

0 10 20 30 40 50 60 70

01

MEMORIAL

01

02

Memória do processo técnico/gráfico, dos estilos e do comportamento em diferentes épocas.

02

03

03

04

A decoração das porcelanas na fase semi-industrial, deixando de ser "pintura" para ser Arte Gráfica.

04

05

05

06

Essa mudança proporcionando à decoração das porcelanas a utilização de padrões decorativos, como as vinhetas florais e de estilos para os níveis sócio-econômicos de diferentes épocas.

06

07

07

08

08

09

As Artes Gráficas fazendo retornar para as porcelanas o design módulo em série, a exemplo das vinhetas tipográficas e do desenho repromecânico para a litografia, comuns a qualquer tipo de impressos.

09

10

10

11

11

12

12

13

Hermelindo Fiaminghi
20.01.77

13

14

14

15

15

16

16

17

17

18

18

19

19

20

20

IDART

DEPARTAMENTO DE INFORMAÇÃO E DOCUMENTAÇÃO ARTÍSTICAS

CENTRO DE PESQUISA DE ARTE BRASILEIRA

SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

0 10 20 30 40 50 60 70

01 MÍNI-PESQUISA - NÍVEL C: 01

02 "A GRÁFICA NA PORCELANA" 02

03 PESQUISADOR: Hermelindo Fiaminghi 03

04 PERCURSO HISTÓRICO 04

05 A A porcelana teve sua origem na China, ano 618-907, época 05

06 Tang. 06

07 2. Difundiu-se na Ásia Menor e posteriormente no Japão, a 07

08 partir do século XVII. 08

09 Na Europa, sua origem deveu-se ao estabelecimento das fei- 09

10 torias portuguesas no século XIV, e à criação das Companhias das Índias 10

11 Orientais, tendo como centro importador Amsterdã. 11

12 Em outros centros da Europa, a porcelana desenvolveu-se, a 12

13 partir de 1725, na França, Polônia, Áustria, Itália, Portugal, Alemanha, 13

14 Holanda, Bavária, Inglaterra. 14

15 5. Porcelanas que se tornaram famosas pela sua origem: Sèvres, 15

16 Biscuit, Meissen, Limoges, Vista Alegre, Chantilly, Rosenthal, Noritack. 16

17 O início da gráfica na porcelana se deu na Inglaterra em 17

18 1755. A decoração da porcelana é feita pelo processo de transfer pain- 18

19 ting, decalcomania previamente impressa e transferida a frio sobre a 19

20 peça de porcelana e depois fixada a alta temperatura. 20

0 10 20 30 40 50 60 70

01 No Brasil, a indústria da porcelana teve início em São 01
02 Paulo, no século XX. 02

03 As porcelanas brasileiras mais conhecidas são: Schmidt, 03
04 produzida ^{em} Santa Catarina; Real, produzida em Mauá; Steatita, do Para-04
05 ná e Renner, de Porto Alegre. 05

06 Fontes de Consulta: 06
07 Enciclopédia Barsa/Enciclopédia Delta Larousse 07

08 [COMPOSIÇÃO DA PORCELANA] 08

09 A porcelana é constituída de uma pasta composta de um elemen- 09
10 to plastificante (caulim-argila), um desengordurante (quartzo) e um dis-10
11 solvente (feldspato). 11

12 As peças, após sua modelagem, passam por uma cozedura que 12
13 vai a temperaturas de 1.000°C, 1.250°C, em suas várias fases, respecti- 13
14 vamente: biscoito (biscuit), esmaltação (vitrificação) e o decalque 14
15 (decoração). 15

16 [MODELAGEM] 16

17 O processo de modelagem das peças varia de acordo com a forma 17
18 da peça. Pratos, pires, travessas rasas e xícaras são modelados indus- 18
19 trialmente, a máquina e em série. 19

20 Bules, açucareiros, travessas fundas, terrinas e sopeiras são 20

0 10 20 30 40 50 60 70

01 modelados artesanalmente, mediante moldes de gesso. O processo chama-se 01
02 colagem. 02

03 Os postigos, como são chamados os pegadores das tampas, as 03
04 asas das xícaras, as alças dos bules e sopeiras são colodados nas peças 04
05 depois de modeladas. 05

06 [DESIGN] 06

07 Quase nada é aqui criado em termos de design. Tudo é copiado, 07
08 adaptado ou modificado do design europeu. Revistas especializadas ale- 08
09 mãs, italianas, suíças e japonesas contribuem com know-how para apro- 09
10 priações cômodas. É só disfarçar o flagrante. 10

11 [DECORAÇÃO DA PORCELANA] 11

12 Vários processos são utilizados para a decoração das peças: 12
13 pintura manual, aerógrafo, carimbos de borracha e decalcomanias lito- 13
14 grafadas e impressas em silk-screen. 14

15 Os decalques para porcelanas, até a década de 50, eram impor- 15
16 tados. Hoje são produzidos aqui pelas próprias indústrias de porcelana. 16
17 Isto veio facilitar a reposição de peças quebradas. 17

18 No Brasil, são raras as porcelanas decoradas a mão - pintura 18
19 direta sobre as peças, decoração única - somente alguns colecionadores 19
20 a solicitam, e é muito cara. 20

0 10 20 30 40 50 60 70

01 Os filetes e barras lisas só podem ser executados a mão. 01

02 Nas porcelanas de custo mais baixo, os desenhos/vinhetas são 02

03 transferidos por carimbo de borracha. As chamadas porcelanas finas são 03

04 decoradas por decalques combinados com frisos e filetados a mão. As 04

05 porcelanas com fundo ou faixas de cor são executadas com aerógrafo. 05

06 [FORMAÇÃO DE CONJUNTOS] 06

07 As composições dos serviços são tradicionalmente conhecidas 07

08 e assim são adquiridas: serviço de café = 8 peças; serviço de chá = 08

09 10 peças; serviço de jantar = 42 - 60 - 72 peças. 09

10 [GRÁFICA POR TRANSPARÊNCIA] 10

11 A partir da década de 50, as indústrias de porcelana se equi- 11

12 param para a produção de seus próprios decalques. O processo mais ade- 12

13 quado encontrado para esse fim foi o silk-screen, que permite o impres- 13

14 so sobre o papel de transferência (decalque), uma camada de pigmento- 14

15 cor mais espessa. As tintas são preparadas com pigmentos especiais para 15

16 cerâmica; resistem a altas temperaturas durante a queima na Mufla. A 16

17 decoração incrustada, vitrificada na porcelana, resiste a abrasão e per- 17

18 manece inalterada por muitos anos. 18

19 As indústrias de porcelana mantêm, para confecção de seus de- 19

20 calques, departamentos de desenho, fotomecânica, fotolitos e impresso- 20

0 10 20 30 40 50 60 70

01 ras de silk-screen. 01

02 Nos temas decorativos prevalecem as vinhetas, frisos, motivos 02

03 florais, paisagísticos e cromos. Os desenhos a traço e meios-tons em 03

04 cores chapadas e tonais são reproduzidas em fotomecânica que resultam 04

05 nos fotolitos, filmes - cor por cor. Os fotolitos são copiados nas te- 05

06 las de seda esticada em quadros - matrizes pré-sensibilizadas - para 06

07 receberem as imagens a serem impressas. 07

08 Através das matrizes, é feita a impressão cor por cor sobre o 08

09 papel especial com uma película, que resulta no decalque de transferên- 09

10 cia dos motivos cromáticos. A transferência do decalque para a superffi- 10

11 cie da porcelana é feita manualmente. O decalque é umedecido e colado 11

12 a frio na peça. O último estágio é a queima da porcelana decorada na 12

13 Mufra, com uma temperatura de 1.400°C. 13

14 [MERCADOLOGIA] 14

15 É o mercado que determina o gosto e a aceitação pelas decora- 15

16 ções e modelos das porcelanas. 16

17 O comportamento do público, tendências e gostos, são medidos 17

18 pelas pesquisas de mercado que orientam a indústria da porcelana nos 18

19 seus lançamentos anuais. 19

20 Anualmente, são lançados 2 a 3 modelos novos e 5 a 10 novas 20

0 10 20 30 40 50 60 70

01 decorações. Caberia aos designers a interpretação dessas pesquisas de 01
02 mercado e a determinação das decorações; mas o designer ainda é um 02
03 "luxo" profissional que as indústrias não se atreveram a manter. 03

04 Os departamentos de vendas, as lojas de utilidades domésticas 04
05 e os gerentes de produção são os intérpretes dessas pesquisas e os ou- 05
06 vintes do público consumidor; são elas que, num conjunto complexo de 06
07 opiniões, determinam o que deve ou não ser feito para atender ao mer- 07
08 cado. 08

09 Esse imediatismo "travestido" de Marketing, entretanto, nem 09
10 sempre proporciona bons efeitos, e a resposta do público, vez por out 10
11 tra, faz-se sentir pela não aceitação dos modelos ou decorações recém- 11
12 lançados. 12

13 O levantamento da pesquisa foi feito nas Indústrias de Porce- 13
14 lana Real, em Mauá, SP. 14

15 Os contatos foram mantidos com o Sr. Harry Schmidt, Diretor da 15
16 Indústria. 16

17 O Grupo Schmidt é o maior produtor de porcelanas do Brasil, 17
18 talvez da América do Sul. ^{Ele} O Grupo mantém três indústrias: Porcelana 18
19 Real, em ^{São Paulo} SP, ^o Porcelana Steatita, no Paraná, e Porcelana Schmidt, em 19
20 Santa Catarina. São exportadores de porcelanas para a América do Norte 20

01 e Europa.

02 [CONCEITUAÇÃO]

03 Até a década de 50, as indústrias nacionais de porcelana pro- 03
04 duziam artesanalmente as peças em todos os seus estágios. As fábricas 04
05 de cerâmicas tinham mais o aspecto de olarias. Somente por volta de 05
06 1960, as indústrias de porcelana se equiparam para produzir mecanica- 06
07 mente, alguns estágios da produção. O setor gráfico de transferência 07
08 por decalques foi um dos principais. 08

09 O conceito de artístico nas porcelanas finas não está apenas 09
10 restrita ao ato de pintar a mão a porcelana. A origem, o tradicional, 10
11 o histórico, a época e a forma são considerados arte nas porcelanas 11
12 finas, e por esses conceitos, são colecionadas. 12

13 É nas classes A e B, que a porcelana encontra sua principal 13
14 finalidade de utilidade doméstica. Os motivos decorativos das peças 14
15 acompanham a moda, assim como os padrões dos tecidos. Temas românticos, 15
16 paisagens evocativas, pop, geométricos, abstratos, psicodélicos, flo- 16
17 rais, vinhetas e ornatos. 17

18 As cores tonais e pastéis do início da década, foram substi- 18
19 tuídas pelas cores puras e chapados berrantes, atingindo em alguns moti- 19
20 vos a vibração ótica da cor. 20

IDART

0 10 20 30 40 50 60 70

01 A Arte Moderna ou modernosa de certa maneira influenciou os 01
02 desenhistas gráficos decoradores de porcelana. O gosto pelos modelos, 02
03 formas e temas decorativos vão e voltam de acordo com a época e a mo- 03
04 da. Atualmente, a volta ao "colonial", aos móveis "barroco" e à arqui- 04
05 tetura "mediterrânea de janelas" está influenciando na forma e na gráfica 05
06 da porcelana. As indústrias estão desenterrando velhos modelos impe- 06
07 riais e rococós, lançando-os no mercado novidadeiro com temas decora- 07
08 tivos que vão do "berro pela cor" até "cenas da Traviata", tudo borda- 08
09 do e filetado a ouro. É o Kitsch na era do consumo, consumido em massa. 09

10 O design ainda não saiu da prancheta para as vitrinas das lo- 10
11 jas. 11

12 [PERCURSO DO PRODUTO] 12

13 Gráfica 13

- 14 1. desenho; 14
- 15 2. reprodução gráfica - filme; 15
- 16 3. copiagem na matriz; 16
- 17 4. impressão dos decalques - silk-screen; 17
- 18 5. secagem dos decalques. 18

19 Porcelana 19

- 20 1. matéria-prima - massa; 20

IDART

	0	10	20	30	40	50	60	70
01			2. modelagem;					01
02			3. secagem;					02
03			4. colagem dos cabos, asas, bicos;					03
04			5. primeira queima;					04
05			6. verniz;					05
06			7. segunda queima;					06
07			8. aplicação dos decalques;					07
08			9. filetagem a ouro ou prata;					08
09			10. barras de cores lisas;					09
10			11. terceira queima - vitrificação;					10
11			12. lavagem;					11
12			13. seleção das peças;					12
13			14. formação dos conjuntos;					13
14			15. embalagem.					14
15								15
16								16
17								17
18								18
19								19
20								20

instituto de arte contemporânea