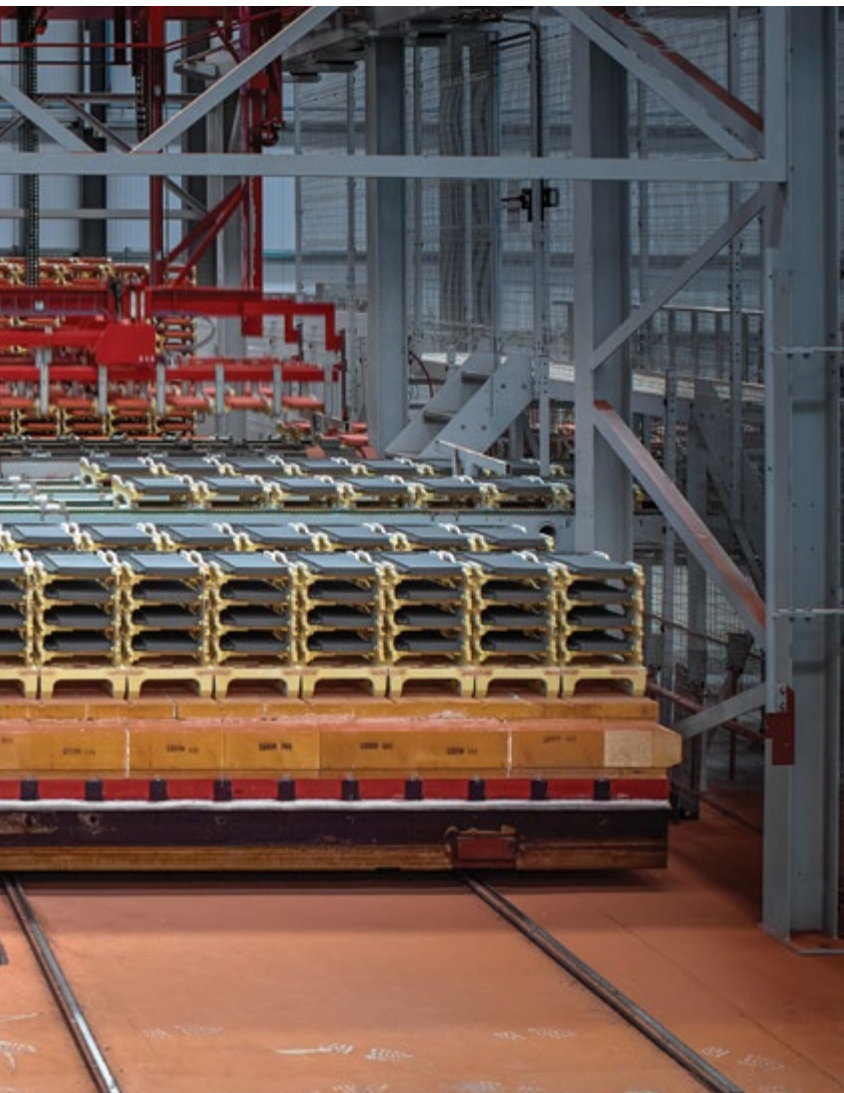
and innovating and stabilised quality with the aid of production assisted by robots and smart systems.

Some subsectors of the Ceramics Industry have installed some of the recommendations presented to it, if not fully at least in a state of great evolution, but with a prudent attitude of gradual adjustment.

In the new highly disruptive Industry 4.0 paradigm there are still many external factors being developed, ensuring the reliability of solutions, not the least of which is the need for qualified personnel with ICT skills and knowledge, production techniques and decision-making.

Here is one of the areas in which, from now on, there should be a development in tailored programs and content to meet these demands, in order to interest young people in carrying out these new functions. That is a job for specialised training centres, schools and institutions!

In order to continue the paradigm: Ceramics – Portugal does it better!



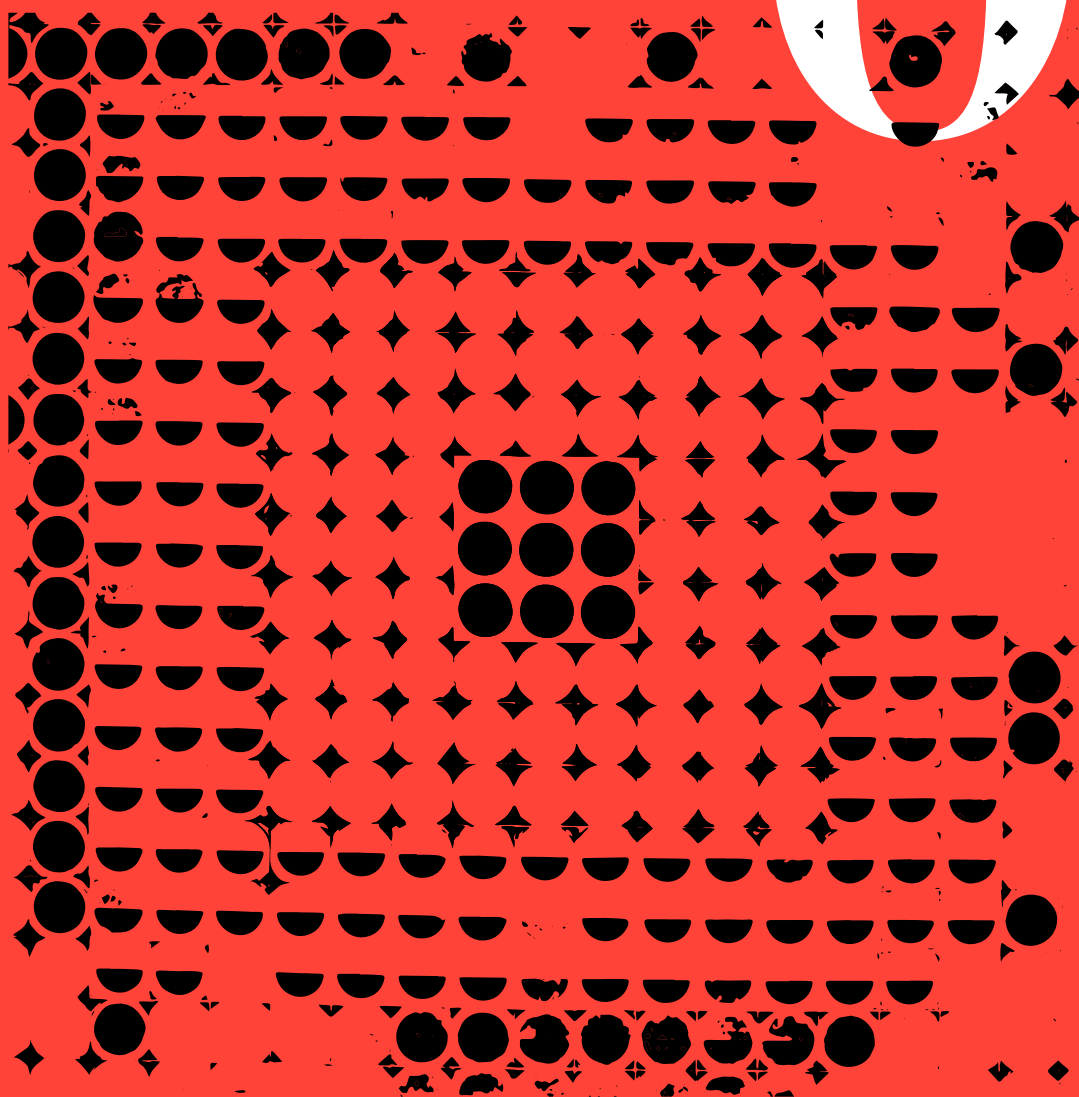
Cerimónia de entrega dos galardões
Ceramics – Portugal does it better!
Cortesia CHConsulting / "Ceramics-
Portugal does it better!" awards
ceremony–Courtesy of CHConsulting





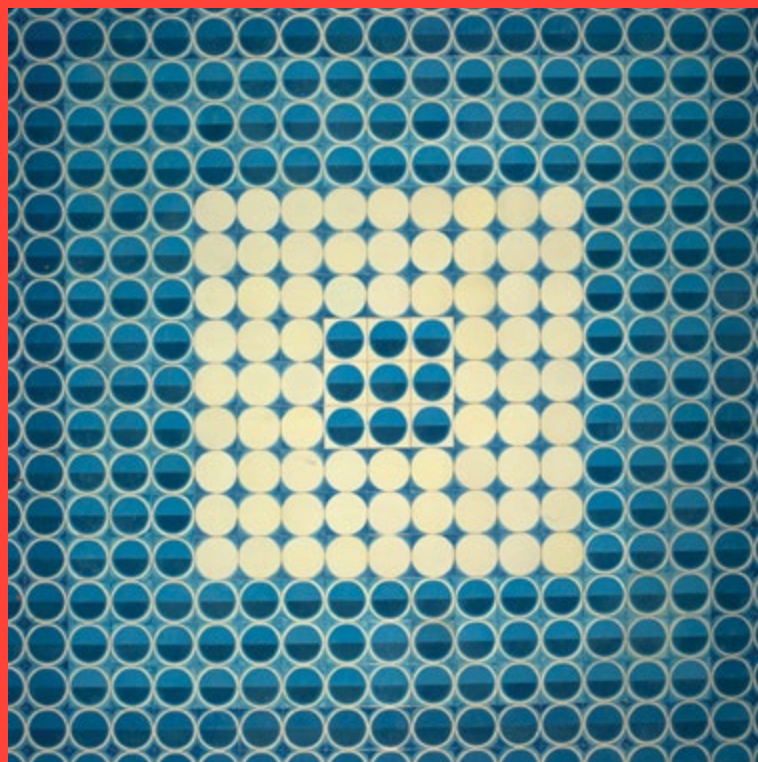
Panorâmica de unidade industrial de
produção de telhas. Cortesia CS-Telhas/
General view of a roof tiles production
plant. Courtesy of CS-Telhas

03



Inovação e Design

Innovation and Design



Estação de metro dos Anjos, Lisboa,
inaugurada em dezembro de 1959.
Painéis de Azulejo de Maria Keil.
Cortesia: Metropolitano de Lisboa,
E.P.E. / "Anjos" subway station (Lisbon),
opened in December, 1959. Tile panel
authored by Maria Keil, produced at "Viúva
Lamego" ceramics. Photo courtesy of
Metropolitano de Lisboa E.P.E.

Portugal has shown how to bet for successful research and technological development, reaching results on several solutions such as their own innovative ATM System (“Multibanco”) or the celebrated portuguese electronic toll system (“Via Verde”), proposing new visions and standards that succeed internationally.

In Portugal, ceramic’s research technological development and design are shared between companies, institutes and research centers, as either by schools and universities, these increasingly aimed for a direct relationship with industry and applied knowledge.

The search for new products is commonly based on observation of reality, to identifying problems whose resolution will encourage new and technologically advanced solutions. Such could be, for instance, the development of self-cleaning ceramics tiles to improve durability and good-looking of façades, by a solution that simultaneously reduces temperatures that surfaces are subjected; the use of nano phase-change materials (PCM) by turning ceramics into a more insulating, comfortable and thermally efficient materials, improving energy savings on built environment; or the ability to integrate sensors in ceramic floors and wall coverings to avoid vandalism and damage by eliminating ordinary commands and switches ; and speaking of renewable energy, what better place to capture sunlight, that the extensive facades and roofs, with excellent sun exposure in which ceramics engrafted the capacity to photovoltaic producing power; These are some of the examples in which portuguese ceramics research already got visible results and where some more are already underway.

From a scope of capability, Portugal is a country that shown to recognize the importance of design, not only from the point of view of product’s commercial feasibility, but also through the search for smart performance that makes product more sustainable, durable and suitable for use. Portuguese architects have been some that first gathered the world’s attention by reaching two Pritzker awards to Alvaro Siza and Eduardo Souto Moura, but also thru a new generation of designers starts evincing by the creative and quality of their work, being distinguished in many international competitions.

Portugal tem sabido apostar em investigação e desenvolvimento tecnológico, tendo conseguido, com certas soluções como o levantamento e pagamento automático (multibanco) ou as portagens eletrónicas (via verde), inovar, impondo visões e standards que se alargaram internacionalmente.

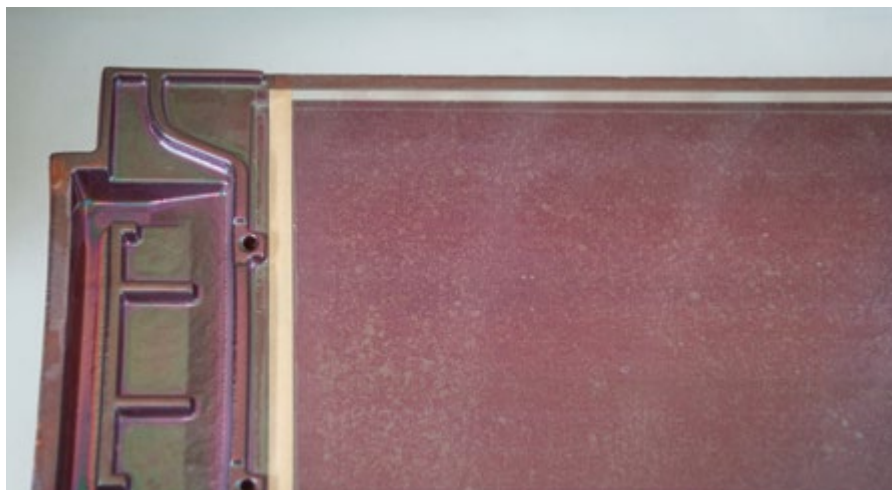
No sector da cerâmica, a investigação, desenvolvimento tecnológico e design repartem-se pelas empresas, institutos e centros de investigação, e pelas escolas e universidades, cada vez mais vocacionadas para uma relação direta com a indústria e a aplicação dos conhecimentos.

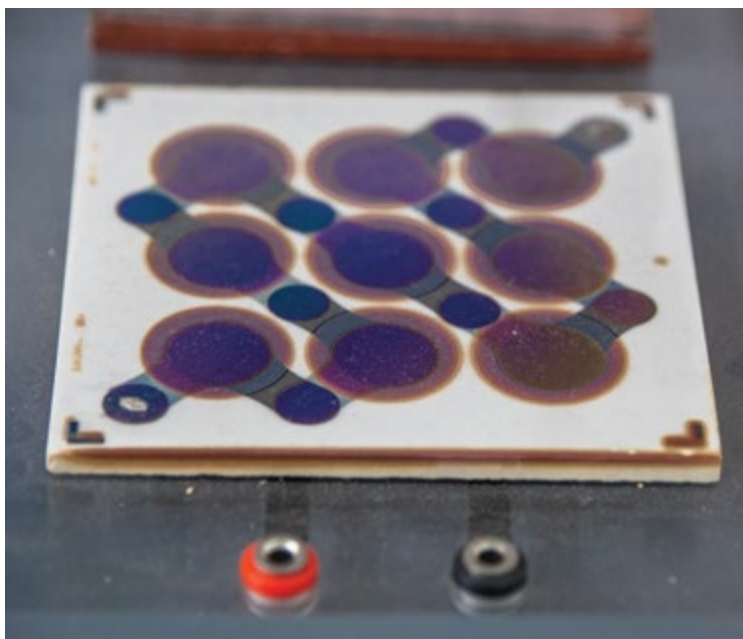
A procura de novos produtos assenta geralmente numa observação do que nos rodeia para identificar problemas, cuja resolução potencie a utilização de soluções tecnológicas avançadas. Cerâmicas que se auto limpam podem ser determinantes para a manutenção do bom aspeto dos edifícios, mas também aumentar a durabilidade das fachadas, pela redução das temperaturas superficiais a que estão sujeitas; utilização de nano materiais de mudança de fase (PCM) podem tornar as cerâmicas mais confortáveis e mais isolantes termicamente, contribuindo para a eficiência energética do nosso entorno construído; a capacidade de integrar nos revestimentos de paredes e pavimentos sensores que nos permitam eliminar comandos elétricos mais suscetíveis ao vandalismo e avarias; e do ponto de vista da produção de energias renováveis, que melhor sítio para captar a luz solar, que as extensas fachadas e coberturas, com excelente exposição solar e que podem integrar capacidades fotovoltaicas; estas são algumas das áreas de investigação com resultados já visíveis e muitas mais estão já em curso.

Do ponto de visto do design, Portugal é um país que tem sabido reconhecer a importância do mesmo não apenas do ponto de vista de valorização comercial do produto, mas também através de um desenho inteligente que o torna mais sustentável, durável e adequado ao uso. Os nossos arquitetos terão sido os primeiros a recolher a atenção mundial, com 2 prémios Pritzker atribuídos a Álvaro Siza e Eduardo Souto Moura, mas uma nova geração de designers tem começado a dar provas da capacidade criativa e qualidade do trabalho, sendo distinguidos em certames internacionais.

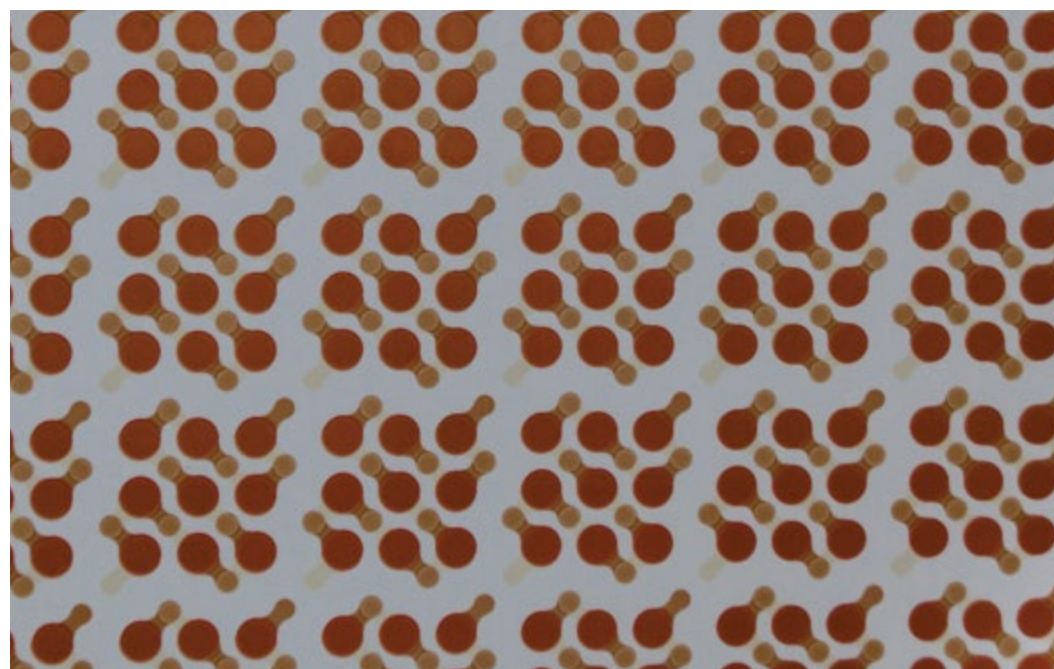


Materiais de revestimento fotovoltaicos,
 para a produção de energia. Projeto de
 investigação desenvolvido pelo CTCV em
 parceria com a Revigrés e a CS-Telhas, entre
 outros, com vista ao desenvolvimento de
 soluções tecnológicas rentáveis do ponto de
 vista comercial, para integrar a produção de
 energia em elementos de revestimento. Pela
 sua localização no edifício, em coberturas e
 mansardas, as telhas são uma boa aposta em
 termos de eficiência energética. Foto: CPV/
 Photovoltaic coating materials for energy
 production. R&D project run by CTCV in
 partnership with Revigrés and CS-Telhas,
 among others, with the scope on developing
 sustainable energy solutions technology
 for commercial use, from ceramic coating
 elements. By its location, roofs and dormers
 have a good potential for energy efficient
 production by adopting roof tiles. Photo
 credits: CPV





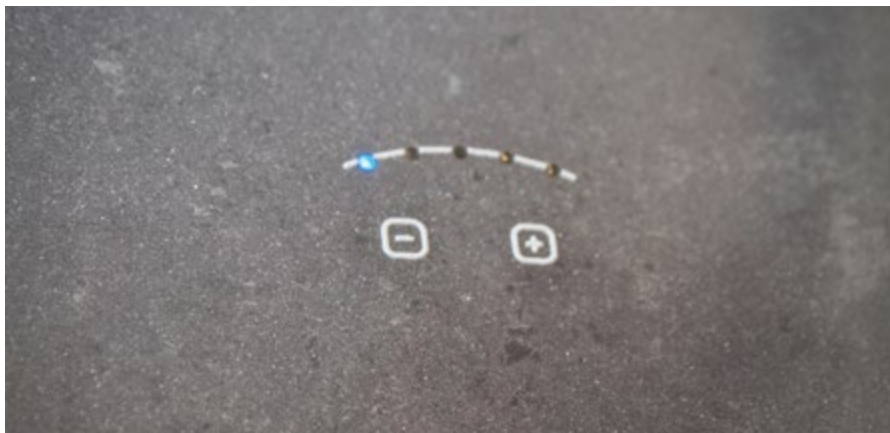
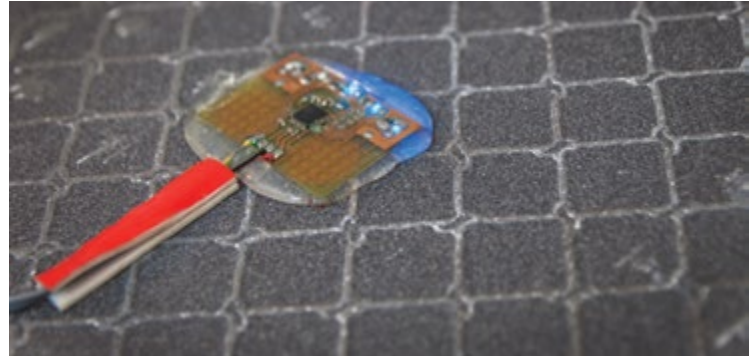
Desenvolvimento de azulejos para produção de energia, que incorporem, de raiz e por deposição, filmes finos fotovoltaicos reproduzindo padrões decorativos. Foto: CPV / Development of ceramic tiles for energy production, incorporating a thin photovoltaic shape reproducing decorative patterns. Photo credits : CPV



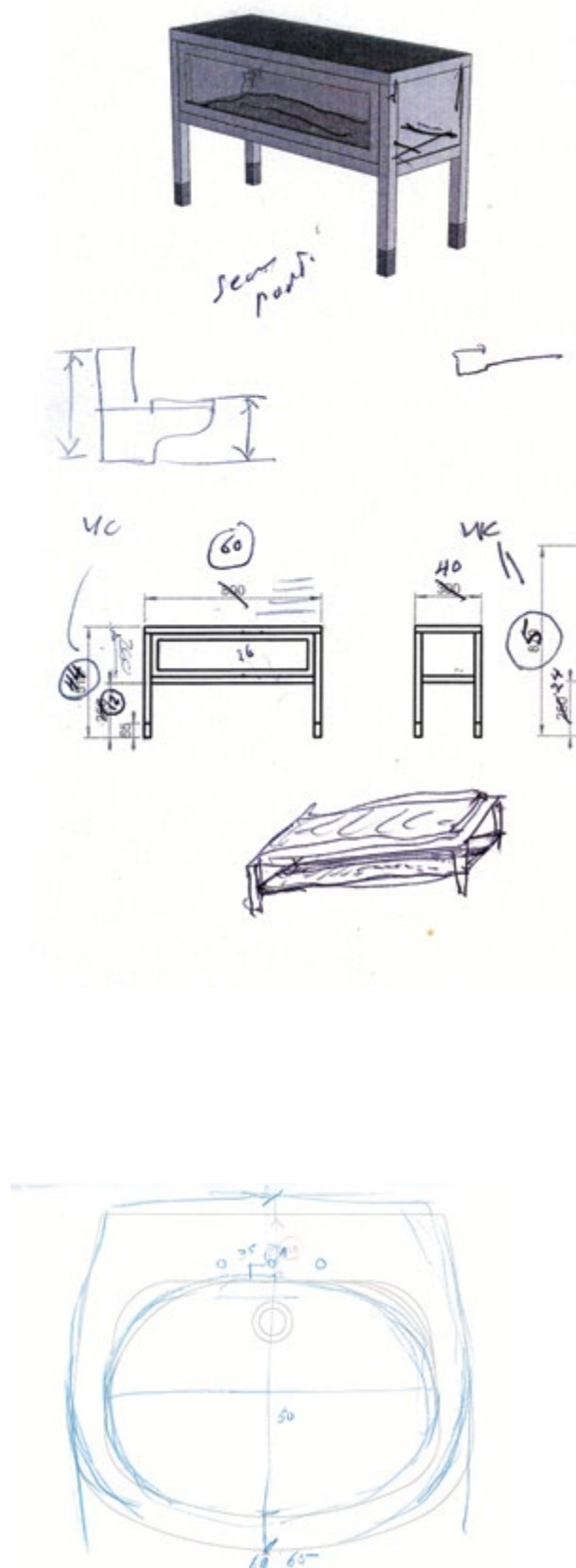


Desenvolvimento, no CTCV, de cerâmica técnica de alta precisão e elevada resistência ao desgaste obtida por injeção de pós cerâmicos. Fotos: CPV / Development of high precision ceramics with high abrasion-resistant grade, by injecting of clay fillers . Photo credits CPV





Desenvolvimento de revestimentos cerâmicos com funcionalidades sensíveis, usando-os como interface das tecnologias de domótica, permitindo a sua integração em zonas com requisitos especiais do ponto de vista da resistência ou do acabamento estético. Projeto de investigação desenvolvido pelo CTCV em parceria com a Revigrés. Fotos: CPV / Development of sensitive ceramic tiles, to be used as domotics interface devices, enabling the application in areas with special requirements from the point of view of resistance or aesthetic finish. Research project developed by CTCV in partnership with Revigrés. Photo credits: CPV



Coleção Siza, conjunto de peças
sanitárias desenhadas pelo Arquiteto
Álvaro Siza, Prémio Pritzker de
Arquitetura. Esquízo do arquiteto.
Cortesia Roca/ Siza Collection, sanitary
set designed by Álvaro Siza architect,
Pritzker award. Sketch from author.
Courtesy of Roca

Linha de produção dos lavatórios
Siza. Foto CPV / Production line of Siza
Collection. Photo credits: CPV



Coleção Siza, imagens dos ambientes.
Cortesia Roca / Siza Collection,
renderized ambiances. Courtesy of Roca



António Baio Dias

Diretor-Geral do Centro
Tecnológico da Cerâmica e
do Vidro / General Director
of the Glass and Ceramics
Technological Centre

... As matérias-primas são, na sua generalidade, nacionais e de excelente qualidade, a tecnologia utilizada é das mais avançadas e a qualidade do produto iguala ou supera as melhores marcas mundiais.

Estando assegurada a competência técnica e tecnológica nacional, a nova aposta deverá ser no design, na inovação e no desenvolvimento do produto, que permitirão diferenciar e alcançar novos mercados, contribuindo assim para uma maior competitividade da cerâmica portuguesa.

A Cerâmica portuguesa teve influência marcada pelos povos que passaram pela Península Ibérica há vários milénios. Destes destacam-se os Romanos, que deixaram vestígios de telhas, tijolos e ânforas em barro cozido e dos Árabes, que nos deixaram vestígios dos azulejos e artefactos utilitários.

A indústria cerâmica portuguesa evoluiu consideravelmente desde esses tempos e hoje é uma referência europeia e mundial, quer em cerâmica de construção quer em cerâmica utilitária. As matérias-primas são, na sua generalidade, nacionais e de excelente qualidade, a tecnologia utilizada é das mais avançadas e a qualidade do produto iguala ou supera as melhores marcas mundiais.

Portugal é dos maiores consumidores per capita de cerâmica de construção e utilitária e um dos principais exportadores europeus e mundiais destes produtos.

Estando assegurada a competência técnica e tecnológica nacional, a nova aposta deverá ser no design, na inovação e no desenvolvimento do produto, que permitirão diferenciar e alcançar novos mercados, contribuindo assim para uma maior competitividade da cerâmica portuguesa.



Sistema de teste de painéis solares e revestimentos fotovoltaicos. Cortesia CTCV / Testing system of solar panels and photovoltaic coatings. Courtesy CTCV

... The raw materials are, in general, national and of excellent quality, the technology used is the most advanced and the quality of the product meets or exceeds the best global brands.

Given the assurance of technical expertise and national technology, the new focus should be on design, innovation and product development, which will differentiate and reach new markets, thereby contributing to the greater competitiveness of portuguese ceramics.



Impressão 3D de peças cerâmicas para desenvolvimento de produto novos em termos de design. Foto: CPV / 3D printing of ceramic parts for the desing and development of a new product. Photo credits: CPV

Portuguese ceramics was considerably influenced by the peoples who passed through the Iberian Peninsula over the millennia. Of note were the Romans, who left vestiges of roof tiles, bricks and amphorae in baked clay and the Arabs, who left vestiges of tiles and utility artefacts.

The portuguese ceramics industry has evolved considerably since those times and today is a reference at the European and global level, both for building ceramics and utilitarian ceramics. The raw materials are, in general, national and of excellent quality, the technology used is the most advanced and the quality of the product meets or exceeds the best global brands.

Portugal is one of the biggest per capita consumers of building and utilitarian ceramics and one of the main European and global exporters of these products.

Given the assurance of technical expertise and national technology, the new focus should be on design, innovation and product development, which will differentiate and reach new markets, thereby contributing to the greater competitiveness of portuguese ceramics.

“

Luís António

Arquiteto, Hotéis Vila Galé /
Architect

... A cerâmica portuguesa é muito rica na diversidade de produtos que disponibiliza ao projetista, permitindo um número infindável de soluções e tornando cada obra única.

A cerâmica portuguesa é muito rica na diversidade de produtos que disponibiliza ao projetista, permitindo um número infindável de soluções e tornando cada obra única. A Revigrés, com quem já temos uma parceria desde 2006, é um exemplo perfeito desta enorme versatilidade, patente nas inúmeras obras em que já colaborámos. A sua vasta paleta de cores permite adaptar os pavimentos e revestimentos aos restantes elementos de decoração da unidade hoteleira e criar uma imagem global harmoniosa. Nos SPAs, piscinas e zonas de serviço, utilizamos pavimentos antiderrapantes que garantem a segurança dos nossos hóspedes e colaboradores. Nas casas de banho, restaurante, bar e receção dos nossos hotéis, optamos por produtos com acabamento polido, para transmitir uma imagem mais límpida. E para a fachada de uma das nossas unidades, a Revigrés criou uma peça personalizada de grande dimensão e com uma cor específica, a que deu o nome da nossa marca. Uma parceria que se tem revelado muito positiva e que pretendemos manter no futuro.

Hotel Vila Galé Collection Palácio dos Arcos. Cortesia Revigrés / Hotel Vila Galé Collection Palácio dos Arcos. Courtesy of Revigrés



Hotel Vila Galé, Lagos. Cortesia Revigrés / Hotel Vila Galé Lagos. Courtesy of Revigrés



Restaurante, Hotel Vila Gale Évora. Cortesia Revigrés / Restaurant of the Hotel Vila Galé Évora. Courtesy of Revigrés

... Portuguese ceramics is extremely rich in the diversity of products available to the designer, which provides for an endless number of solutions and which makes every work unique.



Portuguese ceramics is extremely rich in the diversity of products available to the designer, which provides for an endless number of solutions and which makes every work unique. Revigrés, with whom we have had a partnership since 2006, is a perfect example of that great versatility, as reflected in the numerous works in which we have collaborated. Their vast colour palette allows the floors and walls to be adapted to the other decorative elements of the hotel unit and create a harmonious overall image. In the SPAS, swimming pools and service areas, we use non-slip floors that ensure the safety of our guests and employees. In our hotel bathrooms, restaurant, bar and reception, we choose products with a polished finish, to convey a clearer image. And for the façade of one of our units, Revigrés created a large-sized custom piece in a specific colour, to which it gave the name of our brand. A partnership that has proved very positive and which we intend to keep in the future.

Hotel Vila Galé, Lagos. Cortesia
Revigrés / Hotel Vila Galé Lagos. Courtesy
of Revigrés



“

José Frade

Escola Superior de Artes e Design
de Caldas das Rainha, Instituto
Politécnico de Leiria / School of
Arts and Design - Caldas da Rainha,
Polytechnic Institute of Leiria

... é fundamental oferecer formação que influencie maiores níveis de inovação e de criatividade nos processos e nos produtos cerâmicos, com respeito pelo ambiente e pelas pessoas. Procuramos que os designers tenham um conhecimento e uma visão suficientemente multidisciplinar que acrescente à criatividade, conhecimentos e estratégias de comunicação de produtos, tecnológicos, ecológicos, de economia e de mercados, de culturas, de modos de vida, de estratégias empresarias

Neste mundo globalizado, onde os negócios, os mercados e os fabricantes operam à escala global, é evidente que o setor industrial cerâmico só tem sustentabilidade se se conseguir diferenciar pela inovação ou pelo design. A competição pelo preço está fora de questão, porque haverá sempre alguém que produzirá a um custo mais baixo do que os nossos custos de referência e a um custo ambiental e social muitas vezes desconhecido. Em consequência é fundamental oferecer formação que influencie maiores níveis de inovação e de criatividade nos processos e nos produtos cerâmicos, com respeito pelo ambiente e pelas pessoas. Do ponto de vista do design parece-me que a oferta formativa em Portugal acompanha as necessidades da indústria nacional. Procuramos que os designers tenham um conhecimento e uma visão suficientemente multidisciplinar que acrescente à criatividade, conhecimentos e estratégias de comunicação de produtos, tecnológicos, ecológicos, de economia e de mercados, de culturas, de modos de vida, de estratégias empresarias, entre outros, para que as suas propostas sejam suficientemente robustas na realidade física e na estratégia das empresas com que trabalham e que se possam afirmar inequivocamente como uma mais-valia.



Coleção Alma-Gêmea - combinação de faiança com cortiça com elevado sucesso nas lojas do Moma (Museum of Modern Art). Cortesia: Matcerâmica / Coleção Alma-Gêmea - combination of faience wares with cork, highly successful in Moma (Museum of Modern Art) stores. Courtesy of Matcerâmica



Revestimento da autoria da ceramista Maria Ana Vasco Costa. Surface Design Award 2016. Foto: P3 / Ceramic coating authored by ceramist Maria Anna Vasco Costa. Surface Design Award 2016. Photo credits: P3



Atelier criativo da Recer. Foto: CPV / Creative Studio of Recer. Photo credits: CPV

... it is crucial to offer training to influence higher levels of innovation and creativity in processes and ceramic products, with respect for the environment and individuals. We want designers to have the knowledge and a sufficiently multidisciplinary approach that adds to the creativity, knowledge and communication strategies of technological and ecological products, economy and markets, cultures, ways of life and business strategies...



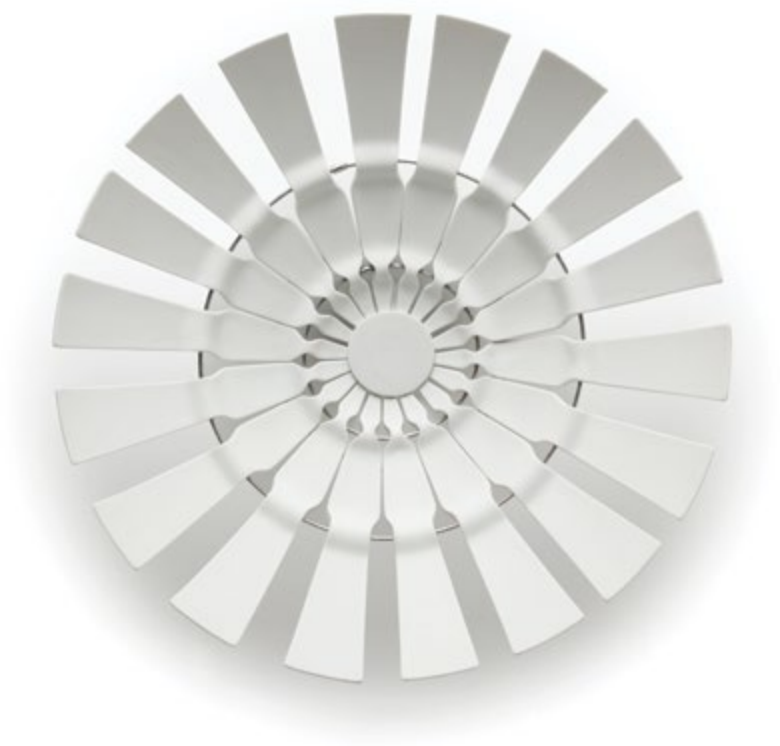
Jarra Quartz, Bartek Mejor. Cortesia Vista Alegre. / "Quartz" jar by Bartek Mejor. Courtesy of Vista Alegre



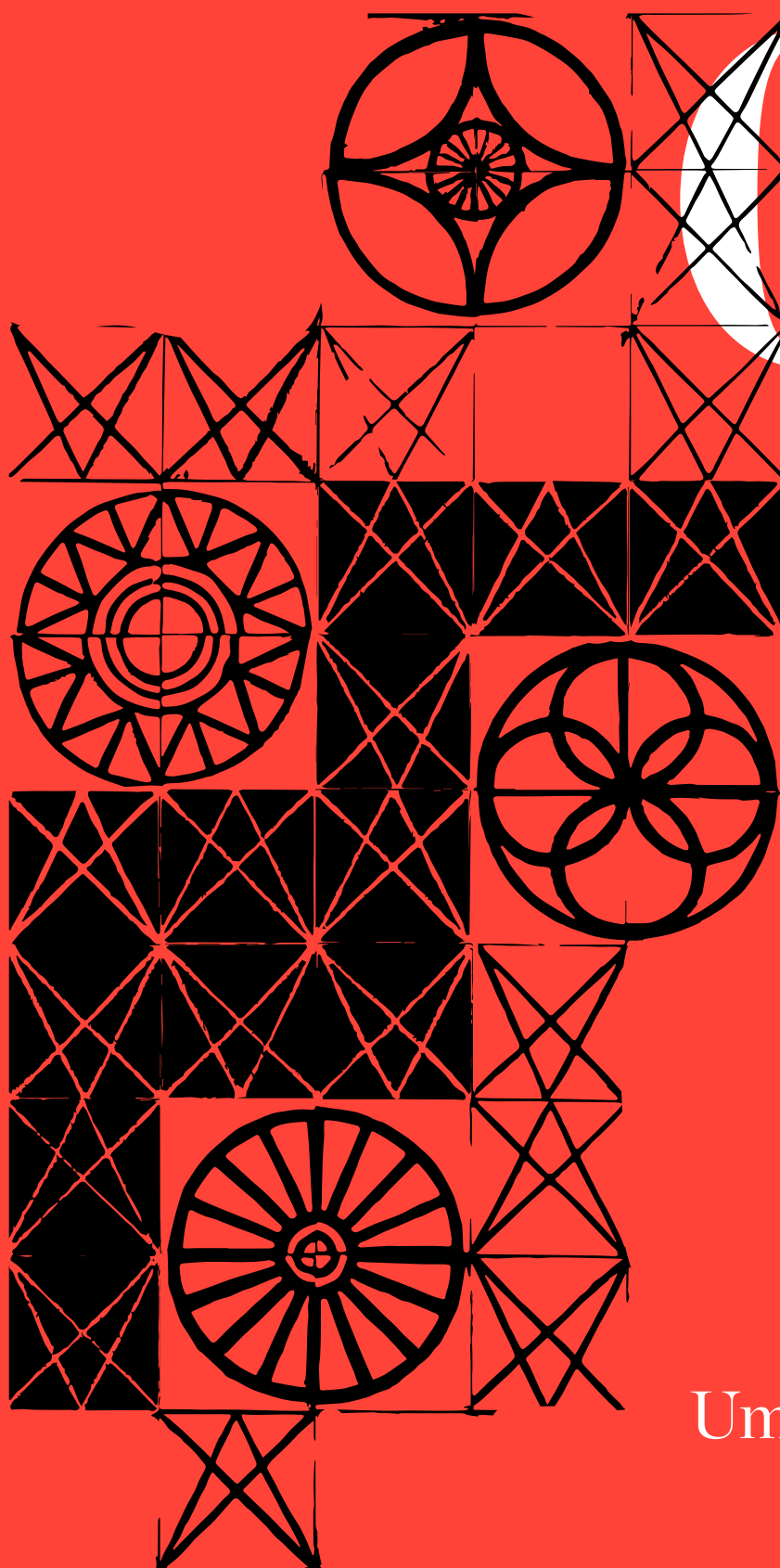
In this globalised world, where the business, the markets and the producers operating globally, it is clear the industrial ceramic sector is only sustainable if is capable to differentiate by innovation and design. The competition for the price is out of the question, because there will always be someone who will produce at lower cost than our reference costs and the environmental and social costs often unknown. As a result, it is essential to offer training that influences increased levels of innovation and creativity in the processes and in the ceramic products, with respect for the environment and for the people. Regarding the design it seems to me that the formative offer in Portugal follows the needs of the national industry. We seek the designers having a knowledge and a multidisciplinary vision to add to the creativity, knowledge and strategies communications about products, ecological, technological and market economy, cultures, ways of life, business strategies, among others. Focuses on their proposals which should be robust enough in physical reality and on the strategy of companies, counting on their work they will be able to affirm themselves unequivocally as an asset.



Coleção FAIT-DIVERS de Júlio Resende. Cortesia Revigrés / FAIT-DIVERS Collection by Júlio Resende. Courtesy of Revigrés



Centro Mesa Printemps, de Carsten
Gollnick para Vista Alegre. German
Design Award Winner 2016/ Ceramics
Table Center "Printemps" by Carsten
Gollnick to Vista Alegre. German Design
Award Winner 2016



04

Uma Imagem Global

A Global Image



Estação de metro do Rossio, Lisboa,
inaugurada em dezembro de 1959.
Painéis de Azulejo de Maria Keil.
Cortesia: Metropolitano de Lisboa,
E.P.E. / “Rossio” subway station (Lisbon),
opened in December, 1959. Tile panel
authored by Maria Keil, produced at
“Viúva Lamego” ceramic. Photo courtesy by
Metropolitano de Lisboa E.P.E.

When the portuguese at the fourteenth century crossed the narrow channel that connects Atlantic and Mediterranean unveiling Africa, has begun the journey that brought us to the present, molding us as a people and as a nation, but more importantly, determining also the contemporary world, an wide-open world in which water or distance are no more borders, but the way to go.

And if in those days of yore was implied the desire to explore, learn, reaching treasures and exotic products that were elsewhere, today the yearning tend the opposite.

The aim is to lay our products the best we can do, in a multitude of destinations as far away as it used to be the points that erstwhile we touch the globe. And we must do it greater than our small scale of territory and population. For each victory we gather ability to improve product knowledge to specialize and adapt to the needs of those who demand, investing and being bold.

Portuguese ceramics, while a joint of companies, but also as a common brand that self affirms, begins to be recognized internationally by having a valued product for either intrinsic characteristics, high quality raw materials, reliable manufacturing systems, quality management, but also by its increasingly distinctive design.

Products proudly made in Portugal, by portuguese companies, and by portuguese workers with our raw materials, that reached the four corners of the world, as we use to say when we referring this yearning to the outward and being greater than this space we call homeland.

Quando os portugueses do século XIV atravessaram o estreito canal que liga o Atlântico e o Mediterrâneo, separando-os de África, iniciaram um processo que nos trouxe aos dias de hoje, a quem somos como povo e como nação, mas mais importante, determinaram igualmente o mundo contemporâneo, um mundo aberto em que água e distância não são fronteiras, mas caminhos a percorrer.

E se nos feitos de outrora estava implícito o desejo de desbravar, conhecer, possuir as riquezas e produtos exóticos que existiam noutras paragens, hoje o anseio é tendencialmente o inverso. Queremos colocar os nossos produtos, o que de melhor sabemos fazer, numa multiplicidade de destinos tão distantes como dantes foram os pontos que tocamos no globo. E temos conseguido fazê-lo com uma força superior à nossa pequena escala geográfica e populacional. E em cada vitória reunimos capacidade para melhorar o produto, conhecimento para o especializar e adaptar às necessidades de quem o procura, investindo e sendo audazes.

A cerâmica portuguesa, enquanto conjunto de empresas distintas, mas também já, como uma marca comum que se afirma, começa a ser reconhecida internacionalmente como detentora de um produto de qualidade acrescida, quer pelas suas características intrínsecas, qualidade de matérias primas, sistemas de produção, implementação de sistemas de qualidade, mas também por um design cada vez mais distintivo.

Produtos fabricados em Portugal, por empresas portuguesas, por trabalhadores portugueses e com as nossas matérias primas estão nas *sete partidas do mundo*, como nos habituamos a designar os aforas do nosso território e este desejo de ser maior que o solo que pisamos e que chamamos Pátria.



Château du Val - Paris, França.
Revestimentos. Cortesia Recer /
Château du Val-Paris, France. Ceramic
coatings. Courtesy of Recer

Fnac Vasco da Gama, Lisboa, Portugal.
Revestimentos. Cortesia Revigrés /
FNAC store at "Vasco da Gama" Mall,
Lisbon, Portugal. Ceramic coatings.
Courtesy of Revigrés



Crowne Plaza, Newcastle, Inglaterra.
Revestimentos. Cortesia Aleluia/ Crowne
Plaza, Newcastle, England. Ceramic
coatings. Courtesy of Aleluia



Torre Eiffel, Paris, França. Peças
sanitárias. Cortesia Roca / Eiffel Tower,
Paris, France. Sanitary ware. Courtesy
of Roca



Casa Bartlló, de Antonio Gaudí,
Barcelona, Espanha. Peças sanitárias.
Cortesia Roca/ Bartlló House authored by
Antonio Gaudí, Barceline (Spain). Sanitary
ware. Courtesy of ROCA



Uma resposta adaptada

A tailor made answer

Diretamente de Portugal para o mundo inteiro

From Portugal to world

Citibank is the second largest bank in the United States with head office in New York, and is part of Citigroup Fnc, the world's largest retail bank and one of the largest in the other sectors. Citigroup is the seventh most valuable brand in the world and the first in the banking and investment sector, according to Business Week.

To commemorate the date of the celebration of its two-hundredth anniversary, on June 16 2012 Citibank commissioned a portuguese ceramic company to produce 300 000 pieces of porcelain, which had to be distributed to more than 120 countries worldwide. This operation required detailed and careful logistics, so that on the exact date everyone was able to receive the Caixas Libra produced by *Porcel* from the finest Limoges paste, shipped directly from Portugal to the rest of the world.

The response capacity of the national ceramic industry went beyond that of the direct competence of production of pieces, giving a complete and adequate response to the requirements of a specific customer. Moreover, this particular case exemplifies one of the characteristics of the portuguese industry, which is its ability to customise solutions tailored to the particular requirements of the end customer.

O Citibank é o segundo maior banco dos Estados Unidos da América com sede em Nova Iorque, parte do Citigroup Fnc, o maior banco do mundo no ramo do retalho e um dos maiores nos outros ramos. O Citigroup é a sétima marca mais valiosa do mundo e a primeira no ramo bancário e de investimento, de acordo com a revista Business Week.

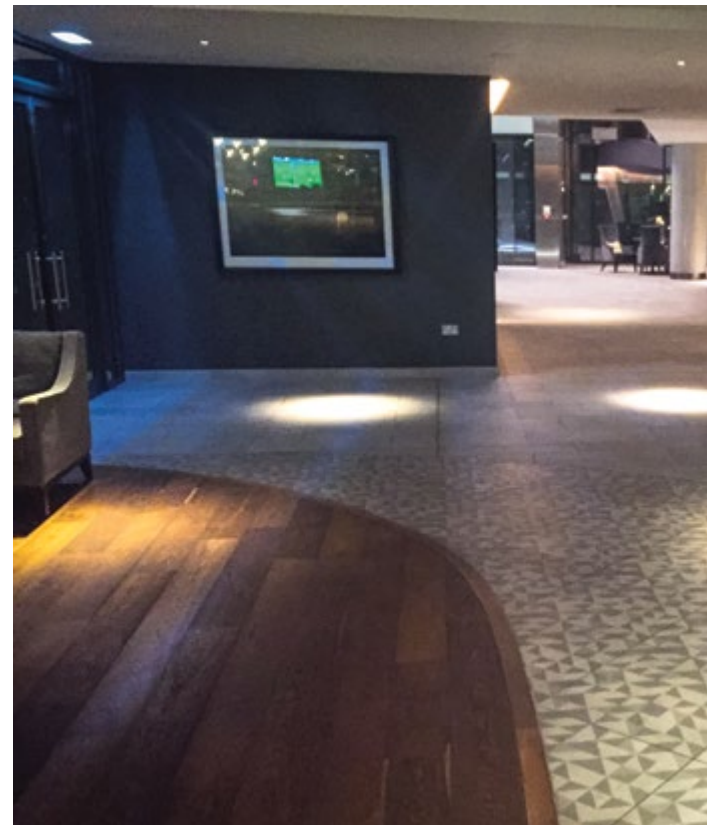
Para marcar a data da celebração do seu ducentésimo aniversário, em 16 de junho 2012 o Citibank encomendou a uma empresa cerâmica portuguesa a produção de 300 000 peças de porcelana, que deveriam ser distribuídas por mais de 120 países em todo o mundo. Esta operação exigiu uma logística detalhada e cuidada, para que todos recebessem na data exata as Caixas Libra produzidas pela *Porcel* na mais fina pasta de Limoges, expedidas diretamente de Portugal para todo o mundo.

A capacidade de resposta da indústria cerâmica nacional extravasou o que seriam as competências diretas de produção das peças, dando uma resposta completa adequada aos requisitos de um cliente específico. E este caso particular exemplifica uma das características da indústria portuguesa, a possibilidade da customização das soluções à medida dos requisitos particulares do cliente final.





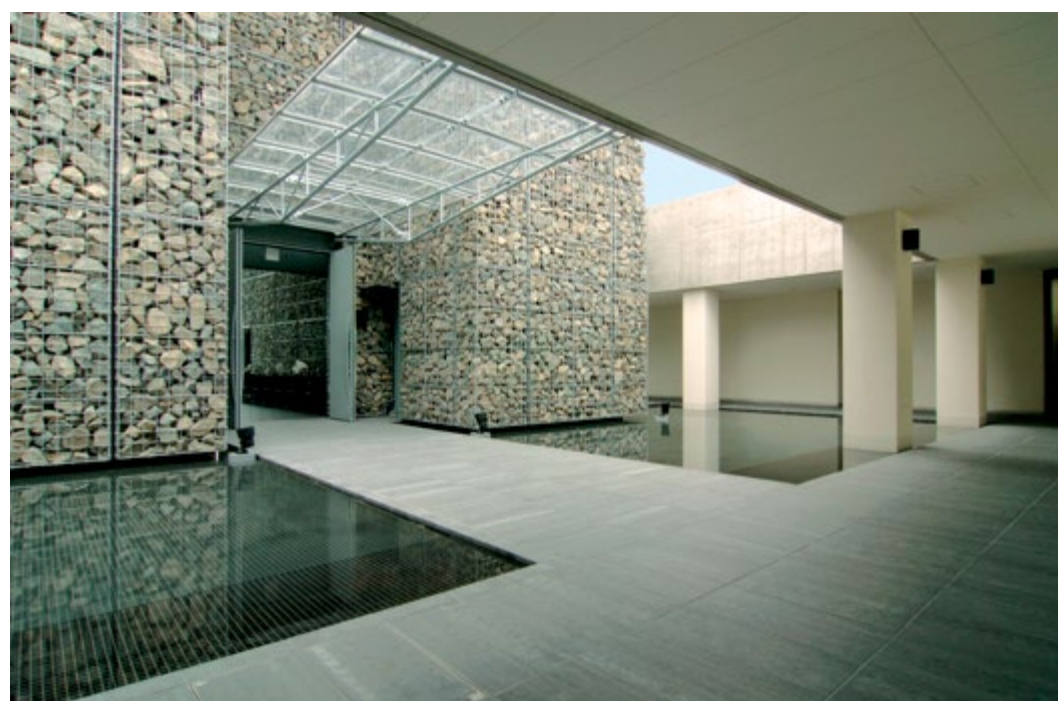
Centro de Justicia Laboral, Guatemala.
Cortesia Aleluia / The Labour Justice
Court, city of Guatemala, Courtesy of
Aleluia



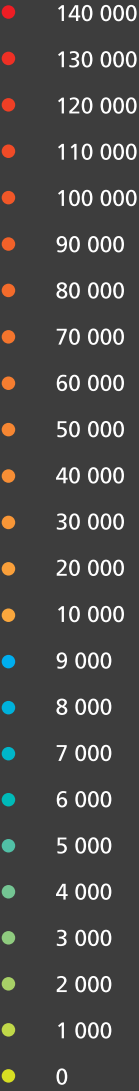
Crowne Plaza, Newcastle, Inglaterra.
Revestimentos. Cortesia Aleluia/ Crowne
Plaza, Newcastle, England. Ceramic
coatings. Courtesy of Aleluia

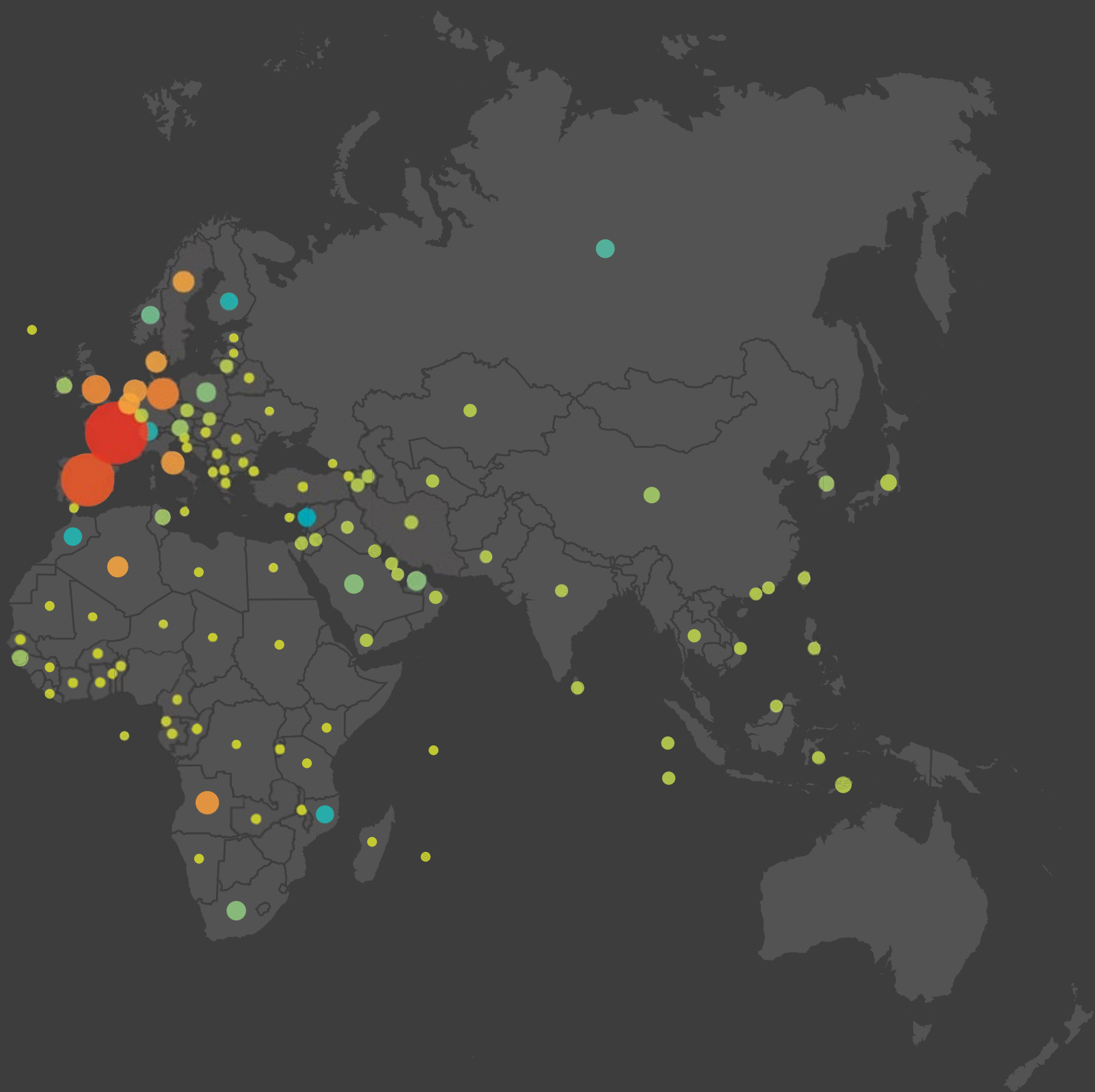


Kitano Club Sola, Jamo Associates,
Kobe, Japão. Cortesia Revigrés / Kitano
Club Sola, Jamo Associates, at Kobe,
Japan. Cortesy of Revigrés



milhares de euros







Miguel Frasquilho

Presidente da Agência para o
Investimento e Comércio Externo
de Portugal / President of AICEP
Portugal Global - Trade & Investment
Agency

... O sector da cerâmica é um dos sectores de sucesso da economia nacional. Com investimento, aposta na qualificação dos recursos humanos, na inovação, na geração de mais valor acrescentado e enfoque crescente na internacionalização, os vários subsectores da área da cerâmica conseguem, hoje, marcar presença em mais de 150 países e contribuir fortemente para o saldo da balança comercial portuguesa.

Uma Imagem Global

O sector da cerâmica é um dos sectores de sucesso da economia nacional. Os empresários e as empresas nacionais têm demonstrado uma enorme resiliência e uma enorme capacidade para superar as dificuldades geradas pela forte concorrência internacional durante as últimas décadas e, mais recentemente, pela crise internacional que muito nos afetou. Com investimento, aposta na qualificação dos recursos humanos, na inovação, na geração de mais valor acrescentado e enfoque crescente na internacionalização, os vários subsectores da área da cerâmica conseguem, hoje, marcar presença em mais de 150 países e contribuir fortemente para o saldo da balança comercial portuguesa. O Made in Portugal do sector da cerâmica é um ativo que se bate de igual para igual com o que de melhor se faz no mundo. É um ativo de qualidade, reconhecido internacionalmente que, muito importante, acrescenta valor. Estou certo que o sector continuará nesta trajetória de sucesso nos anos vindouros. No que da AICEP depender, o sector continuará a contar com todo o nosso apoio.



... The ceramics sector is one of the successful sectors of the national economy. With investment, and their commitment to human resources development, innovation, and generating more added value and increased focus on internationalisation, the various sub-sectors of the ceramics sector have nowadays managed to secure a presence in over 150 countries and strongly contribute to the balance of the portuguese trade account.



A Global Image

The ceramics sector is one of the successful sectors of the national economy. Entrepreneurs and national companies have shown great resilience and an enormous capacity to overcome the difficulties caused by strong international competition during the last decades and, more recently, by the international crisis that affected us so much. With investment, and their commitment to human resources development, innovation, and generating more added value and increased focus on internationalisation, the various sub-sectors of the ceramics sector have nowadays managed to secure a presence in over 150 countries and strongly contribute to the balance of the portuguese trade account. Made in Portugal in the ceramics sector is an asset that is fighting toe to toe with the very best in the world. It is a quality asset which is internationally recognised that very importantly provides added value. I am sure that the industry will continue on this successful path in the coming years. As far as AICEP is concerned, the sector can continue to count on our full support.



Pedro Mantas

Professor Auxiliar, Departamento
de Engenharia de Materiais e
Cerâmica, Universidade de Aveiro
/ Assistant Professor, Department of
Materials and Ceramic Engineering,
University of Aveiro

... Passadas três décadas, a cerâmica portuguesa reafirma-se a nível internacional, agora mais pela vanguarda nos processos produtivos, naquilo que o público não “vê”. Esta mais-valia alcançada enche-nos de orgulho e obriga-nos também a reencontrar e reencaminhar as relações de partilha de conhecimentos entre os campos empresarial e académico.

Excelência, um lugar que se conquista com tempo

A produção de artefactos cerâmicos tem uma longa tradição em Portugal, respondendo naturalmente às necessidades e solicitações da sociedade de que emana e ao gosto e novidades de cada época. O gosto que nos é peculiar, influenciado pelas estéticas exógenas de vários cantos do Mundo com as quais facilmente nos familiarizamos, produziu peças ímpares no contexto das artes cerâmicas, o que promoveu a sua internacionalização, geralmente sem darmos conta disso.

As movimentações observadas nos países mais industrializados da Europa em relação aos processos produtivos provocadas pelo boicote petrolífero na década de '70 do séc. XX promoveram uma grande reorganização na indústria cerâmica em Portugal, a qual necessitou duma importante contribuição de técnicos altamente qualificados, uma quase lacuna no panorama dos quadros disponíveis de então. Essa primeira vaga, necessária naquele momento, foi suprida pela formação de engenheiros de Cerâmica e do Vidro, oferecida pela Universidade de Aveiro. As relações empresas – universidade foram profundas e permitiram um fortalecimento do crescimento que se observava na indústria cerâmica naquele tempo.

Passadas três décadas, a cerâmica portuguesa reafirma-se a nível internacional, agora mais pela vanguarda nos processos produtivos, naquilo que o público não “vê”. Esta mais-valia alcançada enche-nos de orgulho e obriga-nos também a reencontrar e reencaminhar as relações de partilha de conhecimentos entre os campos empresarial e académico, para que não se desvaneça este momento particularmente relevante para a cerâmica portuguesa.



... After three decades, portuguese ceramics reasserted itself internationally, now more to the forefront of the production process, in that which the public does not “see.” This attained added value fills us with pride and has also made us rediscover and reshape the sharing of knowledge between the business and academic areas so as not to allow this particularly important moment for portuguese ceramics to dissipate.



Reitoria da Universidade de Aveiro,
edifício executado em tijolo cerâmico.
Foto: Universidade de Aveiro / Aveiro
University's Rector, ceramic brick building.
Photo credits: Aveiro University

Excellence, a place achieved with time

The production of ceramic artefacts has a long tradition in Portugal, responding naturally to the needs and demands of the society from which it emanates and the taste and newness in each period. Taste that is not familiar to us, influenced by exogenous aesthetics from various corners of the World with which we easily become familiar, has produced singular pieces produced in the context of ceramic arts, which promoted their internationalisation, often without realising this.

The changes observed in the more industrialised countries of Europe regarding production processes caused by the oil boycott in the 1970s led to a major reorganisation in the ceramics industry in Portugal, which needed a significant contribution from highly qualified technicians, for which there was a gap in the personnel available at that time. This first wave, which was needed at the time, was supplied by training Ceramics and Glass engineers, which was provided by the University of Aveiro. University – business relations were deepened and enabled a strengthening of the growth observed in the ceramics industry at that time.

After three decades, portuguese ceramics reasserted itself internationally, now more to the forefront of the production process, in that which the public does not “see.” This attained added value fills us with pride and has also made us rediscover and reshape the sharing of knowledge between the business and academic areas so as not to allow this particularly important moment for portuguese ceramics to dissipate.



Hervé Di Rosa

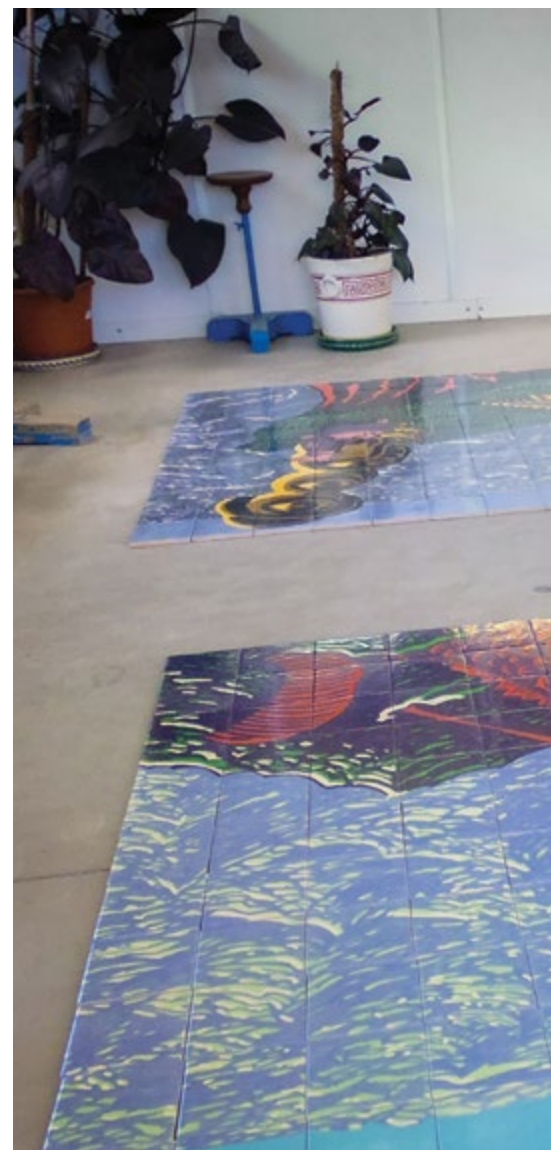
Artista Plástico / Plastic Artist

... Quando me instalei na capital de Portugal, há três anos, fui tocado pela sua beleza e pela omnipresença dos azulejos nas ruas e igrejas da cidade, nos palácios ou até mesmo no metro. Fiquei fascinado por este material. Um simples elemento arquitetónico que tornou-se o suporte das obras dos melhores artistas nos últimos trezentos anos, mas também, na marca de uma cidade.

Há vinte e cinco anos que percorro o mundo para estudar como são fabricadas as imagens e para partilhar os métodos e o saber-fazer dos melhores artesãos. Trabalhei na Bulgária, onde executei, com o Restaurador-chefe da Galeria Nacional de Sofia, uma série de ícones à têmpera e folha de ouro. Partilhei, no sul do Vietnam, o atelier dos mestres da laca de Binh Duong, para produzir obras em laca com incrustações de madrepérola e casca de ovo. Fiz, igualmente, escala em Kumasi, para compor quadros ao modo dos pintores ganeses de insígnias, com simples tinta de esmalte sobre painéis de madeira, em Porto Novo para partilhar com os descendentes dos costureiros dos reis de Abomei, a sua prática de tecidos aplicados, a Adis Abeba, onde pintei em peles de zebus e cordeiros na tradição dos pintores coptas da Etiópia. Na Córsega pratiquei a pintura a fresco que podemos ver, ainda, tal como foi difundida na ilha, sob a influência genovesa no século XV. No México descobri e apliquei uma multiplicidade de técnicas e de talentos: a prata em relevo, a laca de Olinalá, o barro, a madeira esculpida, o estanho. Nos Camarões construí, durante doze anos, robots de madeira e bronze, com a ajuda de artesão especialistas em bronze de cera perdida. Lisboa é a 19ª etapa deste projeto à volta do mundo.

Quando me instalei na capital de Portugal, há três anos, fui tocado pela sua beleza e pela omnipresença dos azulejos nas ruas e igrejas da cidade, nos palácios ou até mesmo no metro. Fiquei fascinado por este material. Um simples elemento arquitetónico que tornou-se o suporte das obras dos melhores artistas nos últimos trezentos anos, mas também, na marca de uma cidade.

Fiquei, por isso, muito feliz quando um amigo jornalista apresentou-me ao M. Duarte Garcia. Tive a oportunidade de iniciar uma colaboração com a histórica fábrica de Viúva Lamego. Logo apreciei a concentração de saberes e de saber-fazer num único lugar: o conhecimento do material, das cores, das formas tradicionais, das subtilezas da cozedura. Todavia, também foi a capacidade da Viúva Lamego pôr estas atividades ao serviço dos criadores que me cativou. É um prazer quotidiano poder criar as minhas formas em total liberdade, beneficiando dos conselhos técnicos dos melhores peritos. Todas estas mãozinhas que trabalham o barro, ou a tinta, com uma sabedoria e uma dedicação extraordinárias, são a memória viva desta grande Casa. São, simultaneamente, guardiães da sua tradição e zelosos por partilhar o saber-fazer secular com os melhores artistas do seu tempo.



... When I settled in the portuguese capital three years ago, I was struck by its beauty and the omnipresence of the tiles in the streets and in the churches of the city, in the palaces and even in the metro. I became fascinated by this material. A simple architectural element that has supported the work of the best artists in the last three hundred years, but also the image of a city.



Hervé Di Rosa executando um trabalho nas instalações da Viúva Lamego. Cortesia Viúva Lamego / Hervé Di Rosa running a project at Viúva Lamego facilities. Courtesy of Viúva Lamego

For twenty-five years, I have traversed the world to study the manufacture of images outside my country and to share the methods and know-how of the best craftspeople. That was why I worked in Sofia in Bulgaria, where alongside the Head Restorer for the National Gallery of Sofia I made a series of icons involving tempering and the use of gold leaf. In southern Vietnam, I worked in a workshop with the masters of Binh Duong lacquer to produce works in lacquer with mother of pearl and eggshell inlays. I also made a stopover in Kumasi, Ghana, to paint pictures in the same way as traditional Ghanaian painters do, with simple enamel paint on wooden panels; I was in Porto Novo to share with the descendants of the couturiers of the kings of Abomey the practice of applying fabric, in Addis Ababa, where I painted on zebu and lamb skins, reproducing the tradition of the Coptic painters of Ethiopia. In Corsica I practised fresco painting, as carried out on the island under the Genoese influence in the fifteenth century. In Mexico I learned and applied a variety of techniques and handicrafts: silver in relief, Olinalá lacquer, clay, carved wood, tin. In Cameroon I constructed wooden and bronze works for twelve years, with the help of expert craftspeople in lost wax bronze. Lisbon was the 19th stage of this project around the world.

When I settled in the portuguese capital three years ago, I was struck by its beauty and the omnipresence of the tiles in the streets and in the churches of the city, in the palaces and even in the metro. I became fascinated by this material. A simple architectural element that has supported the work of the best artists in the last three hundred years, but also the image of a city.

I was therefore very happy when a journalist friend introduced me to Sr. Duarte Garcia. I had the opportunity to start a collaboration with the historic Viúva Lamego factory. From the outset I was won over by finding in one place such a high concentration of knowledge and know-how: knowledge of materials, colours, traditional forms, the subtleties of firing. However, it was also the ability of Viúva Lamego to put these activities at the service of creative artists which most captivated me. It is a daily pleasure to create my forms in total freedom, benefiting from the technical advice of the best experts, these little hands working the clay, or paint, with such wisdom and extraordinary dedication, which form the living memory of this great House. They are at the same time the guardians of their tradition and the caretakers of a secular know-how, who know so well how to share this with the best artists of the period.



Benoit van Innis

Artista Plástico / Plastic Artist

... Em 1997, a cidade de Bruxelas pediu-me para criar um conjunto de obras de arte para a estação de metro Maelbeek..., tendo-se decidido então que a minha obra iria ser produzida com recurso ao azulejo. Foi nessa altura que descobri a companhia cerâmica Viúva Lamego, em Portugal. A Estação Maelbeek constituiu um enorme êxito e teve um grande reconhecimento! Desde então, vários arquitetos me contactaram para realizar outros projetos em cerâmica. O arquiteto Noa para o restaurante Refter em Bruges, o gabinete Robbrecht & Daem architecten-José Van Hee para Deinze, os arquitetos Sergison Bates em Wingene, são disso exemplo, entre muitos outros.

Em 1997, a cidade de Bruxelas pediu-me para criar um conjunto de obras de arte para a estação de metro Maelbeek, perto do Parlamento Europeu, no âmbito das obras de renovação da antiga estação. O projeto teve a colaboração dos arquitetos De Smet Vermeulen, tendo-se decidido então que a minha obra iria ser produzida com recurso ao azulejo. Foi nessa altura que descobri a companhia cerâmica Viúva Lamego, em Portugal.

Nessa altura era muito raro encontrar-se obras de arte em azulejo, tanto na Bélgica como em outros países do norte da Europa, e mesmo o seu uso em revestimentos arquitetónicos era muito raro, uma tradição que tinha desaparecido.

Quando vim à Viúva Lamego realizar os primeiros testes, incorporei imediatamente a técnica e, gradualmente, fiquei fascinado pela pintura em azulejo. Por sugestão de um artesão comecei a pintar sobre azulejo cozido, a mesma técnica usada por Henri Matisse na capela em Vence, nos anos cinquenta.

Para a estação de metro de Maelbeek, os arquitetos procuravam uma cor específica, um vermelho-alaranjado de difícil produção que nenhum fabricante conseguia virtualmente obter. Quando pintava o meu painel na Viúva Lamego, descobri o gabinete da Eng. Ana Paula Jarego, onde fui encontrar tantas cores! No meio delas, achei a tão desejada cor, nesse tom de vermelho-alaranjado!

A Estação Maelbeek constituiu um enorme êxito e teve um grande reconhecimento!

Desde então, vários arquitetos me contactaram para realizar outros projetos em cerâmica. O arquiteto Noa para o restaurante Refter em Bruges, o gabinete Robbrecht & Daem architecten-José Van Hee para Deinze, os arquitetos Sergison Bates em Wingene, são disso exemplo, entre muitos outros.

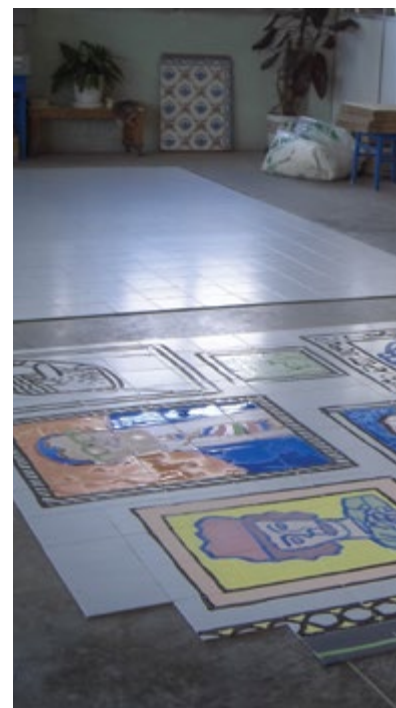
Em 2002, a cidade de Bruges pediu-me para projetar e produzir um painel para o estádio de futebol do FC Bruges, integrado no “Bruges 2002 Capital Europeia da Cultura”.

Era um grande painel exterior virado a Norte, sujeito a invernos rigorosos, e como tal teria de ser produzido sob circunstâncias técnicas especiais, em azulejos com baixo grau de absorção de água.

Na fábrica Viúva Lamego nunca se tinha trabalhado neste tipo de azulejos, nem as técnicas de cor utilizadas eram as mais convenientes às estreitas imposições técnicas. Nessa altura estive duas semanas na fábrica Viúva Lamego, procurando encontrar as melhores soluções

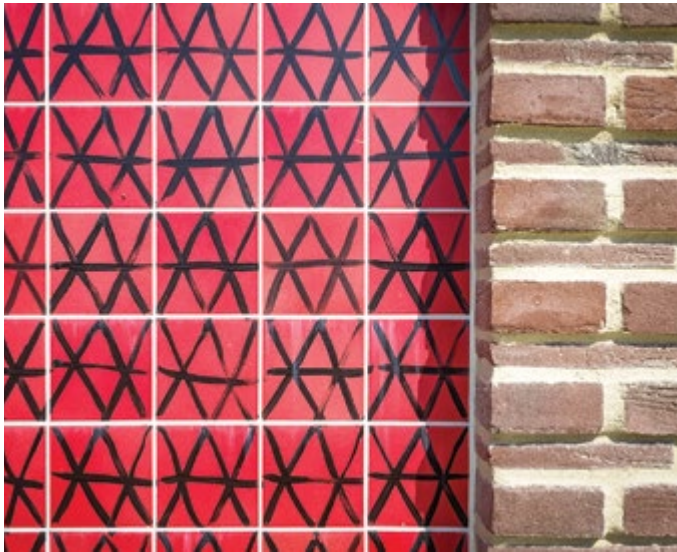


Estação de metro Maelbeek, primeiro trabalho de Benoit van Innis em colaboração com Viúva Lamego. Cortesia Viúva Lamego / Maelbeek subway station in Brussels, first work of Benoit van Innis in collaboration with Viúva Lamego Ceramic. Courtesy of Viúva Lamego



Benoit van Innis executando um trabalho nas instalações da Viúva Lamego. Cortesia Viúva Lamego / Benoit van Innis running a project at Viúva Lamego facilities. Courtesy of Viúva Lamego

... In 1997, the city of Brussels asked me to create works of art for the Maelbeek metro station... and it was decided then that my work would be carried out using tiles. It was then that I discovered the Viúva Lamego ceramics company in Portugal. The Maelbeek Station was a huge success and was widely recognised! Since then, various architects have contacted me to do other projects in ceramics. The architect Noa for the Rafter restaurant in Bruges, the Robbrecht & Daem office architecten José Van Hee for Deinze, the architects Sergison Bates in Wingene, are examples, among many others.



Cortinas de Azulejos, para o Amphora Wingene, projeto de Sergison-Bates architects, Londres. Trabalho de Benoit van Innis em colaboração com Viúva Lamego, para a criação de 300 distintos painéis de azulejo para um conjunto habitacional. Cortesia Viúva Lamego / Tiles curtains for the Amphora Wingene, Sergison Bates architect's project, London. Benoit van Innis's worked with Viúva Lamego, on the creation of 300 different tile panels for a housing development. Courtesy of Viúva Lamego

In 1997, the city of Brussels asked me to create works of art for the Maelbeek metro station, close to the European Parliament, as part of the renovation work in the old station. The project involved the collaboration of the architects De Smet Vermeulen, and it was decided then that my work would be carried out using tiles. It was then that I discovered the Viúva Lamego ceramics company in Portugal.

At that time it was very rare to find works of art in tiles, both in Belgium and in other northern European countries, and even its use in architecture was very rare, because it was a tradition that had disappeared.

When I came to Viúva Lamego to carry out the first tests, I immediately incorporated the technique and I became gradually fascinated by painting on tile. At the suggestion of a craftsperson, I began to paint on fired tile, the same technique used by Henri Matisse in the chapel in Vence, in the 1950s.

For the colours of the Maelbeek metro station, the architects were seeking a specific colour, a reddish-orange difficult to produce which no manufacturer had actually been able to obtain. When I was painting my panel at Viúva Lamego, I discovered the office of the engineer Ana Paula Jarego, where I found so many colours! In the middle of these was that desired colour, in that reddish-orange tone!

The Maelbeek Station was a huge success and was widely recognised!

Since then, various architects have contacted me to do other projects in ceramics. The architect Noa for the Rafter restaurant in Bruges, the Robbrecht & Daem office architecten José Van Hee for Deinze, the architects Sergison Bates in Wingene, are examples, among many others.

In 2002, the city of Bruges asked me to design and produce a panel for the FC Bruges football stadium, part of the "Bruges 2002 European Capital of Culture".

It was a large outdoor panel facing North, subject to harsh winters, and as such would have to be produced under special technical conditions utilising tiles with a low level of water absorption.

The Viúva Lamego factory had never worked with this type of tiles, nor were the colour techniques utilised the most convenient for the narrow technical constraints.

At that time I spent two weeks in the Viúva Lamego factory, seeking to find the

conjuntamente com a equipe técnica liderada pela Eng^a Ana Paula. Comecei a pintar sobre o barro, fazíamos a cozedura e observávamos o resultado sobre as cores e sobre os resultados de absorção pretendidos. Neste exercício de tentativa e avanço, foi-se gradualmente ajustando a composição dos esmaltes, até que a Eng^a Ana Paula conseguiu “descobrir” uma fórmula ótima, com resultados do ponto de vista químico, técnico e estético, com muito baixa absorção e cores magníficas.

Neste exercício de descoberta, conseguimos chegar a um tom de azul incrível, novo, brilhante e cheio de luz! A Ana Paula resolveu chamar-lhe “Blue-Benoit”, como lembrança desses momentos de procura e entusiasmo que partilhou comigo. Desde então, quase só utilizo esta cor esplêndida e este tipo de azulejos que desenvolvemos para esse projeto!

A Viúva Lamego carrega sobre os ombros o peso de guardar uma grande e rica tradição, trabalhada ao longo de séculos, que sem dúvida incorpora um expertise único no mundo. Os seus artistas e artesãos têm uma enorme experiência, mas em cada dia emprestam o melhor ao seu trabalho, com grande amor e devoção. Eu e eles tornámo-nos numa família, eles sempre disponíveis para dar uma ajuda, conselhos práticos e sugestões sobre técnicas e execução. São gente generosa, com um enorme coração!

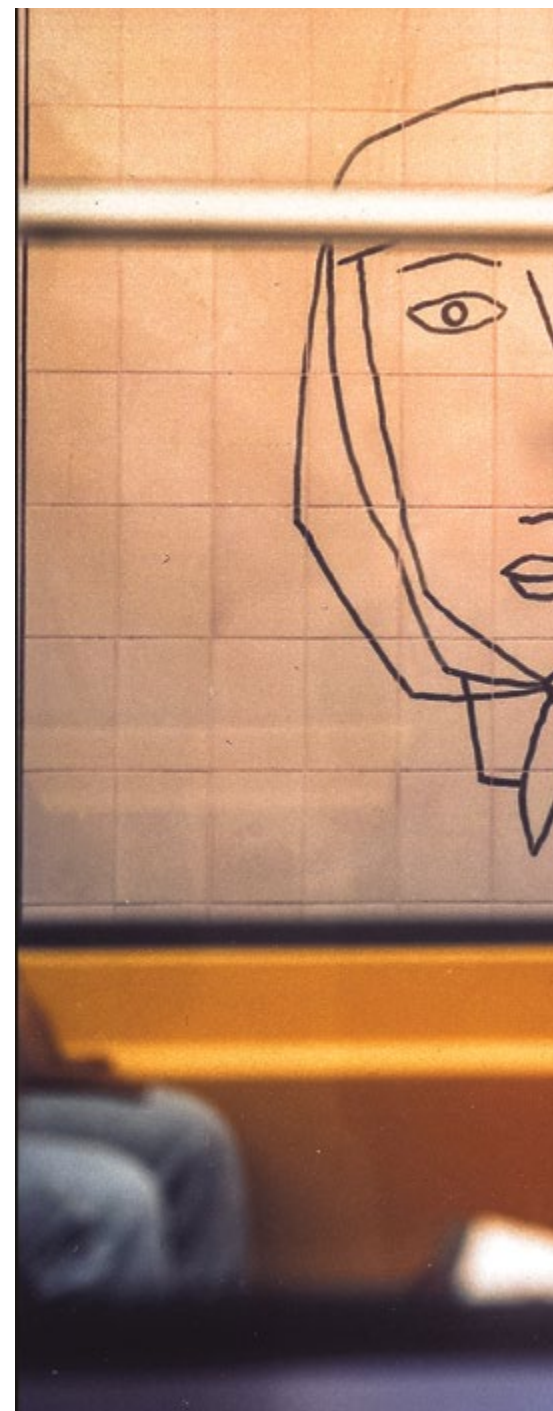
Assim, foi com grande tristeza que assisti às dificuldades dos últimos anos. O grande problema foi não ter encontrado a melhor forma de “vender” tão fantástica capacidade e heritage, sobretudo nos mercados externos.

Creio poder atrever-me a dizer que, graças a mim, cada vez mais ateliers de arquitetura na Bélgica recorrem a trabalhos em azulejo, seja num contexto artístico ou meramente como material de expressão da obra de arquitetura. Quando há pouco mais de vinte anos, ninguém pensava em pôr azulejos num revestimento ou numa fachada...

Outro exemplo: Sergison Bates, um dos melhores ateliers de arquitetura de Londres, conhecido e respeitado internacionalmente encomendou-me recentemente um enorme trabalho, para uma obra localizada em Wingene.

Antes de me conhecerem, tinham pensado numa solução que utilizava azulejos decorativos, mas no mercado tradicional não conseguiam encontrar soluções para aquilo que tinham projetado. Quando lhes mostrei todas as possibilidades e soluções de azulejos pintados à mão Viúva Lamego ficaram simplesmente deslumbrados. Foi essa a solução, que adotaram e agora estão orgulhosos e satisfeitos com o resultado. Praticamente, de todos os grandes ateliers internacionais, não há nenhum que não conheça as soluções desenvolvidas e propostas pela fábrica Viúva Lamego.

Espero por isso que a nova equipa de gestão realize um grande trabalho de marketing e que o produto, único, da Viúva Lamego possa conquistar o mundo. Particularmente que os seus artistas e artesãos usufruam desse desejado sucesso, conquistando, eles também, as mais dignas condições de trabalho e de retribuição!





Estação de metro Maelbeek. Após o ataque terrorista de que foi alvo em março de 2016, os rostos desenhados nos azulejos adquiriram outros significados. Cortesia Viúva Lamego / Maelbeek subway station in Brussels. After the terrorist attack that targetted the station in March 2016, the face drawn on the tiles acquired other significances. Courtesy of Viúva Lamego

best solutions working together with the technical team led by Eng^a Ana Paula. I started painting on clay, we did the firing and observed the result for the colours and the results regarding the absorption wanted. In this trial and progress exercise, gradually adjusting the composition of the glaze, until engineer Ana Paula was able to “discover” an optimal formula, achieving results from a chemical technical and aesthetic point of view, with very low absorption and magnificent colours.

In this discovery exercise, we managed to achieve an incredible blue, which was new, brilliant and full of light! Ana Paula decided to call it “Blue-Bento”, as a memory of those moments of searching and enthusiasm which she had shared with me. Since then, I mainly use this splendid colour and the type of tiles we developed for this project!

Viúva Lamego has taken on its shoulders the weight of protecting a vast and rich tradition, crafted over centuries, which without doubt embodies an expertise which is unique in the world. Its artists and artisans have immense experience, which every day they employ to the maximum in their work, with great love and devotion. We have become a family, and they are always available to give help, practical advice and suggestions on techniques and execution. They are generous people, with a huge heart!

Therefore, it was with great sadness that I watched the difficulties of recent years. The great problem was not having found the best way to “sell” such a fantastic ability and heritage, especially in foreign markets.

I think I can venture to say that, thanks to me, architecture ateliers in Belgium have increasingly resorted to working with tiles, whether in an artistic context or merely as a material of expression in an architectural work. While a little over twenty years ago, no one thought of putting tiles as a coating or a façade...

Another example: Sergison Bates, one of London’s best architecture ateliers, known and internationally respected, recently commissioned a huge job from me, for a work located in Wingene.

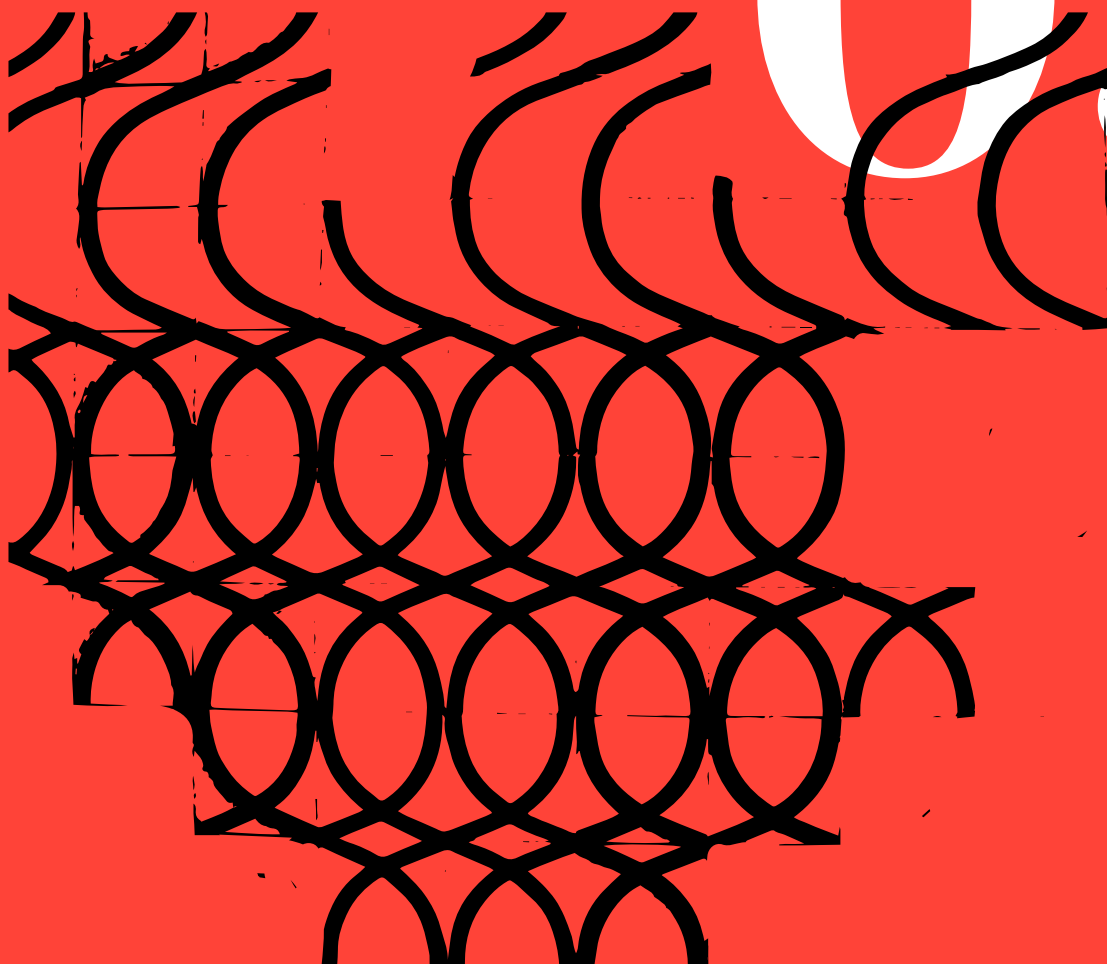
Before becoming acquainted with me, they had thought of a solution that used tiles decoratively, but in the traditional market they could not find solutions corresponding to what they had designed. When I showed them all the possibilities and solutions for hand-painted Viúva Lamego tiles they were simply dazzled. This was the solution that they adopted and they are now proud and pleased with the outcome. Out of all the major international ateliers, there are none who do not know of the solutions developed and proposed by the Viúva Lamego factory.

I hope therefore that the new management team undertakes a great job of marketing and that Viúva Lamego’s unique product can conquer the world. In particular that its artists and craftspeople can enjoy such desired success, thereby also obtain decent working conditions and remuneration!



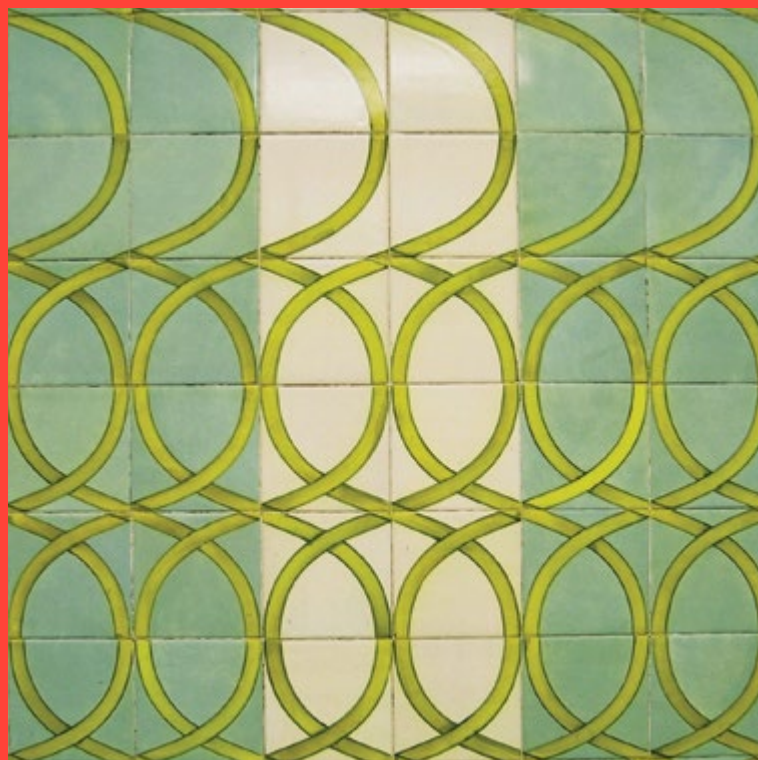
Museu da Cerâmica, Caldas da Rainha,
junho 2016. Foto: CPV / The Ceramics
Museum, Caldas da Rainha, June 2016.
Photo credits CPV

05



Responsabilidade Social

Social Responsibility



Estação de metro do Areeiro, Lisboa,
inaugurada em dezembro de 1959.
Painéis de Azulejo de Maria Keil.
Cortesia: Metropolitano de Lisboa,
E.P.E. / "Areeiro" subway station (Lisbon),
opened in December, 1959. Tile panel
authored by Maria Keil, produced at
"Viúva Lamego" ceramic. Photo courtesy of
Metropolitano de Lisboa E.P.E.

Since ancient times, the needs to build hardy homes that resist to inclemency, to cover houses with tiles to avoid rain and cold, to have plates and pots for cooking and dishing out, to own pitchers for storing the water, wine, chestnuts or olives, it steered the starting of ceramic industry, steadied on a Gnostic balance of Man, Machine and Nature.

In the Centre Europe, in Japan or in the Amazon rainforest, early man invented the ways and means to achieve those 540 degrees Celsius that allows to bring hardness and resistance to Earth kneaded with water. It was 25.000 years ago. This inventive spirit, community aim, and the will to win, driven ceramics until today. The terracotta from this age (“Terracotta”: roasted earth!) reached the glory 5000 years after when Egyptians and Chinese finally touched the glazing! They bring to clay other characters of beauty, as well the sealing ability. They turned ceramics into a universal stuff.

In Portugal, up until the twentieth century, ceramic emerged and grew among the isolated rural villages, in the mountains and the moors, carried by villagers and artifices, whereas there was a “barreiro” (clay field), some volunteers to lift and digging, and an oven as well. The pottery was born, from Community Spirit, from People, from the Communal Neighborhood and from Earth. Like comminatory bread, also Ceramics was an act of cooperation and (in) the benefit of all!

Where there was a “barreiro”, the community settled ways to declare sharing and adverse possession. Where there was a need to mould and bake bricks or tiles, people joins and communally organizes to catch wood and straw, stepping, kneading, tapping, and baking the clay. And finally transport bricks, tiles or shingles in the back of a donkey, to where they lack. Where there was a ceramic furnace, soon community declares Communitarian status to facility. Where there was a need to-one-for-all-the-village, the answer use to be assertive, common and solidary.

Desde tempos remotos que a necessidade de construir casas mais resistentes às intempéries, de cobrir com telhas para evitar chuva e frio, de ter pratos e potes para cozinhar e comer os alimentos, de ter talhas para guardar água, vinho, castanhas ou azeitonas, conduziu a que o início da indústria cerâmica se produzisse nesse equilíbrio gnóstico do Homem, do Engenho e da Natureza.

No Centro da Europa, no Japão ou na Floresta Amazónica, cedo o Homem inventou meios e formas de alcançar os 540 graus *Celsius* que lhe permitiam dar dureza e resistência à terra amassada com água. Foi há 25 mil anos. O espírito inventivo e comunitário e a vontade dos homens sempre presente, conduziram à cerâmica dos dias de Hoje. A *terracota* (Terra Cozida!) desse então alcançou a glória há 5 mil anos quando Egípcios e Chineses finalmente a conseguiram vidrar! Deram-lhe outras características de beleza mas também de impermeabilidade. Tornaram-na suporte para quase tudo.

Em Portugal, e até ao século XX, a atividade cerâmica nasce e desenvolve-se nos meios rurais das recônditas aldeias, serras e lugares, pela mão de aldeões e artifices, nos locais onde existisse um “barreiro” e outros tantos voluntários para erguer, ou escavar, um forno.

A cerâmica nasceu, assim, do Espírito Comunitário, do Povo, da Coletividade e da Terra. Tal como o Forno do Pão, também o Forno Telheiro era um ato de cooperação e de (em) benefício de todos!

Onde houvesse um terreno barreiro, a comunidade arranjava formas da sua partilha e usucapião. Onde fosse preciso formar e cozer tijolos ou telhas, o povo se juntava, e se organizava de forma comunitária nas tarefas de arranjar lenha e palha, de pisar, de amassar, de enformar, e de cozer o barro. E, no fim, de levar os tijolos, ladrilhos ou telhas no lombo de um burro, ao sítio onde eles fizessem falta. Onde houvesse um forno cerâmico, logo o estatuto de forno comunitário lhe era assignado. Onde houvesse necessidade *de-um-por-todos-os-da-aldeia*, a resposta era assertiva, solidária e social.

In the case of ceramics, it could be said that Social responsibility forerun the industry itself in many centuries!

Maybe because of that, Social responsibility is intrinsic to Ceramic Industry, not elusive. That's why nowadays ceramics practices incorporate Social responsibility because they feels it. It does it because it always did!

Afterall, because in the time that Portugal grew its Ceramics Industry -as we know it today – factories settled in the villages aside the “barreiros”, and lived ever since with the local community and People. Sharing their needs, sharing their joy. But their sadness as well, often their misery, their hungry, illiteracy, disease.

And since then –since ever! –Ceramic Industry always has been concerned about the development and happiness of its surroundings. Acting as community enablers were they always blended, creating and fostering social and community ties. Where once existed dust, water and loam, Ceramic Industry founded cities, created culture, reared societies. Thus, Social Responsibility in portuguese Ceramics Industry is not pretending, is not politically correct, it's not marketing, nor isn't a fashion trend. Is a way of being. It's a way to be.

So the Portuguese Ceramics Industry grew practicing Social Responsibility as a portion of itself.

Forming and educating. Respecting and recognizing people.

Employing the next generation, hiring the son of the potter, of the stoker, of the ceramist or the commissioner, in keeping Tradition and Generational Knowledge. Sheltering since young age, and caring their sons in the nursery or the primary school that they own build and maintains.

But also supporting advanced training, intervening, creating quality of life (sports, culture, recreation) in communities where it is arrayed.

Supporting social homing, with residential quarters for workers, giving materials, clothes or promoting other solidarity actions, if and when needed.

Always respecting Nature!

No caso da Cerâmica, pode dizer-se que a Responsabilidade Social antecedeu a própria Indústria em muitos séculos!

Talvez por isso, a Indústria Cerâmica atual tem da Responsabilidade Social uma visão que lhe é intrínseca, que não lhe é esquivia. Que pratica porque sente. Que cultiva porque sempre o fez!

Porque na fase de industrialização portuguesa, as fábricas da cerâmica – como hoje as conhecemos – se instalaram nas aldeias ao lado dos barreiros, e conviveram desde sempre com a Comunidade local e com as Pessoas. Com as suas necessidades. Com as suas alegrias, mas também com as suas dificuldades, quantas vezes com as suas misérias, a fome, iliteracia, a insalubridade, a doença.

E, desde então – ou desde sempre! – se preocuparam com o desenvolvimento e com a felicidade da sua envolvente. E foram polos dinamizadores da própria comunidade em que inseriram, criando e fomentando os laços coletivos e sociais. Onde outrora existira apenas pó, água e lenha, as Empresas Cerâmicas criaram urbes, criaram cultura, criaram sociedades.

Assim, a Responsabilidade Social na Cerâmica não é fingida, nem politicamente correta, não é marketing, nem é *modismo*. É uma forma de estar. É uma forma de SER.

Por isso, a Indústria Cerâmica Portuguesa cultiva e pratica a Responsabilidade Social como uma porção de si própria.

Formando e educando. Respeitando e reconhecendo as Pessoas.

Empregando a geração seguinte, o filho do oleiro, do fogueiro, do ceramista, do encarregado, mantendo a Tradição e o Conhecimento Geracional. Acolhendo desde tenra idade na creche ou na escola que constrói e mantém, apoiando a formação avançada.

Intervindo, criando qualidade de vida (desporto, cultura, recreação) nas comunidades onde está implantada.

Apoiando socialmente, com bairros habitacionais para os trabalhadores, com materiais de construção, com roupas ou com ações solidárias, se e quando faz falta.

E respeitando a Natureza!

Clearing the forest in voluntary actions, equipping its facilities for nonpolluting outputs, cleaning if anytime they once contaminated, or investing to achieve low carbon emissions and less energy consumption. Betting on renewable sources like gas or co-generation.

Recycling as well! If in antiquity communities used firewood, sawdust, manure of horse or ox dung as fuel to the ceramic ovens, nowadays Industry pool s other types of combings to reach alternative Energy . Has always been a kind of culture: to respect, to reuse, to recycle!

Portugal is proud for its Ceramics.

Made by history, tradition, and technology.

But also with Responsibility and the pride for having born from Earth and from Will.

For having born in the midst of People.

Limpendo as matas, equipando-se para não poluir, despoluindo quando poluiu, ou investindo para alcançar os graus *Celsius* do vidro com menos emissões de gases poluentes e menos consumo de energia. Apostando em fontes renováveis de energia ou na biomassa.

E Reciclando! Se na antiguidade as comunidades usavam lenha, serrim, esterco de cavalo ou bosta de boi para aquecer o forno cerâmico, atualmente recorrem-se a outros resíduos. Sempre foi essa a sua cultura: respeitar, aproveitar, reciclar!

Esta é a Indústria de que Portugal se orgulha.

Com história, com tradição, com tecnologia.

Mas também com Responsabilidade e com orgulho.

De ter nascido da Terra, de ter nascido do Engenho. De ter nascido no meio do Povo.



Museu da cerâmica, Caldas da Rainha.

Oficinas de olaria para crianças e comunidade sénior. Foto: CPV / The Ceramics Museum, Caldas da Rainha. Pottery workshops for children and senior community Photo credits CPV



Vista Alegre, uma utopia realizada

Vista Alegre, an achieved utopia

In the late eighteenth and nineteenth century, as novel production systems and new industrialization scales were established, some thinkers began questioning the premises and working conditions offered to workers, opposing to exploitation and human degradation as so well portrayed by Charles Dickens.

The importance of the environment and work conditions given to workers, more than its innate characteristics, were suggested by Robert Owen, social reformer and utopist, in his work “A New View of Society” as the result of his experience in the factories of New Lanark and later implemented, from 1826, in the settlement of New Harmony (Indiana,USA).

Were these reformist ideas that José Ferreira Pinto Bastos intended to implement in Ilhavo from 1824 when he founded the Porcelain Company Vista Alegre. At the beginning of the twenty-first century, Vista Alegre's industrial facility of Ilhavo was the last worldwide operating that following Owen's principles.

The worker's well-being as one of the initial betting resulted in ensuring decent living conditions for workers and their families, by the creation of housing districts, a commitment to education and training, initially with the the boarding school, school of painting and drawing and later a nursery, but also considering the leisure as decisive for the happiness of workers, by founding the brass band, erecting a theatre, the sports association and a football club.

The religious issue, in a country of so strong Catholic faith like Portugal, was early considered by the erection of the Nossa Senhora da Penha de França chapel (seventeenth century) occupying a prominent position at the great courtyard that faces the factory gathering facility buildings.

The industrial complex was like a small town built virtually from scratch the banks along the Aveiro bayous, between pine forests and farming areas, designed to be self-sufficient, including his private fire department, the oldest in Portugal, which served not only the factory but the surrounding communities.

No final do século XVIII e século XIX, à medida que novos sistemas produtivos e novas escalas de industrialização eram implementados, alguns pensadores começaram a questionar o local e condições de trabalho oferecidas aos operários, contrapondo outras visões à exploração e degradação humanas tão bem retratadas por Charles Dickens. A importância do meio e das condições oferecidas ao homem, mais do que as características inatas, são defendidos por Robert Owen, reformador social, utopista, na sua obra escrita “*A New View of Society*” resultado da sua experiência nas unidades industriais de New Lanark e mais tarde implementada, a partir de 1826, na construção de New Harmony (EUA).

São estas ideias reformadoras que José Ferreira Pinto Bastos implementará a partir de 1824, quando funda a Fábrica de Porcelanas da Vista Alegre, em Ílhavo. No início do século XXI, a unidade industrial de Ílhavo era a última em funcionamento a nível mundial que seguia ainda os princípios de Owen.

O bem estar do trabalhador era uma das apostas iniciais que se traduziu na garantia de condições de habitabilidade condignas para o mesmo e a família, com a criação de bairros habitacionais, uma aposta na educação e formação, inicialmente com a criação do colégio interno, escola de pintura e desenho e, mais tarde, da creche, mas também equacionando a questão do lazer, determinante para a felicidade do trabalhador, com a organização de uma banda filarmónica, a construção de um teatro, criação de uma associação desportiva e de um clube de futebol. A questão religiosa, num país de fé católica, foi logo de início equacionada com a integração da Capela da Nossa Senhora da Penha da França (séc. XVII) a construção da igreja que ocupava lugar de destaque no grande pátio coletivo que servia a fábrica e agregava parte dos equipamentos.

A unidade industrial era uma pequena cidade construída praticamente de raiz junto às margens da ria de Aveiro, entre zonas de pinhais e agrícolas, pensada para ser autossuficiente, e que tinha mesmo a sua corporação de bombeiros privada, a mais antiga em Portugal, que servia não apenas a fábrica mas as comunidades envolventes.

Edifício Creche da Fábrica de Porcelanas da Vista Alegre, construído em meados do século XX. Foto: CPV / Nursery house of Vista Alegre, build in the middle twentieth century, Photo credits CPV



Teatro da Vista Alegre, construído em 1826 e reconstruído várias vezes. Foto: CPV / Vista Alegre Theater, built in 1826 and reconstructed by several times. Photo credits: CPV



Corporação de Bombeiros Privada. Cortesia Vista Alegre / Private Firefighters quarters. Courtesy of Vista Alegre



Capela da Nossa Senhora da Penha da França, construída no século XVII e integrada no conjunto industrial. As torres foram já edificadas pelo fundador da fábrica, mas respeitando o projeto original. Foto: CPV / Nossa Senhora da Penha de França's Chapel, built in the seventeenth century and incorporated into industrial site. The towers were later built by the founder of the company, respecting original plan. Photo credits: CPV



Bairro habitacional operário. Foto: CPV / Worker's housing neighborhood . Photo credits: CPV



Jardim no pátio da fábrica, atualmente acesso ao Museu da Vista Alegre. Foto: CPV/ Garden in the Vista Alegre factory yard, currently access to Vista Alegre Museum. Photo credits: CPV



Boas práticas de Responsabilidade Social

Good practices on Social Responsibility

Sustainable Environment

In its activities, CS-Telhas follows a correct environmental behavior, conducting a sustainable development by adopting measures to encourage environmental awareness also of its employees and partners.

As an example, all end-of clay quarries are landscaped to rehabilitation, filled and graveled, incorporating shrubs and other endemic species such as before, contributing to biodiversity conservation. In some cases lakes are installed to accept animal species as its new home.

Source: www.cs-telhas.pt

Ambiente e Sustentabilidade

Na sua atividade, a CS-Telhas mantém um comportamento ambientalmente correto, gerindo-se pelo princípio do desenvolvimento sustentável, adotando medidas que estimulem também a consciência ambiental dos seus colaboradores e parceiros.

Como exemplo, todos os barreiros em fim de exploração são alvo de reabilitação, através de um processo de enchimento com materiais inertes e uma camada superficial de terra vegetal, seguido da reflorestação com a variedade de espécies vegetais com interesse encontradas antes da exploração, contribuindo para a conservação da biodiversidade. Em alguns casos, são criados lagos que acolhem algumas espécies animais que os adotam como seu novo lar.

Fonte: www.cs-telhas.pt

Vista aérea da zona de barreiros. Cortesia
CS-Telhas / Aerial view of clay quarries.
Courtesy of CS-Telhas



Culture and Sports

Revigrés is the first portuguese ceramic company certified by Social Accountability Management System- Portuguese standard NP-4469 1:2008.

Among their practices of Social responsibility in several areas, is stated the promotion of life quality and healthy habits through supporting sports, comprising football and tennis. It should be noted that Revigrés is a main sponsor of FC Porto in last 29 years.

Also in the Culture area, Revigrés integrates the Founders Board of the Casa da Musica in Porto, and supports several musical events, such as “Rock in Rio Lisboa”

Source: www.Revigrés.pt

Casa da Música, Porto. Foto: CPV / Casa da Música, Oporto. Photo credits to CPV

Desporto e cultura

A Revigrés é a primeira empresa portuguesa do setor cerâmico certificada pelo Sistema de Gestão da Responsabilidade Social – NP 4469-1:2008.

De entre as práticas de Responsabilidade Social em diversos domínios, destaca-se a promoção da qualidade de vida e a aposta na divulgação de hábitos saudáveis através do apoio a diversas modalidades desportivas, desde o futebol ao ténis. De referir que a Revigrés é patrocinador principal honorário do Futebol Clube do Porto há 29 anos consecutivos.

Também na área da cultura, integra o núcleo de fundadores de direito privado da Casa da Música, no Porto, e tem apoiado a realização de eventos musicais, como o Rock in Rio Lisboa.

Fonte: www.Revigrés.pt



Volunteering

ROCA's corporate social responsibility becomes as a common practice at ROCA which develops several social and environmental initiatives, through the “We Are Water” Foundation.

An example of this commitment was the voluntary action “One Hand Makes the Difference” that involved all employees on a solidarity journey of a vast ambit, through an action to improve childcare infrastructures of a multifold Social Institution, which comprises from a nursery till a refuge to victims of domestic violence, providing by this way, a different day to all their users.

Source: Human Magazine, issue # 56, august 2013

Logotipo humano. Cortesia Roca / Human logo. Courtesy of Roca

Voluntariado

A área da responsabilidade social surge como um passo lógico no percurso da ROCA que tem desenvolvido diversas iniciativas de carácter social e ambiental, através da Fundação We Are Water.

Exemplo deste compromisso é a ação de voluntariado “Uma Mão faz a Diferença” que envolveu todos os colaboradores da empresa numa jornada de solidariedade de grande amplitude e diversidade, traduzida numa intervenção de melhoramento das infraestruturas de acolhimento de uma IPSS que conta com diversas valências, desde o jardim-de-infância a casas de acolhimento de vítimas de violência doméstica, proporcionando ainda um dia diferente aos seus utentes.

Fonte: Revista Human, Número 56, agosto de 2013



Organizational environment

Porcel management policy is founded on 4 principles of sustainable development: economically sustainable, ecologically right, socially fair and culturally accepted.

In the context of our practices of social responsibility, the concern with organizational environment emerges as the primacy. Example of that, was the realization of “open day” for families of employees, in order to promote the company presence closer to community and strengthen team spirit.

Source: company’s press release. Photos shared by Porcel

Dia aberto, com a presença das famílias na fábrica Porcel. Cortesia Porcel / Open day, with the workers’ families, Porcel Factory. Courtesy of Porcel

Ambiente organizacional

A gestão da Porcel assenta nos 4 princípios básicos do empreendimento sustentável: economicamente viável, ecologicamente correto, socialmente justo e culturalmente aceite.

No âmbito das práticas de responsabilidade social, a preocupação com o ambiente organizacional surge como uma prioridade. Exemplo é a realização do “Dia Aberto” às famílias dos colaboradores, no sentido de promover uma maior aproximação da empresa à comunidade e fortalecer o espírito de equipa.

Fonte: Comunicado da empresa



Relations with the community

Despite the down economic cycle, RECER doesn’t quit from its social sustainability commitment, especially on the support and collaboration with institutions whose goal is care of the future.

With its attitude of putting citizenship always first, it’s widening known that industrial aim of Recer surpasses the single business standpoint.

Ever since having a very active and direct relation with the Community and its several layers, Recer has had the honor to stimulate and sponsor discussion forums, community activities and sports, and support dissemination of papers, artist’s exhibitions, among other socio-cultural initiatives.

Source: www.recer.pt

Painel “Ciência na Rua” instalado no Pavilhão do Conhecimento, Lisboa. Cortesia Recer / Panel “Science in the Street” installed in “Pavilhão do Conhecimento”, Lisbon. Courtesy of Recer

Relacionamento com a Comunidade

Apesar do contraciclo económico, a Recer não se demite do seu compromisso de sustentabilidade social, sobretudo quando está em causa o apoio ou a colaboração com instituições cujo objetivo máximo é cuidar do futuro.

Sempre com esta atitude de cidadania, todos sabem na Recer que a atividade industrial não se compadece apenas com perspetivas empresariais.

Relacionando-se desde sempre, de uma forma muito ativa e direta, com a comunidade e com diversos públicos, a Recer tem tido a honra de dinamizar fóruns de discussão, atividades e equipas desportivas, e de apoiar a edição de obras de divulgação, exposições de artistas, entre outras iniciativas de carácter sociocultural.

Fonte: www.recer.pt



In home Stakeholders

The Cerâmica Alleluia, one of the oldest portuguese ceramics in operation, has a priority premise concern for its employees and Society. Since its foundations, the main thought of Aleluia was to provide special support for people involved with the Organization and its environment.

Thus, numerous internal actions were undertaken and developed such as the “Fight for Literacy Program” by building a school for employees, or the supporting to the promotion of the “Aleluia choral group” that became famous throughout the country and abroad.

Its social facilities were a benchmark of cultural development and improvement of employees and their families. Which included a classroom, a ballroom, a game room, a library, a kitchen canteen and dining room, a spa, an health center, a nursery center for employee’s children, as well on organizing sport fishing competitions, football tournaments, among others .

Source: Company Statement

Instalações fabris da Aleluia, no Cais da
Fonte Nova, para onde foi transferida
em 1918./ Aleluia production plant, in
Fonte Nova quay, to where it was moved
in 1918

Stakeholders Internos

A Aleluia, uma das mais antigas cerâmicas portuguesas ainda em laboração, tem como premissa prioritária a preocupação com os seus colaboradores e com a sociedade. A pensar neles procurou, desde a sua fundação, prestar um apoio especial às pessoas que estão envolvidas com a organização e o seu meio envolvente.

Assim, inúmeras ações internas foram criadas e desenvolvidas como por exemplo a luta contra o analfabetismo dos seus funcionários através da construção de uma escola, apoio à dinamização de grupo coral que se celebrou em todo o país e além-fronteiras.

As suas instalações sociais constituíram um ponto importante de referência ao nível do desenvolvimento cultural e de desenvolvimento dos colaboradores e familiares. À sua disposição tinham uma sala de aulas, um salão de festas, uma sala de jogos, uma biblioteca, cantinas com cozinha e refeitório, balneário, posto médico, creche para filhos de funcionários, concursos de pesca desportiva, torneios de futebol, entre outros.

Fonte: Comunicado da empresa





Ana Bica

Diretora do CENCAL - Centro de Formação Profissional para a Indústria Cerâmica / CENCAL Director

... O CENCAL, ao longo dos anos, contribuiu para que os saberes, que levavam a marca da nossa tradição, evoluíssem para as novas exigências dos mercados onde se posicionam as nossas empresas, mercados exigentes e de excelência.

Qualificação do sector

O CENCAL – Centro de Formação Profissional para a Indústria Cerâmica foi criado em 1981 por impulso inicial de um conjunto de industriais da cerâmica de mesa e decorativa que sentiram a necessidade de formarem, de forma sustentada, a sua mão-de-obra e captarem para o sector novos trabalhadores jovens, antecipando o crescimento que o mesmo viria a ter nas décadas seguintes. No momento da criação do CENCAL e da construção das suas instalações - que simulam uma pequena unidade fabril tendo como mais-valia um laboratório bem equipado - ainda a adesão à então Comunidade Económica Europeia era uma ambição, não se conhecendo verdadeiramente as consequências dessa decisão.

A partir de 1985 o CENCAL iniciou a sua atividade formal com três cursos base – modelação, técnico industrial e pintura/decoração – tendo formado nos anos seguintes centenas de especialistas nestas áreas que ainda hoje constituem um núcleo importante dos trabalhadores das empresas. Nos anos seguintes diversificou as suas áreas de formação com incidência nas áreas do design, da tecnologia e qualidade na cerâmica, constituindo-se como uma das traves-mestras para o sector no que diz respeito à qualificação dos seus recursos humanos. Também desde o início foi dado especial relevo ao apoio técnico e tecnológico, bem como à área da certificação da qualidade dos produtos e das matérias-primas, sendo uma ferramenta fundamental para muitas empresas exportadoras no que respeita à acreditação certificada segundo os parâmetros internacionais reconhecidos. Alguns anos depois do seu arranque o CENCAL estendeu a sua ação formativa e de apoio técnico aos restantes subsectores da indústria cerâmica, nomeadamente à cerâmica estrutural, pavimentos e revestimentos e louça sanitária, antecipando a fusão associativa que se viria a concretizar no sector em 1996.

O CENCAL, ao longo dos anos, contribuiu para que os saberes, que levavam a marca da nossa tradição, evoluíssem para as novas exigências dos mercados onde se posicionam as nossas empresas, mercados exigentes e de excelência.

Pátio. Instalações do CENCAL nas Caldas da Rainha. Foto: CPV / CENCAL
facilities' courtyard at Caldas da Rainha.
Photo credits: CPV



Reciclagem do barro usado nas aulas, para reutilização. Cencal, junho 2016.
Foto: CPV/ Recycling the clay used in the class, for reuse. Cencal, June 2016. Photo credits: CPV

... Throughout the years, CENCAL has contributed to our knowledge, bearing the hallmark of our tradition, so it would evolve to meet new market demands as our companies positioned themselves in demanding markets of excellence



Aluno a aprender olaria. Cencal, junho 2016. Foto: CPV/ Pottery class student. Cencal, June 2016. Photo credits: CPV



Improvement of the sector

CENCAL - the Vocational Training Centre for the Ceramic Industry (Centro de Formação Profissional para a Indústria Cerâmica) was set up in 1981 through the wishes of a group of table and decorative ceramic companies that felt the need to train their work force in a sustainable way and attract new young workers to the sector, anticipating the growth that it would have in the following decades. When CENCAL was set up and its premises built - which simulate a small manufacturing unit with the addition of a well-equipped laboratory - joining the European Economic Community was still a goal and the full consequences of this decision were not fully known.

From 1985, CENCAL started its formal activity with three foundation courses – modelling, industrial techniques and painting/decoration – and in the following years trained hundreds of specialists in these areas who nowadays are an important core of workers in companies. In subsequent years it diversified its training areas with a focus on the areas of design, technology and quality in ceramics, establishing itself as one of the cornerstones for improving human resources in the sector. From the outset, special attention was also given to technical and technological support, as well as the area of certifying the quality of products and raw materials, with certified accreditation according to internationally recognised parameters being an essential tool for many exporting companies. A few years after its inception, CENCAL extended its training activity and technical support to other sectors in the ceramics industry, particularly structural ceramics, floorings, walls and sanitary ware, anticipating the associative merger in 1996 which would be implemented in the sector.

Throughout the years, CENCAL has contributed to our knowledge, bearing the hallmark of our tradition, so it would evolve to meet new market demands as our companies positioned themselves in demanding markets of excellence.

Resultado do trabalho de um workshop com um artista convidado. Cencal, junho 2016. Foto: CPV / The results of an artist's guest workshop. Cencal, June 2016. Photo credits: CPV

“

Pedro Novo

Arquiteto / Architect

... a qualidade não pode ser quantificada apenas e só pelo produto final, mas também pela perceção a montante, na adoção de políticas de preservação de recursos naturais e no respeito pela diversidade no tecido empresarial do sector no contributo conjunto para a preservação do futuro da cerâmica. Um sentido único que deverá ser valorizado na preservação de um dos mais valiosos patrimónios nacionais.

Como em todos os sectores, a adoção de sistemas de gestão da Responsabilidade Social permitem adotar um conjunto de práticas socialmente responsáveis tendo em vista a maximização dos impactos positivos das empresas no contexto social e inclusivamente na potenciação de comportamentos e valores com enorme relevância ambiental. A natureza do universo da cerâmica em Portugal, pelo seu enquadramento histórico e enraizamento na diversidade social portuguesa, obriga necessariamente a uma atitude dignificadora dos processos de produção, tornando-se consequentemente num agente de mudança, diferenciador e naturalmente num produto de excelência. Contudo a qualidade não pode ser quantificada apenas e só pelo produto final, mas também pela perceção a montante, na adoção de políticas de preservação de recursos naturais e no respeito pela diversidade no tecido empresarial do sector no contributo conjunto para a preservação do futuro da cerâmica. Um sentido único que deverá ser valorizado na preservação de um dos mais valiosos patrimónios nacionais.

Lavatório e sanita compactos, que permitem o reaproveitamento da água do lavatório para o autoclismo. Desenhado por Gabriele & Oscar Buratti. Cortesia Roca / Compact basin and lavatory, which enables the reuse of water from the sink to the toilet. Designed by Gabriele & Oscar Buratti. Courtesy of Roca



... quality cannot be quantified merely and only by the final product but also by the perception upstream, of the adoption of conservation of natural resources policies and respect for diversity in the business community sector in the joint contribution to preserving the future of ceramics. A unique way which must be valued in preserving one of the most valuable national treasures.

Pela pesquisa é possível desenvolver produtos mais amigos do ambiente.
Cortesia Roca/ Getting more environmentally friendly products thru research. Courtesy of Roca



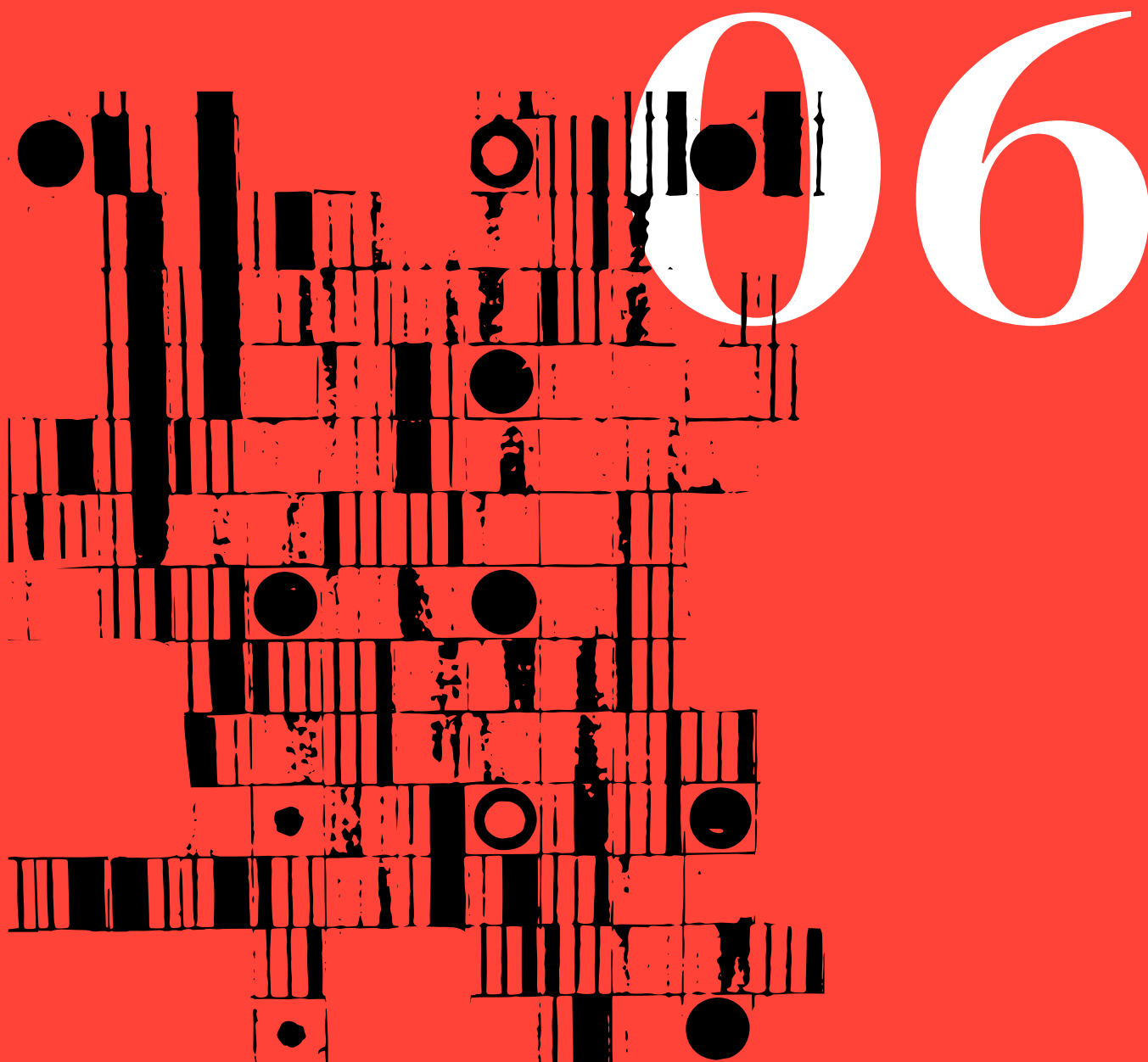
As in all sectors, the adoption of Social Responsibility management systems has enabled the adoption of a set of socially responsible practices with a view to maximizing the positive impacts of the companies in a social context and furthermore in enhancing behaviours and values with enormous environmental importance. The nature of the world of ceramics in Portugal, its historical background and roots in portuguese social diversity necessarily requires a dignified attitude to the processes of production, to therefore become an agent for change, a differentiator and of course a product of excellence. However, quality cannot be quantified merely and only by the final product but also by the perception upstream, of the adoption of conservation of natural resources policies and respect for diversity in the business community sector in the joint contribution to preserving the future of ceramics. A unique way which must be valued in preserving one of the most valuable national treasures.



O bem estar e saúde dos trabalhadores deve ser garantido pelo uso obrigatório de equipamentos de proteção. Cortesia Roca / The well-being and health of workers assured by the compulsory use of protective equipment. Courtesy of Roca



Linha de produção de loiça sanitária.
Cortesia Roca/ Sanitary ware production
line. Courtesy of Roca



Ceramics Lifestyle

Ceramics Lifestyle



Estação de metro do Martin Moniz,
Lisboa, inaugurada em dezembro de
1959. Painéis de Azulejo de Maria Keil.
Cortesia: Metropolitano de Lisboa,
E.P.E. / "Martin Moniz" subway station
(Lisbon), opened in December, 1959. Tile
panel authored by Maria Keil, produced at
"Viúva Lamego" ceramics. Photo courtesy
of Metropolitano de Lisboa E.P.E.

If ceramics is the oldest build material produced by man, the same learned evolve and adapt over the millennia, being at almost all times, a background for functional objects of art, used to confer style and ambiance to the spaces we inhabit.

From an urban consideration, the tiles that at certain times coated profusely our edifices, gave a particular shine to the cities, highlighting the exceptional buildings, creating new compositional elements, beside improving weather and aging protection. In the ambiances, floors, walls, and sometimes even on ceilings, entirely or as decorative or reminisce element, ceramics were crucial to suggest an image, emphasize comfort, or simply enable the easiest maintenance of spaces. They were also featured to enable buildings refurbish into new uses, new times, or new aesthetic standards.

As art objects, ceramics give in to all spaces, fulfilling all scales, aesthetic language, sole or combined with other materials. Since the smallest piece, used like a jewel furthermore to sculptures or huge pictorial panels, ceramics was always considered as an available resource.

But it has been as tableware that the pottery most accompanied man throughout the ages, changing according trends or styles, but also according expectations, following or promoting the changes in habits and gastronomy, entitling national aims. As valued objects that used to be transmitted between generations, from mothers to daughters, mother-in-law to daughter-in-law, and nowadays also by men, from father to son as a new sign of times.

There are so many tales that the next few pages can only gave a pale note of versatility and potentiality of the material, and the way how Portuguese currently use it, as an incitement to discover ceramics, in Portugal and world over.

Se a cerâmica é o mais antigo material transformado descoberto pelo Homem, a mesma soube evoluir e adaptar-se ao longo dos milénios, sendo, em quase todas as épocas, suporte para objetos de arte, ou arte aplicada, usados para conferir estilo e ambiência aos espaços que habitamos.

Do ponto de vista urbano, os azulejos que em certas épocas revestiram profusamente os nossos edifícios, davam um brilho particular às cidades, destacavam edifícios excecionais, criavam novos elementos compositivos, para além de serem garante de uma melhor proteção contra as intempéries e de um envelhecimento menos acelerado.

Nos interiores, em pavimentos, paredes, e por vezes mesmo em tetos, integralmente ou como apontamentos decorativos ou memorativos, as cerâmicas são determinantes para a imagem, ambiente, conforto, ou facilidade de manutenção dos espaços. São também recurso disponível para readaptação de edifícios a novos usos, novos tempos, novos padrões estéticos.

Como objetos de arte, as cerâmicas conquistam todos os espaços, usando todas as escalas, linguagens estéticas, isoladamente ou combinadas com outros materiais. Desde a diminuta peça cerâmica, usada em bijutaria, a elementos escultóricos, ou a painéis pictóricos de grandes dimensões, a cerâmica foi sempre recurso disponível.

Mas tem sido à mesa que a cerâmica mais nos tem acompanhando ao longo dos tempos, alterando-se em função de gostos e estilos, mas também do que dela se espera, seguindo ou promovendo alterações da gastronomia, identificando-se com características nacionais ou regionais. Objeto valorizado que se transmitia entre gerações, de mães para filhas, de sogras para noras, e, sinal dos tempos agora também por linha masculina.

São tantas as possibilidades que as poucas páginas seguintes só podem ser mesmo uma pálida amostra da versatilidade e potencialidade do material, e da forma como os portugueses o usam atualmente, ficando como um convite à descoberta do material, em Portugal e espalhado pelo mundo.



IPAM em Aveiro. Cortesia Aleluia SA
/ IPAM College at Aveiro. Courtesy of Aleluia SA

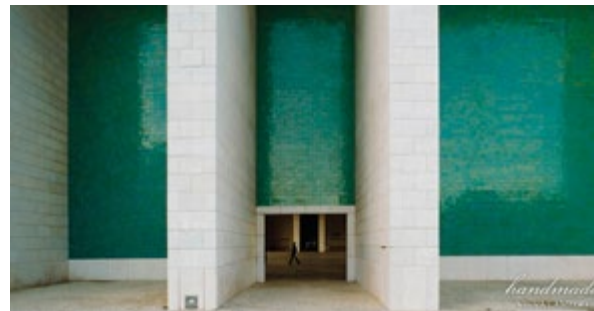
Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo do Instituto Politécnico de Bragança. Cortesia CS-Telhas / School of Communication, Management and Tourism of Instituto Politécnico de Bragança. Courtesy CS-Telhas



Cortinas de Azulejos, para o Amphora Wingene, projecto de Sergison-Bates architects, Londres. Trabalho de Benoit van Innis. Cortesia Viúva Lamego. / Tiles curtains for the Amphora Wingene, Sergison Bates architect's project, London. Benoit van Innis's work. Courtesy of Viuva Lamego.



Painéis de Azulejos na estação de metro dos Champs Elysées, Paris, da autoria de Manuel Cargaleiro. Cortesia Viúva Lamego / Tile panels at Champs Elysées subway station, Paris, authored by Manuel Cargaleiro. Courtesy of Viuva Lamego



Pavilhão de Portugal, Expo 98, Lisboa. Projeto do Arquiteto Álvaro Siza. Cortesia Viúva Lamego. / Portugal's Pavilion at Expo 98, Lisbon. Designed by Álvaro Siza architect. Courtesy of Viuva Lamego



Pormenor da fachada ventilada revestida a telha. ESCAT-IPB. Cortesia CS-Telhas
/ Detail of a tile coated ventilated façade. ESCAT-IPB. Courtesy of CS-Telhas

Casa da Música, revestimento da sala VIP. Cortesia Viúva Lamego / Casa da Música, Porto, tile panel of the VIP room.
Courtesy of Viúva Lamego



Pavilhão de Portugal, Expo 2000, Hannover. Projeto dos Arquitetos Álvaro Siza e Eduardo Souto Moura. Cortesia Viúva Lamego / Portugal's Pavilion at Expo 2000, Hannover. Designed by Álvaro Siza and Souto Moura architects. Courtesy of Viúva Lamego

Painel de azulejos no AXIS Porto Business & SPA Hotel. Cortesia Recer / AXIS Porto Business Hotel & Spa, tile panel.
Courtesy of Recer



Igreja do Marco de Canavezes, projeto e desenho dos Azulejos do Arquiteto Álvaro Siza. Foto: CPV / Marco de Canavezes's Church, design and tile's drawing by Álvaro Siza architect. Photo credits: CPV.

Fundação Champalimaud, Lisboa. Cortesia Recer / Champalimaud Foundation, Lisbon. Courtesy of Recer

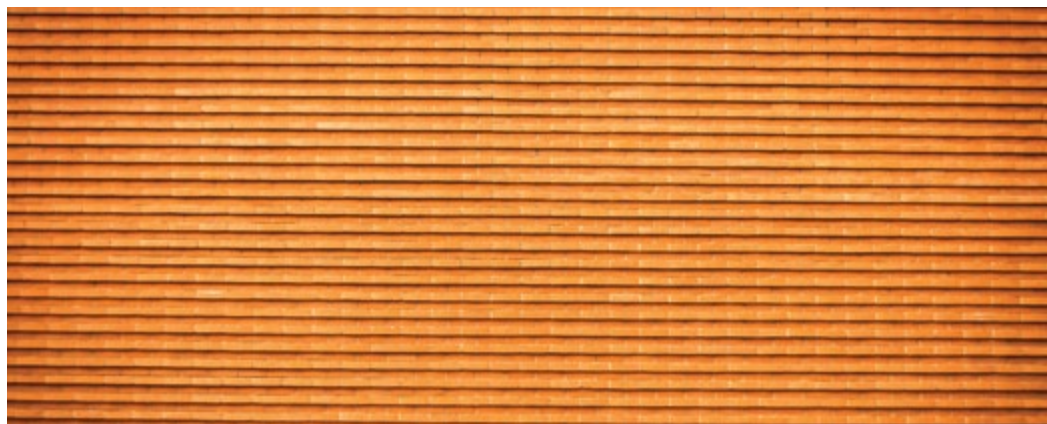
Universidade de Aveiro, um campus em tijolo cerâmico

University of Aveiro, a campus in ceramic brick

The design of the campus of the University of Aveiro was started in 1986, when a team coordinated by the Architect Nuno Portas selected some of the most prestigious portuguese architects of international renown to design the new buildings. As a material that would ensure the common image of the campus throughout the range of architectural proposals made by different authors, the ceramic brick was chosen, a material rooted in portuguese tradition, particularly in the region of Aveiro, but almost always applied as a covering. This decision to choose both the designers, and the material, was an important contribution to the architectural heritage of the city of Aveiro, in which it is possible to admire buildings constructed by Alcino Soutinho, Álvaro Siza Vieira, Pedro Ramalho, Luís Ramalho, José Maria Lopo Prata, Eduardo Souto Moura, Adalberto Dias, Rebello de Andrade, Jorge Kol de Carvalho, Gonçalo Byrne and Figueiredo Dias, among others, and where the same ceramic piece – the brick – is used in different ways, showing the versatility and potential of the material in contemporary architectural contexts. And these are the buildings which have become ambassadors, annually visited by hundreds of domestic and foreign experts, taking with them the image of this portuguese architecture and national ceramic material.

A conceção do campus da Universidade de Aveiro foi iniciada em 1986, quando uma equipa coordenada pelo Arquiteto Nuno Portas selecionou alguns dos mais prestigiados arquitetos portugueses de renome internacional para projetarem os novos edifícios. Como material que garantiria a imagem comum do campus na diversidade de propostas arquitetónicas elaboradas pelos diferentes autores foi escolhido o tijolo cerâmico aparente, material de enraizada tradição em Portugal e particularmente na região de Aveiro, mas quase sempre aplicado revestido. Esta decisão de escolha quer dos projetistas, quer do material, foi um contributo importante para o património arquitetónico da cidade de Aveiro, onde agora podem ser admirados edifícios da autoria de, entre outros, Alcino Soutinho, Álvaro Siza Vieira, Pedro Ramalho, Luís Ramalho, José Maria Lopo Prata, Eduardo Souto Moura, Adalberto Dias, Rebello de Andrade, Jorge Kol de Carvalho, Gonçalo Byrne, Figueiredo Dias, e onde a mesma peça cerâmica – o tijolo – é utilizada de diferentes formas, mostrando a versatilidade e potencial do material em contextos arquitetónicos contemporâneos. E são estes edifícios que se tornam embaixadores, anualmente visitados por centenas de especialistas nacionais e estrangeiros, levando consigo a imagem da arquitetura portuguesa e do material cerâmico nacional.

Pormenor da fachada do Departamento de Engenharia Mecânica, projeto de Adalberto Dias. Foto: CPV. / Detail of the facade from Department of Mechanical Engineering, Aveiro, project of Adalberto Dias. Photo credits: CPV.



Departamento de Engenharia Civil,
Projeto de Ana Reboredo e Joaquim
Oliveira. Foto: CPV. / Department of Civil
Engineering, Porto University, authored by
Ana Reboredo and Joaquim Oliveira. Photo
credits: CPV.



Biblioteca da Universidade de Aveiro,
projeto de Álvaro Siza. Foto: CPV. /
Library of the Aveiro University, designed
by Álvaro Siza. Photo credits: CPV..



Taça Quartz, desenhado por Bartek Mejor. Cortesia Vista Alegre / Taça Quartz, desenhado por Bartek Mejor. Cortesia Vista Alegre



Chefs Collection, Naiz desenhado pelo Chef Diego Guerrero. Cortesia Vista Alegre / Chefs Collection, Naiz designed by Chef Diego Guerrero. Courtesy of Vista Alegre



Taça Tecido, desenhada por Gonçalo Campos. Cortesia Vista Alegre / “Tecido” (fabric) cup, designed by Gonçalo Campos. Courtesy of Vista Alegre



Serviço Coralina, desenho de Oscar de la Renta. Cortesia Vista Alegre/ Coralina porcelain tableware, designed by Oscar de la Renta. Courtesy of Vista Alegre

Argola de Guardanapo Stars White, desenho de Martina Süss. Cortesia Vista Alegre / “Stars White” Napkin ring, designed by Martina Süss. Courtesy of Vista Alegre





Vasos Matrix, desenhados por Bartek Mejor. Cortesia Vista Alegre / Matrix bowl, designed by Bartek Mejor. Courtesy of Vista Alegre



Serviço Domo Platinum. Cortesia Vista Alegre / Domo Platinum porcelain tableware. Courtesy of Vista Alegre



Serviço Peacock, desenhado pelo príncipe Prince Ari Behn da Noruega. Cortesia Porcel / "Peacock" porcelain tableware, designed by Prince Ari Behn of Norway. Cortesia of Porcel

Serviço para o Sultão do Brunei. Cortesia Porcel / Porcelain set to the Sultan of Brunei. Courtesy of Porcel



Painel de Azulejos no Aparthotel Balaia Plaza. Cortesia Recer / Tile panel at Balaia Plaza Aparthotel. Courtesy by Recer

Peça cerâmica encomendada por Michelle Obama para oferecer aos convidados do seu primeiro almoço oficial. Cortesia Porcel / Porcelain ware commissioned by Mrs. Michelle Obama to gift on its first official lunch. Courtesy of Porcel



Trafaria Praia de Joana Vasconcelos. Pavilhão de Portugal para a Bienal de Veneza. Cortesia Viúva Lamego / "Trafaria Beach" authored by Joana Vasconcelos to the Portugal's Pavillion at Venice Bienal. Coutesy of Viúva Lamego

Caravela de Azulejos de Storytailors, elaborado para a mostra de arte ibérica, Kennedy Center, Washington. Cortesia Revigrés / Tile "Caravela" of Storytailors, produced for the Iberian Art Show at Kennedy Center, Washington DC



Elefantes, de Fernando Brízio. Cortesia Bordallo Pinheiro/ Elephants, by Fernando Brízio. Courtesy of Bordallo Pinheiro

Trabalhos de porcelana executados para a Casa Branca. Cortesia Porcel / Porcelain tableware for The White House. Courtesy of Porcel

Painel de Azulejos executados para o estádio do Dragão pelo Mestre Júlio Resende. Cortesia Revigrés / Tile Panel for the Dragon Stadium, Porto, authored by Júlio Resende. Courtesy of Revigrés



Caixa comemorativa dos 40 Anos Constituição República Portuguesa. Cortesia Porcel / Porcelain box honoring of 40 Years of Portuguese Republic Constitution. Courtesy of Porcel



Pormenor da taça comemorativa do trigésimo aniversário como Presidente do Futebol Clube do Porto, executada pela Porcel. Foto: CPV / Detail of the bowl honoring the thirtieth anniversary of Futebol Clube do Porto Presidency, produced by Porcel. Photo credits: CPV



“

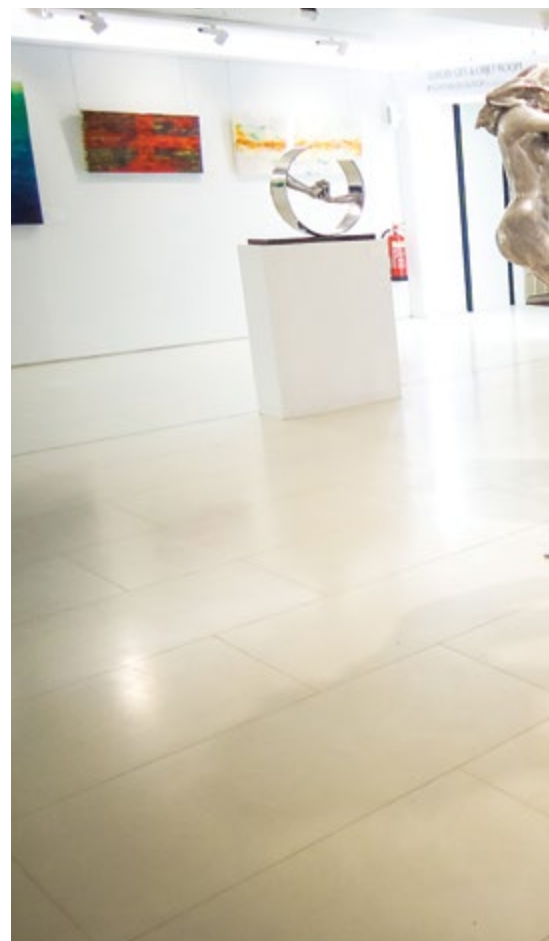
Alan Collie

Diretor Comercial, Domus /
Commercial Director, Domus

A Revigrés é um parceiro de confiança de longa data, produtor e fornecedor de revestimentos e pavimentos cerâmicos de elevada qualidade técnica. Nesse sentido, foi identificado, desde cedo, como potencial parceiro para um projeto tão prestigiante como o Harrods, em Londres.

A cor Super Branco da Coleção Cromática foi selecionada e aplicada no pavimento da Galeria do Harrods uma vez que é a cor mais branca e pura em grés porcelânico de grande formato. Esta opção beneficiou o projeto ao atribuir-lhe uma superfície com elevada resistência e de fácil manutenção e ao proporcionar-lhe um ambiente puro, uniforme e com bastante luminosidade que não distrai os visitantes das obras de arte que são apresentadas.

Esta foi, sem dúvida, a melhor escolha para esta obra emblemática.



Gama de cores da coleção Cromática.
Cortesia Revigrés / Chromatic collection's
range of colours Courtesy of Revigrés





Stand da Bentley, Rolls Royce e Ferrari, Leicester, Inglaterra. Cortesia Revigrés / Bentley+ Rolls Royce+Ferrari store at Leicester, UK. Courtesy of Revigrés



Revigrés is a long term trusted manufacturing partner and supplier of quality technical ceramic tiles. Therefore, it was identified early as potential supplier for such a prestigious project as the Harrods, in London.

The Chromatic Collection Super Branco color was selected and installed as the floor finish for Harrods Gallery because it was the whitest and purest through large format full body porcelain. It enhanced the project by providing a highly durable, easy to maintain surface finish which offers a light, monolithic, clean background and does not distract the visitors' eye from the Art that is presented.

It was indeed the best choice for this emblematic work.



Galeria do Centro Comercial Harrods, Londres. Cortesia Revigrés / Harrod's camcourse, London. Courtesy of Revigrés

“

Jan Eimar Dalva

Diretor de Vendas, Modena Tiles,
Noruega / Sales Project Manager,
Modena Tiles (Norway)

Estamos muito satisfeitos com a qualidade e design dos produtos da Revigrés e temos total confiança no nosso parceiro. O edifício de escritórios da Companhia Petrolífera Baker Hughes, na Noruega, é um dos projetos em que utilizámos produtos portugueses, nomeadamente, na área da entrada e receção. Escolhemos pavimentos em grés porcelânico. Por um lado, devido à sua elevada resistência, adequada para estas áreas de tráfego intenso; por outro, pelo seu efeito estético. Para que os parceiros e convidados do nosso cliente tenham uma boa primeira impressão quando visitam as suas instalações. E conseguimos!

Gama de cores da coleção Cromática.
Cortesia Revigrés / Chromatic collection's
range of colours Courtesy of Revigrés





We're very pleased with the quality and design of Revigrés products and we have complete trust in our business partner.

The Baker Hughes Oil Company office building, in Norway, is one of the works where we've used portuguese products, namely, on the entrance and reception areas.

We chose full body porcelain floor tiles. On one hand, due to its high resistance, suitable for these intense traffic areas; and on the other hand, because of its aesthetic effect. We wanted our client's business partners and guests to have a great first impression when visiting its premises. And we've succeeded!



Átlio do edifício de escritórios Baker Hughes, na Noruega. Cortesia Revigrés
/ Lobby of Baker Hughes office building, Norway. Courtesy of Revigrés

“

Sacha Walckhoff

Diretor Criativo de Christian
Lacroix / Sacha Walckhoff, Creative
Director of Christian Lacroix

Desde pequeno que tenho um fascínio por cerâmica e porcelana, talvez graças à influência da minha avó, que era natural de Limousin. Como tal, sempre me pareceu natural lançarmos a nossa própria coleção, sendo que o know-how da Vista Alegre nos permitiu expressar plenamente a riqueza criativa da marca Christian Lacroix.

Não podíamos deixar de ‘pedir emprestados’ aos magníficos arquivos da Vista Alegre os padrões de borboletas datados de 1880, entrelaçando-os com uma imagem de Napoleão III nas decorações de Butterfly Parade e Picassiette, representando não só uma respeitosa homenagem mas também uma oportunidade de iniciar o novo Tales of Porcelain, misturando os universos das duas marcas.

Coleção Histoires de Porcelaine
desenhada por Gregoire Alexandre,
conjugando os serviços Butterfly Parade,
Sol y Sombra e Picassiette. Cortesia
Vista Alegre / “Histoires Collection”
porcelaine designed by Gregoire Alexandre,
combining Butterfly Parade, Sol y
Sombra and Picassiette series. Courtesy
of Vista Alegre





Since I was a child, I have had a fascination for ceramics and porcelain, perhaps thanks to the influence of my grandmother, who was born in Limousin. As such, it always seemed natural to me to start our own collection, and the know-how of Vista Alegre allowed us to fully express the creative richness of the Christian Lacroix brand.

We could not fail to 'borrow' from the magnificent Vista Alegre archives the patterns of butterflies dated from 1880, intertwining them with an image of Napoleon III in the Butterfly Parade and Picassiette decorations, which represents not only a respectful homage but also an opportunity to start the new Tales of Porcelain, mixing the worlds of the two brands.



Coleção Caribe desenhada Neil Bicknell. Cortesia Vista Alegre / "Caribe Collection" designed by Neil Bicknell. Courtesy of Vista Alegre

Agradecimentos

Acknowledgements

On this page, we want to thanks to everyone who made this book possible, by supporting research, by given interviews, testimonies and explanations as well for the valuable shared material.

We specially thanks to those institutions and companies that kindly opened their doors and allowed us to get pictures from their patrimony and manufacturing processes, in particular to the Museu da Cerâmica das Caldas da Rainha, to CTCV-Technological Center for Ceramics and Glass Industry, to CENCAL-the Training Centre for the Ceramic Industry, to ALELUIA-Ceramics, SA, to CS-Coelho da Silva, SA, to Faianças Artísticas Bordallo Pinheiro Lda, to Modicer, Moda Cerâmica, S.A., to Porcel-- Indústria Portuguesa de Porcelanas, SA, to Recer- Indústria de Revestimentos Cerâmicos, SA and to Roca, SA.

For having shared graphic materials, in addition to those above mentioned we appreciate to Matcerâmica – Fabrico de Louça, SA, to Revigrés- Indústria de Revestimentos de Grés, Lda, to Umbelino Monteiro, SA, to Vista Alegre Atlantis, SA as well to Viúva Lamego.

We keep still grateful to a group of persons and institutions that gave us their statement of his contact with portuguese ceramics, namely AICEP Portugal Global - Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, by the voice of its President Mr. Miguel Frasquilho, to CTCV-Technological Center for Ceramics and Glass Industry-Mr Antonio Baio Dias, to CENCAL-the Training Centre for the Ceramic Industry-Mrs Ana Bica, to the Department of Materials Engineering and Ceramics of Aveiro University-Mr Pedro Manta, to Domus- Mr. Alan Collie, Escola Superior de Artes e Design das Caldas da Rainha, to Instituto Politécnico de Leiria- Mr José Frade , to Hotéis Vila Galé- Mr. Luis António, and Modena Tiles - Mr. Jan Eimar Dalva.

We also want to thanks to artists, scholars and specialists that at individual title supported this book by their testimonials, namely Augusto Vaz Serra, Bela Silva, Benoit Van Innis, Herve Dirosa, João Bonifácio Serra e Pedro Novo.

A special thanks to Metropolitano de Lisboa E.P.E. and Luis Pedro Silva Architect Ltd, for providing material that allowed us to introduce two cases of wide international visibility of Portuguese Pottery, enhancing tradition and innovation.

And an extended thanks to all others not explicitly named but whose contribute allowed this book to become a reality. To all, our sincere acknowledge!

Nesta página final, queremos agradecer a todos que tornaram este livro possível, pelo apoio ao trabalho de pesquisa, pelas entrevistas concedidas, testemunhos e explicações e pelo valioso material cedido.

Agradecemos particularmente às instituições e empresas que nos abriram as portas e nos permitiram fotografar espólios e processos produtivos, nomeadamente o Museu da Cerâmica das Caldas da Rainha, o CTCV - Centro Tecnológico da Cerâmica e do Vidro, o CENCAL - Centro de Formação Profissional para a Indústria de Cerâmica, a Aleluia Cerâmicas, SA, a CS - Coelho da Silva, SA, as Faianças Artísticas Bordallo Pinheiro, Lda, a Modicer, Moda Cerâmica, S.A., a Porcel - Indústria Portuguesa de Porcelanas, SA, a Recer - Indústria de Revestimentos Cerâmicos, SA e a a Roca, SA.

No fornecimento de material gráfico, complementarmente aos citados anteriormente agradecemos ainda à Matceramica - Fabrico de Louça, SA, à Revigrés - Indústria de Revestimentos de Grés, Lda, à Umbelino Monteiro, SA, à Vista Alegre Atlantis, SA e à Viúva Lamego.

Agradecemos a um conjunto de pessoas e instituições que nos deram testemunho do seu contacto com a cerâmica portuguesa, designadamente a AICEP Portugal Global - Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, pela voz do seu presidente, Miguel Frasquilho, ao Cencal – Ana Bica, ao CTCV - António Baio Dias, ao Departamento de Engenharia de Materiais e Cerâmica, Universidade de Aveiro – Pedro Mantas, à Domus - Alan Collie, à Escola Superior de Artes e Design de Caldas da Rainha, Instituto Politécnico de Leiria – José Frade, aos Hotéis Vila Galé – Luís António, e à Modena Tiles – Jan Eimar Dalva.

Obrigado também aos artistas, estudiosos e especialistas que em nome individual apoiaram este livro com os seus depoimentos, Augusto Vaz Serra, Bela Silva, Benoit Van Innis, Herve Dirosa, João Bonifácio Serra e Pedro Novo.

Um agradecimento especial ao Metropolitano de Lisboa E.P.E. e a Luís Pedro Silva Arquitecto Lda, pelo fornecimento de material que nos permitiu apresentar com detalhe dois casos de ampla visibilidade internacional da Cerâmica Portuguesa, entre tradição e inovação.

E um agradecimento alargado a muitos outros que não sendo explicitamente nomeados permitiram que este livro se tornasse uma realidade. A todos um Muito Obrigado !

Ficha técnica

Imprint

Title:

Portuguese Ceramics: tradition and innovation

Edited by:

APICER – Portuguese association of the ceramic industry and glassware

Editorial Coordination:

Lurdes Morais

Idealization and Texts by:

Carlos Lacerda, Clara Pimenta do Vale, Lurdes Morais

Monstros & Companhia - Soluções de Comunicação, Lda

Photography:

Clara Pimenta do Vale (CPV)

Design and Layout:

Francisco Horta e Vale

Monstros & Companhia - Soluções de Comunicação, Lda

Título:

Cerâmica Portuguesa: Tradição e Inovação

Editor:

APICER – Associação Portuguesa das Indústrias de Cerâmica e de Cristalaria

Coordenação Editorial:

Lurdes Morais

Conceção e Textos:

Carlos Lacerda, Clara Pimenta do Vale, Lurdes Morais

Monstros & Companhia - Soluções de Comunicação, Lda

Fotografia:

Clara Pimenta do Vale (CPV)

Projeto Gráfico:

Francisco Horta e Vale

Monstros & Companhia - Soluções de Comunicação, Lda

Promotor / Promoter



Produtor / Producer



Cofinanciado por / Co-financed by:





Bocage. Arranjo gráfico a partir do
desenho de Júlio Pomar para a estação
de metro Alto dos Moinhos / Print of
Bocage inspiring by the drawing of Júlio
Pomar on the "Alto dos Moinhos" subway
station (Lisbon)

Promotor / Promoter

APICER
ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DAS INDÚSTRIAS
DE CERMÂMICA E CERÁMICA

Produtor / Producer

MONSTROS CIA.

Cofinanciado por / Co-financed by:

COMPETE
2020

PORTUGAL
2020



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional