



Ó FUMAÇA, ÉS A VARGEM FLORIDA: CRIAÇÃO DE UMA SUPERFÍCIE PARA UMA COLEÇÃO CERÂMICA INSPIRADA NA CIDADE DE MORRO DA FUMAÇA

Cristiély Alves Hofmann Querino¹

Solange Silverio Bianchini²

Resumo: O design de superfície contempla a criação e tratamento de imagens para os mais variados suportes, por isso, este estudo tem por objetivo fazer uso de suas práticas para elaboração de uma superfície para uma coleção cerâmica, por meio da transposição de valores culturais da cidade de Morro da Fumaça/SC. Por ser um campo de estudo multidisciplinar, o design vem ganhando cada vez mais espaço no cotidiano, seja produzindo um produto que transmita valores ou agregando valores aos já existentes. A concepção de uma superfície com uma temática predefinida visa gerar peças cerâmicas que enalteçam a cultura local e gerem reconhecimento por parte do seu povo. Para isso, utiliza-se aqui o design como o agente dessa transposição e valorização cultural.

Palavras-chave: Design de Superfície. Cultura. Cerâmica. Morro da Fumaça.

1 INTRODUÇÃO

A cerâmica pode ser considerada o material sintético mais antigo utilizado pelo homem. Estima-se que ela foi inventada no período neolítico, por volta de 25.000 a.C. Por se tratar de um material moldável, inicialmente, por meio da manufatura, era empregada na criação de utensílios e produtos utilizados na construção, ornamentos na habitação e no armazenamento e transportes de insumos.

Foi também um dos primeiros materiais a receber expressões humanas, dentre eles podemos citar a escrita e os grafismos que representam a história e cultura de muitos povos. Por isso, considera-se que a cerâmica é um importante instrumento do patrimônio cultural, transmitindo os valores oriundos da cultura de povos e territórios, capaz de transcender o tempo e a história.

O objetivo deste estudo é desenvolver uma coleção cerâmica, por meio da transposição de valores culturais da cidade de Morro da Fumaça/SC, utilizando a superfície como elemento de comunicação. Dessa forma, pretende-se agregar valores

¹ Graduado em Design Gráfico, Faculdade Satc. E-mail: cristielyalves@gmail.com

² Prof. Faculdade Satc. E-mail: solange.bianchini@satc.edu.br



às peças, enriquecendo-as com a cultura local, enaltecendo a memória de um povo, por meio da história representada em um produto.

A partir dessas considerações, formula-se a problemática gerada por essa temática: Como desenvolver uma coleção cerâmica, utilizando-se de ferramentas do *design* para transpor elementos da cultura da cidade de Morro da Fumaça/SC para um suporte comunicacional de cerâmica?

Para que esse objetivo seja alcançado, foram elencados objetivos específicos base para a construção desta pesquisa, são eles: investigar e destacar a história da cidade, utilizando pontos históricos e relevantes para a concepção da coleção; demonstrar a importância da metodologia no design com destaque à superfície cerâmica no processo de criação; contribuir para uma nova reflexão sobre os valores culturais da cidade de Morro da Fumaça, através do desenvolvimento de uma coleção cerâmica.

Neste projeto, será utilizado todo o aporte do design de superfície, juntamente com a metodologia focada na transposição de elementos de valor de um território, mencionada como a cidade de Morro da Fumaça, para um suporte específico que é a superfície cerâmica. Torna-se relevante essa localidade pelo fato de que essa é a cidade natal da pesquisadora e que, por seu conhecimento e vivência, realizará a transposição das características do município através de sua área profissional que é o *design*.

Para simplificar o processo de criação, o projeto em *design* está sempre atrelado a uma metodologia que mostra os passos pré-estabelecidos para a realização de uma pesquisa, geração de uma ideia ou a solução de um problema. Neste, o uso da metodologia organiza e facilita a transposição dos elementos de uma cidade para uma superfície cerâmica.

A natureza desta pesquisa é aplicada, uma vez que os conhecimentos gerados resultarão em uma superfície cerâmica. Com base nos objetivos apresentados é classificada como exploratória, pois, além de delimitarem a pesquisa, esclarecem a temática proposta.

No que se refere aos procedimentos técnicos, a pesquisa é bibliográfica uma vez que se faz o uso de teorias publicadas em livros, artigos e outros. A abordagem apresenta-se como qualitativa, tendo em vista que os elementos analisados não podem ser mensurados por conta da subjetividade do objeto.



Por fim, os objetivos de projetar uma superfície para uma coleção cerâmica partem de uma metodologia de transposição de elementos territoriais. Dessa forma, será gerado um resgate cultural por intermédio do *design* de superfície, expressado em peças da coleção, culminando o registro de uma história contada através da superfície cerâmica.

2 DESIGN DE SUPERFÍCIE

O *design* gráfico, de acordo com Villas-Boas (2007), é uma atividade profissional de caráter projetual que visa à produção de produtos gráficos que comuniquem algo a alguém. Essas peças produzidas em contexto gráfico, geralmente utilizam suportes para sua reprodução, em sua maioria o papel por meio da impressão. Neste estudo, tem-se por suporte a superfície cerâmica.

Por sua vez, o *design* de superfície é uma área de caráter criativo e técnico que se ocupa não somente do seu desenvolvimento, mas também com a sua estética, funcionalidade e estrutura, constituindo ou tratando-a. Essa superfície, todavia, precisa manter uma comunicação com a cultura em que está inserida (RUTHSCHILLING, 2008), aqui nesta pesquisa, representada pela cultura da cidade de Morro da Fumaça.

Para que essas duas áreas trabalhem colaborativamente, precisa-se entender qual o lugar das superfícies em um projeto de *design*. As superfícies cumprem o papel de delimitar as formas, estão em todos os lugares, recebem sobre si as mais variadas formas de expressões humanas, no entanto, o seu valor vem sendo reconhecido somente nas últimas décadas. Podem ser entendidas como parte de um objeto, ou como um, que precisa apresentar resistência física o suficiente para sinalarem sua existência (RUTHSCHILLING, 2008).

Por ser uma especialidade do *design*, partilha de princípios gerais assim como todas as especificidades que dele saem, são elas o envolvimento com a matéria; a técnica; e o propósito de criação. Todavia, solicitações externas e os objetivos projetuais com focos específicos constroem essa área de forma única (FREITAS, 2011).

O objetivo desse campo é trabalhar superfícies de forma que ela não seja apenas um suporte material de proteção e acabamento, mas sim que comunique o



objeto em seu exterior e interior, transmitindo informações que são percebidas por intermédio dos sentidos através de cores, texturas e grafismos (FREITAS, 2011).

Para Rubim (2011), o *design* de superfície pode atuar nas mais variadas formas apresentadas por algum objeto, uma vez que haja aceitação de que essa superfície é capaz de receber um projeto. Na área, é comum que os projetos sejam feitos de forma contínua, pois a padronagem facilita o preenchimento de tecidos, carpetes, papéis em geral e etc. Por isso, um dos principais fatores é aprender a criar e projetar um desenho.

O *design* de superfície, assim como todas as áreas do *design*, utiliza elementos visuais e táteis como meio de expressão. Esses elementos fazem parte da composição visual responsável pela propagação do módulo. O desenho se estende por toda a extensão da superfície, respeitando os princípios de ritmo, unidade e variedade (RUTHSCHILLING, 2008).

A sintaxe visual do design de superfície identifica as funções dos elementos visuais, Ruthschilling (2008) explica que ora eles aparecem de maneira explícita e ora de maneira sutil, mas que fazem parte da composição menciona-se aqui:

- 1) **Figura ou motivos:** São as formas ou os conjuntos dela não interrompidas, consideradas como o primeiro plano, gerando o comparativo de figura e fundo. Eles se repetem na composição, às vezes com pequenas alterações na forma, no tamanho e posição.
- 2) **Elementos de Preenchimento:** Configuram-se como texturas grafismos e outras formas de preencherem planos ou camadas. São encontradas com frequência nos planos de fundo, podendo aparecer também a sós se tornando a característica principal de uma superfície.
- 3) **Elementos de Ritmo:** Podem ser chamados assim os elementos que se sobressaem aos demais apresentando a maior força visual na composição. Eles são elementos que exprimem certo vigor ou tensão pela sua configuração, posição, cor e outros aspectos dos elementos distribuídos em uma superfície. No tratamento, eles conferem os sentidos de continuidade (propagação do efeito) e contiguidade (harmonia visual na vizinhança dos módulos).

Além do estudo da sintaxe visual, Freitas (2011) salienta que todo projeto de *design* tem por objetivo ser útil e relevante para o seu utilizador. O produto deve atender às necessidades além de sua funcionalidade, como a forma com que um usuário interagirá com ele.

Nesse caso, Freitas (2011) menciona que o *designer* precisa projetar o material e o imaterial. Ao projetar uma superfície, a materialidade é usada para expressar a imaterialidade. Para maior compreensão, a utilização de um corpo físico,



ou mesmo virtual, permite o desenvolvimento de elementos gráficos ou táteis gerando o estímulo dos sentidos humanos.

Dessa forma, pretende-se transpor a cultura de Morro da Fumaça como qualidade imaterial em um suporte material, que é a superfície cerâmica, através de uma coleção de louça, unindo elementos da sintaxe visual do *design* gráfico e de superfície com o auxílio da metodologia para a sua obtenção.

2.1 DESIGN NA VALORIZAÇÃO DA CULTURA E CERÂMICA

O *design* é uma área profissional criativa em constante evolução, difundida nos mais variados espaços nos últimos anos, completando as demais áreas de conhecimento. Por se tratar de uma área multidisciplinar, dada a pesquisas e imersão na realidade do sujeito para qual se cria, o *design* tem sido uma importante estratégia da cultura, exibindo aspectos inerentes às crenças, tradições e costumes de um povo.

Para maior compreensão desse estudo, nesta seção, apresentam-se as definições dos termos aqui utilizados, são esses: *Design*; Cultura; e Cerâmica. Ratificando neste, o papel do *designer* como agente na valorização de produtos, constituído por um dos suportes mais antigos a receberem as expressões culturais humanas: a cerâmica.

2.1.1 Design Uma Expressão Da Cultura Local

Conceituar o termo *design* mostra-se uma tarefa árdua, isso porque se trata de uma área em constante expansão e são muitas vertentes que estudam esse campo profissional. Villas-Boas (2007) explica que a palavra *design*, em sua origem inglesa, provém da expressão *designo*, que significa indicar, marcar, ordenar e representar. Todavia, em português, *designo* está relacionado ao ato de projetar e planejar, significado este que mais se aproxima da atuação do profissional desta área.

As pessoas buscam sempre uma unanimidade na definição dessa área, são muitos fatores que a constroem, no entanto *International Council of Design*³ (Ico-D) órgão mundial de *design* diz:

³ Disponível em: <<https://www.ico-d.org/about/index#defining-the-profession>>. Acesso em: 20 de agosto de 2019.



O design é uma disciplina dinâmica e em constante evolução. O designer profissionalmente treinado aplica a intenção de criar o ambiente visual, material, espacial e digital, conhecedor do experiencial, empregando abordagens interdisciplinares e híbridas à teoria e prática do design. Eles entendem o impacto cultural, ético, social, econômico e ecológico de seus empreendimentos e sua responsabilidade final em relação às pessoas e ao planeta nas esferas comercial e não comercial. Um designer respeita a ética da profissão de design.

Sabe-se que ao longo do tempo, conforme o *design* se propagava, eram observados três pontos de vista (NEMEYER, 2007).

- Primeiro: era visto como uma atividade artística, valorizando o profissional artesão, onde o foco permanecia na estética, uso e afins.
- Segundo: era visto como responsável pelo processo produtivo e aperfeiçoamento das tecnologias.
- Terceiro: o *designer* apareceu como mediador na integração das áreas de conhecimento em um projeto do início ao fim, desde a escolha do material, passando por seu processo fabril e o modo de utilização de um produto.

De fato, o profissional de *design* tem participação do início ao fim de uma produção, antes mesmo da concepção de um produto, isso porque a interdisciplinaridade faz parte da formação deste profissional. Nemeyer (2007, p. 25) ainda menciona que: “*Design* é o equacionamento simultâneo de fatores sociais, antropológicos, ergonômicos, tecnológicos e econômicos, na concepção de elementos e sistemas materiais necessários à vida, ao bem-estar e à cultura do homem”.

Partindo desses fatores sociais, Villas-Boas (2009) justifica a importância dos estudos culturais que se mostram eficazes por três aspectos. Primeiramente, pelo seu viés antropológico e os signos da cultura difundidos em um meio social dado a sua relação. Segundo, pelo seu caráter multidisciplinar, que permite situar o *design* como manifestação da cultura. E, por último, pelo fato de que os estudos culturais exploram a alta cultura e cultura popular em que a junção de ambas atreladas à cultura de massa, exibem o design como manifestação da cultura, vista a dificuldade que é enquadrá-lo em uma categoria.

Dessa forma, o primeiro significado de cultura parte do âmbito rural, do ato de plantar algo. Nessa comparação à cultura com o conceito que se tem conhecimento, nasceria como o cultivo de uma planta, fatores como terra, clima e outros eventos que ocorrem ao redor, influenciariam no desenvolvimento da



plantação. Assim, a cultura de um povo ou região é formada a partir de aspectos compreendidos e vivenciados por todos em tempo e locais simultâneos (VILLAS-BOAS, 2009).

É importante salientar que um indivíduo não nasce com uma identidade cultural, concebida ao nascimento, ela é adquirida ao longo do tempo sem que o sujeito perceba através de ações cotidianas. Outro aspecto importante é que nunca está completa, permanece em processo de desenvolvimento e formação. Portanto, a identidade deveria ser chamada de identificação, uma vez que está em constante transformação (HALL, 2014).

O Brasil, por ser considerado um país com uma extensa diversidade, possui inúmeras culturas, etnias e biodiversidade. Essa, por sua vez, gera base para obtenção de produtos que acabam por expressar a identidade de comunidades locais, exprimindo elementos que representam suas origens territoriais. Mas em muitos casos, os recursos não são apresentados de maneira correta, por isso, ao invés de riqueza e melhoria na qualidade de vida dos habitantes, acaba por não evidenciar a comunidade de forma mais abrangente, ou seja, no cenário nacional (KRUCKEN, 2009).

Villas-Boas (2009) afirma que as culturas são potencialmente autênticas. Portanto, caso essa autenticidade não seja visível, torna-se necessário buscá-la de modo que seja descoberta e resgatada por alguém. Para isso, a melhor maneira de encontrá-la seria investigando nas camadas mais puras dessa cultura, onde não se tem contato com outras culturas. É possível compreender, que para obter um contato autêntico com determinada cultura, faz-se necessário estar em maior contato e proximidade com ela.

É notável reconhecer essa busca de evidenciar as atribuições culturais em economias emergentes, pois essa fórmula garante um acréscimo à competitividade dos produtos em comparação a artigos produzidos por economias bem-sucedidas. Portanto, o *design* representa um incentivo no que se refere à inovação e à criação de um posicionamento territorial positivo se estendendo aos produtos e serviços oferecidos nesse local (KRUCKEN, 2009).

Neste caso, Villas-Boas (2009) corrobora com essa ideia e menciona que o *design* desempenha um papel estritamente comunicacional, por meio da necessidade de agregar valores simbólicos de forma tangível ou intangível a objetos.



Por isso elementos territoriais, como a cultura e outros, atribuem valor a um produto/serviço projetado por um *designer*.

Logo, o *design* apresenta-se como uma forte estratégia para agregar valor aos produtos de forma geral. Empregar elementos da identidade de um território tem acrescentado essa valorização, e, fomentando os investimentos na área de *design* que são cada vez mais estimuladas nesse meio, tendo participação na valorização de um território, desse modo beneficia paralelamente produtores e consumidores de determinada região geográfica. Por fim, torna-se importante salientar que o *designer* precisa projetar ações que estimulem o capital territorial e social simultaneamente, pois garante resultados duradouros e sustentáveis em longo prazo (KRUCKEN, 2009).

2.1.2 A Superfície Cerâmica Como Forma Tradutora da Cultura

A cerâmica desenvolveu-se como uma linguagem junto às sociedades humanas. Em um grupo de pessoas, era usada de acordo com as necessidades específicas de cada local. Por ser um material que apresenta uma extensa durabilidade, conta a história dos povos por meio dos grafismos aplicados a sua superfície, assim como as cavernas e seus desenhos rupestres (MENDES, 2014).

Em quase todas as civilizações da antiguidade se tem a presença de artefatos em cerâmica. Arqueólogos em suas escavações encontraram objetos elaborados em argila que lhes permitiram entender aspectos culturais inerentes a esses povos, costumes e práticas por eles realizados na época de sua vivência. A partir das pesquisas acerca desses objetos, pesquisadores adquiriram dados intrínsecos ao período em que viveram e o que faziam esses indivíduos em seu cotidiano (JÚNIOR, 2017).

A respeito de sua descoberta, existem divergências, uns afirmam que foram em sociedades primitivas, inicialmente na Ásia, posteriormente no Oriente e mundo. Após a observação de suas pegadas na argila, o homem passou a moldá-la com as mãos, de acordo com a carência do cotidiano. Os utensílios e artefatos que eram feitos em madeira e cascas de frutas, passaram a ser feitos de argila. (MENDES, 2014). Aparo (2010, p. 18) explica que:



A superfície dos produtos cerâmicos transformava-se num arquivo de propostas de versões variadas de acontecimentos, mais ou menos importantes, e que relatavam a vida quotidiana ou os acontecimentos que marcavam a época de um povo ou de toda uma civilização. [...] A cerâmica, qualificada por uma grande flexibilidade aplicacional, adaptou-se às novas exigências e a contextos distintos como o espaço doméstico ou o espaço sideral.

Mas existe um motivo para o uso dessa matéria-prima. A Associação Nacional dos Fabricantes de Cerâmica para Revestimento, Louças Sanitárias e Congêneres⁴ (ANFACER) clarifica que o substrato da cerâmica é a argila, quando umidificada torna-se moldável, possibilitando a criação de artefatos cerâmicos com maior facilidade. Após a formação do objeto desejado, passa pela secagem, quase toda água evapora da peça, para que então, seja exposta a altas temperaturas que tornam o material rígido pela fusão de componentes e, posteriormente, pela adição de esmaltes.

Conforme a ANFACER, A indústria cerâmica é subdividida em setores com características e tecnologias próprias. Para este projeto, utilizam-se as propriedades da cerâmica branca onde se enquadram: Louça sanitária, Louça de mesa, Isoladores elétricos para alta e baixa tensão, Cerâmica artística (decorativa e utilitária) e Cerâmica técnica para fins diversos, como: químico, elétrico, térmico e mecânico. Apresentam-se a seguir os dados sobre a Louça de mesa no Brasil e suas características mercadológicas, informações relevantes para a construção deste estudo.

A louça de mesa abrange uma grande gama de produtos, sejam estes produtos porcelanizados ou que denotem certa porosidade. Esses objetos são caracterizados como utensílios de uso diário, nos ambientes residenciais e comerciais. O corpo cerâmico, sem receber nenhum tipo de acabamento, está enquadrado também no seguimento de porcelana, grês e faiança. Essas divisões baseiam-se na absorção de água de cada material (RUIZ *et al*, 2011).

Em âmbito nacional, existem muitas fábricas que produzem porcelana e a louça de mesa, estima-se que são 500 empresas distribuídas em sua maioria no Sul e no Sudeste. A fabricação gira em torno de 200 milhões de peças/ano, o equivalente a 2% da produção mundial. Na indústria brasileira, destacam-se como as maiores organizações desse segmento a Cerâmica Oxford e a Porcelana Schmidt, ambas

⁴ Disponível em: <<https://www.anfacer.org.br/>>. Acesso em: 23 de agosto de 2019.



situadas em Santa Catarina, a Tirolesa no Paraná e as Indústrias Pozzani de São Paulo (RUIZ *et al*, 2011).

Esses números expressivos são explicados por Júnior (2017), que credita o desenvolvimento cerâmico nacional à abundância da matéria-prima, que é a argila, encontrada em território brasileiro. A maior concentração desse insumo está no sul e sudeste, justamente onde estão localizadas as maiores empresas de louça de mesa.

Mesmo com toda essa produtividade, é visível que existe uma predileção por parte dos consumidores de produtos que são confeccionados fora do país. Ruiz *et al* (2011) explica que isso se deve ao traço cultural brasileiro de que o importado exprime maior qualidade. Porém, esse pensamento acaba reafirmando a concorrência e diminuindo a produção nacional.

Por isso, ações de valorização precisam ser empregadas, para que a louça de mesa produzida em escala regional se destaque em meio a tantas opções. Krucken (2009) explicita a ideia de que é preciso reconhecer as qualidades de um produto e do território no qual é formado, para que haja o seu enaltecimento. A cultura local é uma importante chave desse processo, que tange a diferenciação de um objeto fabril para outro.

Portanto, a cerâmica pode ser compreendida como a ligação entre a tradição de um grupo social e a expressão da cultura, isso porque, as suas faces recebem os principais elementos que caracterizam um povo. Desse modo, a cerâmica como matéria-prima é capaz de caracterizar um território, devido à capacidade de adaptação aos mais variados climas e lugares, acaba por torná-la um elemento que perpetua o tempo, caracterizando-se uma portadora da cultura local (APARO, 2010).

Neste contexto, Krucken (2009) colabora, relatando que existe uma crescente busca em ações de preservação do patrimônio cultural imaterial, agregando valor a produtos fortemente difundido em esfera regional, principalmente em um cotidiano globalizado, onde as pessoas possuem livre acesso a produtos espalhados pelo globo. A autora ainda enfatiza a dificuldade na criação de alternativas para que a mercadoria das comunidades seja convertida em benefícios reais e duráveis para a economia local.

Pelo mundo, destacam-se civilizações que utilizaram a cerâmica de forma aprimorada, enaltecendo sua cultura. Os egípcios, por volta de 3.000 a.C., pelo surgimento e evolução de uma forma mais elaborada da arte: a cerâmica vidrada. Os



abilônicos e assírios (séc. VI a.C.) por seus ladrilhos esmaltados e decorados com relevos. Os persas, por seu processo diferenciado de argila cozida com alto brilho em cores, obtidas misturando óxidos metálicos. Os japoneses, por suas técnicas de recuperação de peças cerâmicas danificadas (MOURÃO *et al*, 2018).

Mourão *et al* (2018) menciona a técnica japonesa de *Kintsukuroi* (em japonês, “carpintaria” com ouro, ou conserto com ouro). Estima-se que tenha surgido entre 1449 e 1473 no reinado de Ashikaga Yoshimasa, este confiou potes cerâmicos de sua preferência a artesãos na China e por reprovar a qualidade do reparo oferecido, buscou entre os artesãos japoneses uma técnica de reparo mais apurada. Dessa busca, o *Kintsukuroi* apareceu, elevando o nível de complexidade estética as peças restauradas, uma vez que a peça danificada passa a ser novamente unida por emendas em laca e ouro, sendo mais valorizada que uma peça nunca quebrada (MOURÃO *et al*, 2018).

Mediante a necessidade de acrescentar valor a um produto cerâmico, apropriando-se da cultura de Morro da Fumaça, o *design* se apresenta como um importante agente dessa valorização, isso por que, segundo Villas Boas (2009), essa área tem a capacidade de se moldar de acordo com o contexto na qual se insere inclusive em situações no qual não se tem tradição de sua utilização.

Para facilitar o processo de formulação da superfície é necessário o uso de uma metodologia focada na transposição de elementos culturais. Ao dividir em etapas as tarefas a serem realizadas é possível manter a organização e a fluidez no percurso de encontrar uma solução.

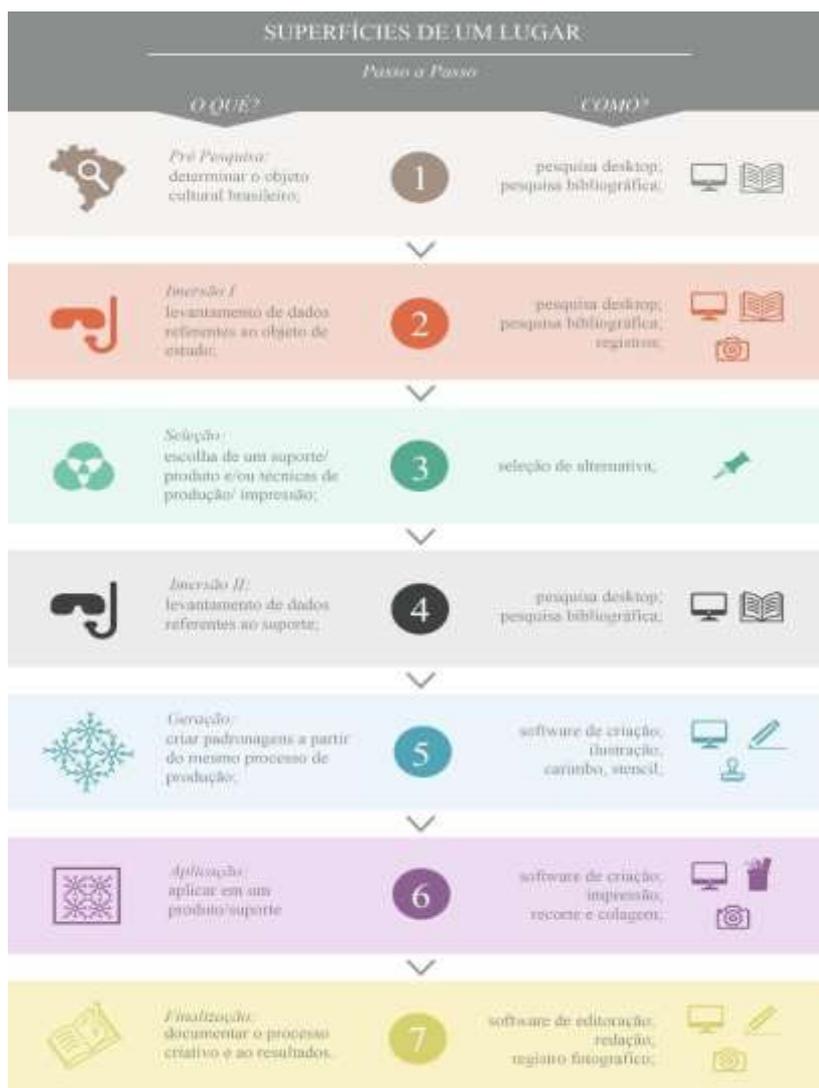
3 METODOLOGIA

No que se refere ao uso da metodologia, Löbach (2000) afirma que todos os processos de *design* são de caráter criativo e solucionadores de um problema. Sob esse ponto de vista, pode-se assegurar que são das competências do *designer* encontrar a melhor forma de resolver esse problema, atendendo às necessidades do seu usuário por um longo período de tempo.

Para isso, faz-se o uso da metodologia “Superfícies de um Lugar,” de Iara Aguiar Mol (2018), no qual a autora propõe um método para a criação de superfícies, realizando a transposição de elementos e valores culturais presentes na identidade

de um território brasileiro. Por conta da complexidade com a qual se apresentam alguns dos processos de *design*, a autora divide seu método em sete etapas de forma didática (Fig. 1), determinando o passo a passo do que dever ser feito, e, quais ferramentas e ações utilizar para concluir cada fase projetual.

Figura 1: Infográfico das sete etapas da metodologia



Fonte: Mol (2018)

3.1 PRÉ-PESQUISA

Na primeira etapa, a pré-pesquisa, Mol (2018) enfatiza a importância do levantamento de dados, para que seja possível a escolha de um tema. O território escolhido pela pesquisadora para esse projeto é a sua cidade natal, Morro da Fumaça/SC, para que um ou mais objetos sejam escolhidos, nesta fase são



levantados os dados acerca da colonização e atual administração do município. Como recomendado pela autora, nesta etapa foram utilizados a pesquisa bibliográfica e em sites de internet.

O município de Morro da Fumaça⁵ localiza-se no ao sul do estado de Santa Catarina e faz parte da Associação dos Municípios da Região Carbonífera (AMREC). A economia da cidade gira em torno da agropecuária, extração de minerais, indústria e o comércio, de acordo com dados do estado de Santa Catarina⁶. Na agropecuária, o fumo representa uma grande parcela de cultivo, seguido da mandioca, do milho e do arroz. A criação de aves, gados e suínos compõe essa área também. A fluorita e a argila vermelha fazem parte da extração dos minérios. A indústria é bastante diversificada, alimentícia, cerâmica, embalagens entre outros.

Os símbolos da cidade instituídos por lei são: o Brasão, a bandeira, o hino e a flor Bougainvillea. Até o ano de 1931, Morro da Fumaça era apenas uma vila de colonos, o nome pelo qual é conhecida, possui algumas divergências de histórias contadas pelos moradores mais antigos da cidade. Uns dizem que o nome foi dado devido às viagens dos tropeiros, eles repousavam no morro onde se encontra hoje o hospital da cidade e, ao apagarem suas fogueiras, a fumaça era vista no topo da colina. Outros creditam o nome à neblina vinda do rio Urussanga. Um fato muito importante é que realmente a neblina era vista por muitos com certa frequência, todos relatavam esse fenômeno natural que originou o nome da cidade (PACHECO, 2010).

O território que pertence a Morro da Fumaça era povoado por tribos indígenas, assim como todo o estado de Santa Catarina, até meados do século XVIII. Na cidade, os nativos dividiam-se entre os Carijós (Tupy) que estavam próximos ao litoral e os Xoclengs (Jê) que viviam no interior do planalto, esses povos migravam entre as regiões de acordo com suas necessidades de sobrevivência (FRASSON, 2010).

Frasson (2010) relata ser comum o pensamento de que os primeiros europeus a povoarem a cidade foram os italianos, uma vez que a sua cultura está tão presente em diversos aspectos físicos e culturais do município. No entanto, os poloneses, bielo-russos chamados de letos e alemães foram os primeiros a colonizar essas terras. Estima-se que esses dois povos chegaram no mesmo período, por volta

⁵ Disponível em: <<https://www.morrodafumaca.sc.gov.br>>. Acesso em: 06 de Junho de 2019.

⁶ Disponível em: <<http://www.sc.gov.br/index.php/conhecasc/municipios-de-sc/morro-da-fumaca>>. Acesso em: 06 de junho de 2019.



de 1900, uma vez que estavam sendo perseguidos e oprimidos no território que habitavam.

No entanto, após 10 anos aqui, em 1910 esses povos venderam suas terras e migraram novamente. Os italianos acabaram por comprar as terras desses poloneses e russos, recebiam do governo italiano estímulo financeiro para colonizar, isso pelo fato de que uma grande crise econômica assolava a Itália. Muitos italianos deixaram a sua terra natal, em sua maioria o norte da Itália, para se instalarem em terras brasileiras. Por volta de 1910, o casal José Cechinel e Hermínia Sóligo Cechinel mudam-se para Morro da Fumaça e acabam por se tornarem um marco do início da colonização italiana na cidade (FRASSON, 2010).

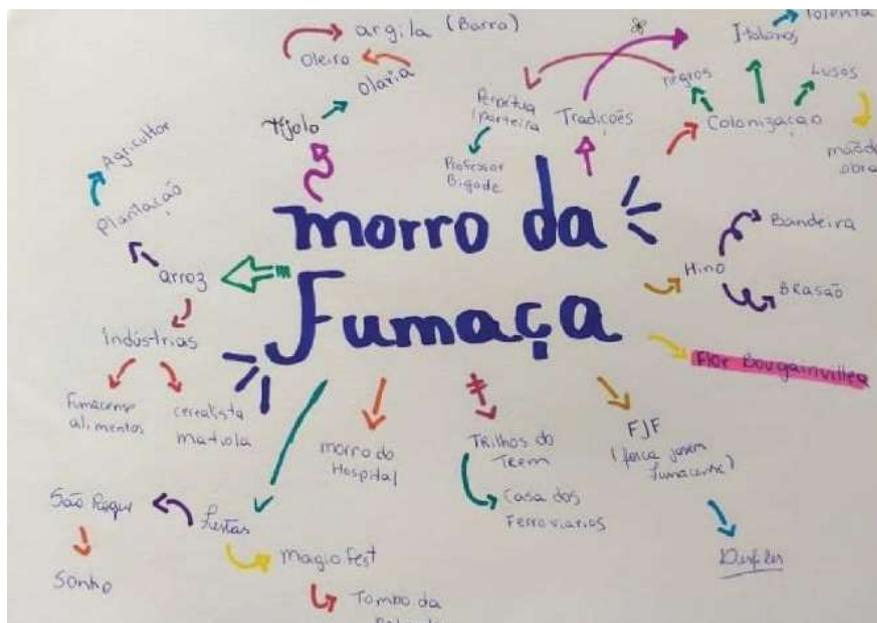
Além dos italianos, a presença dos negros é relatada de forma sucinta. Padre Claudino Biff (1993, p.15) se refere a eles como: “A ternura da África em nossa terra”. Os negros eram poucos, filhos e filhas do ventre livre, falavam o italiano e rezavam em latim (PACHECO, 2010).

Por fim, o último grupo a ser mencionado por Pacheco (2010) foram os imigrantes portugueses ou luso-brasileiros. Em terras brasileiras, eles foram o segundo maior povo de imigrantes no novo país das américas. Na cidade de Morro da Fumaça, eram contratados pelos italianos para realizarem os trabalhos braçais na agricultura, pois eram considerados como trabalhadores de mão de obra barata.

3.2 IMERSÃO I

Nesta segunda etapa, o estudo necessita ser mais aprofundado, uma vez que aqui os objetos precisam ser afinados a fim de que restem somente os elementos que terão serventia para a construção da superfície. Para isso, com base nos dados apresentados na pré-pesquisa buscaram-se por elementos que representassem a cidade, e através de um mapa mental, (Fig. 2) foram eleitas às características, objetos, produtos e qualquer outro aspecto capaz de representar a cidade. As ferramentas indicadas na metodologia para a construção dessa etapa são: pesquisa bibliográfica, desktop e registro de imagens (MOL, 2018).

Figura 2: Mapa mental sobre a cidade de Morro da Fumaça.



Fonte: Da autora (2019)

Dessa forma, pode-se dividir as representações da cidade em 3 grandes grupos, são eles: cultura íta representada pela arquitetura, religião, festas comemorativas e comida; símbolos como a bandeira, o hino, o brasão e a flor bougainvillea; economia marcada pelo plantio do arroz, a extração da argila (utilizada nas cerâmicas) a fluorita, e os trilhos do trem.

Depois de identificados os quatro grupos representantes, foi dado início à criação de um painel de referência visual para cada grupo (Fig. 3) formado maioritariamente por captura de imagens da própria autora e algumas imagens de internet. Os painéis servirão de base para a criação dos grafismos da superfície na etapa de geração, e ainda, para a escolha das cores utilizadas no projeto e a adição ou não de texturas.

Figura 3: Painéis de referência visual



Fonte: Da autora (2019)

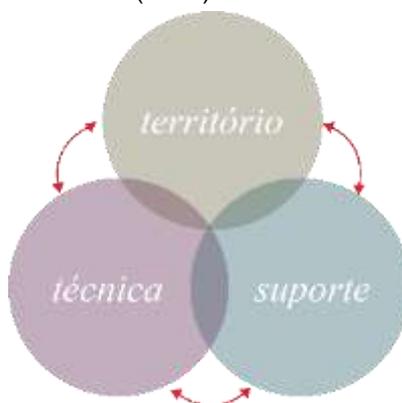
Uma vez estabelecidos os painéis, foram selecionados os elementos para criar as padronagens na etapa de geração. Esses elementos não surgiram ao acaso, foram se destacando desde a etapa de pré-pesquisa e reafirmados neste momento da fase imersão I. É importante destacar que o brasão da cidade já resume tais características, pois o mesmo exhibe as três maiores geradoras de economia, a cerâmica vermelha, o arroz e a mandioca, a flor bougainvillea por ser instituída em lei como símbolo da cidade, e estar florescendo em todos os espaços públicos e residenciais, por fim a letra do hino, pelo sentimento de pertença gerado nos moradores de Morro da Fumça, pois desde as séries iniciais são ensinados e incentivados a entoar o hino municipal.

3.3 SELEÇÃO

A terceira etapa corresponde à escolha do suporte e à técnica que será utilizada para sua formação, juntamente com o território previamente selecionado. Juntos - suporte, técnica e território - formam uma tríade que embasa essa pesquisa, dessa forma, como representado no gráfico (Fig. 4), esses três elementos precisam estar interligados (MOL, 2018).

Figura 4: Tríade, que forma a base da pesquisa
“Superfícies de um Lugar”

Fonte: Mol (2018)



A tríade pode ser usada em dois momentos, nas três primeiras etapas quando o foco é a compreensão dos elementos que compõe o projeto e, posteriormente, na geração das superfícies. Nesse momento, suporte e técnica se referem aos processos de produção, stencil, carimbo, xilogravura pintura e demais processos. Aqui, a autora aconselha a fazer uma seleção dentre todas as possibilidades citadas e fixadas pelo pesquisador (MOL, 2018).

O suporte cerâmico escolhido para receber a superfície obtida a partir da transposição de elementos culturais da cidade de Morro da Fumaça é a louça de mesa, visto que como mencionado na etapa 1, o setor alimentício representa uma grande parcela da economia do município. A técnica de tratamento dessa superfície será desenvolvida juntamente com o Núcleo de Cerâmica Artística “Olaria das Artes”, fundado no ano de 2005 na cidade, atuantes na produção de louças e utensílios de cerâmica, portanto, território, suporte e técnica encontram-se alinhados dentro desse estudo.

3.4 IMERSÃO II

A quarta etapa que se refere à imersão II comporta o levantamento de dados sobre o suporte, seus meios de produção ou fabricação mais utilizados, se existem restrições da forma escolhida a seu processo fabril. As questões devem ser exploradas e sanadas nessa etapa, para isso, Mol (2018) indica o uso da pesquisa bibliográfica e em desktop.



Os processos de fabricação dos materiais cerâmicos, segundo a ABCERAM⁷, em suma se assemelham à maioria dos segmentos que utilizam argila como base de sua construção, aqui se menciona o processo fabril da louça de mesa, suporte da superfície gerada por esse estudo, são eles:

- Preparação da matéria-prima: a argila é um elemento natural presente na crosta terrestre, ele é extraído *in natura* e passa por uma série de processamentos que retiram impurezas contidas no material argiloso. Posteriormente, ela é classificada pela granulometria e, se necessário, purificada.

- Preparação da Massa: O produto cerâmico é formado a partir de duas ou mais matérias-primas, além de aditivos como água e outros.

- Formação das Peças: Inúmeros processos podem ser empregados na formulação das peças cerâmicas, os mais utilizados são colagem, prensagem, extrusão e torneamento.

- Tratamento Térmico: Após moldada, a peça ainda contém um alto teor de água, por isso, antes da queima, o objeto passa pelo processo de secagem, a fim de eliminar possíveis defeitos na peça. O próximo passo é a queima, ela ocorre em temperaturas entre 800 °C a 1700 °C é aqui que os artefatos adquirem suas propriedades finais.

- Esmaltação e Decoração: Depois da queima, a peça pode ser esmaltada, ela recebe uma camada fina desse produto, que após ser submetido a uma segunda queima, adquire um acabamento vítreo. Alguns artefatos recebem ainda a decoração. Nesse estudo, a superfície desenvolvida, pode ser decorada em processo de serigrafia, decalcomania, pincel e outros. As tintas utilizadas adquirem suas características finais posterior à última queima.

3.5 GERAÇÃO

De volta às instruções, na etapa de geração, se tem o início da criação dos grafismos. O aconselhado é que o desenvolvedor crie no mínimo cinco composições, essas precisam ser muito bem experimentadas, para que então, se defina a melhor técnica e entregue os melhores desenhos e padronagens para a finalização. As

⁷ Disponível em: < <https://abceram.org.br/processo-de-fabricacao/>>. Acesso em: 13 de outubro de 2019.

ferramentas indicadas para a construção dessa etapa são os softwares de criação, a ilustração, carimbo e o stencil (MOL, 2018).

No primeiro momento, as padronagens começaram a ser criadas com papel, lápis e caneta nanquim (Fig. 5). Foram desenhados a mão os elementos definidos na etapa de imersão I, distribuídos em um círculo simbolizando a peça cerâmica para que houvesse melhor visualização da superfície em sua totalidade.

Posteriormente, os grafismos gerados a mão foram vetorizados em um software de edição, alguns ajustes precisaram ser feitos para que todas as estampas exibissem semelhanças entre si e pudessem ser usadas em conjunto. Após a superfície definida, com auxílio da ferramenta Color Adobe⁸ foram selecionadas as principais cores utilizadas nas composições. Além da paleta gerada (Fig. 6), fez-se necessário à adição do preto para obtenção de um bom contraste entre a tipografia e a louça, subtons das cores rosa, amarelo e marrom foram empregados para gerar contraste e profundidade entre os elementos.

Figura 5: Esboços manuais



Fonte: Da autora (2019)

⁸ Disponível em: <<https://color.adobe.com/pt/create/image/>> Acesso em: 17 out. 2019

Figura 6: Paleta de cores



Fonte: Da autora (2019)

A fonte tipográfica utilizada para a escrita dos trechos do hino municipal na louça foi a Sheridan Handwritten Font⁹, por possuir características que a assemelham a uma fonte escrita à mão, e traços parecidos com os usados nas ilustrações criadas para a superfície. Enfim, após junção dos elementos, gráficos e tipográficos, o resultado foi alcançado e a superfície para a louça de mesa finalizada.

3.6 APLICAÇÃO E VALIDAÇÃO

Na sexta etapa, a de aplicação, um produto é escolhido para que receba a padronagem ou mais de uma padronagem desenvolvida, buscando preservar se possível a técnica de produção ou impressão previamente escolhida. São utilizados, na concepção dessa etapa, softwares de criação, impressão, recorte e colagem (MOL, 2018).

Como mencionado anteriormente, o produto cerâmico escolhido para a aplicação da superfície foi a louça de mesa (Fig. 7), por isso, em um software de

⁹ Disponível em: <https://fontlot.com/120361/sheridan-handwritten-font/>. Acesso em: 17 out. 2019

edição foram simuladas as estampas sobre o material final, dessa forma, possibilitou-se com maior clareza visualizar o produto de forma finalizada.

Figura 7: Superfície finalizada



Fonte: Da autora (2019)

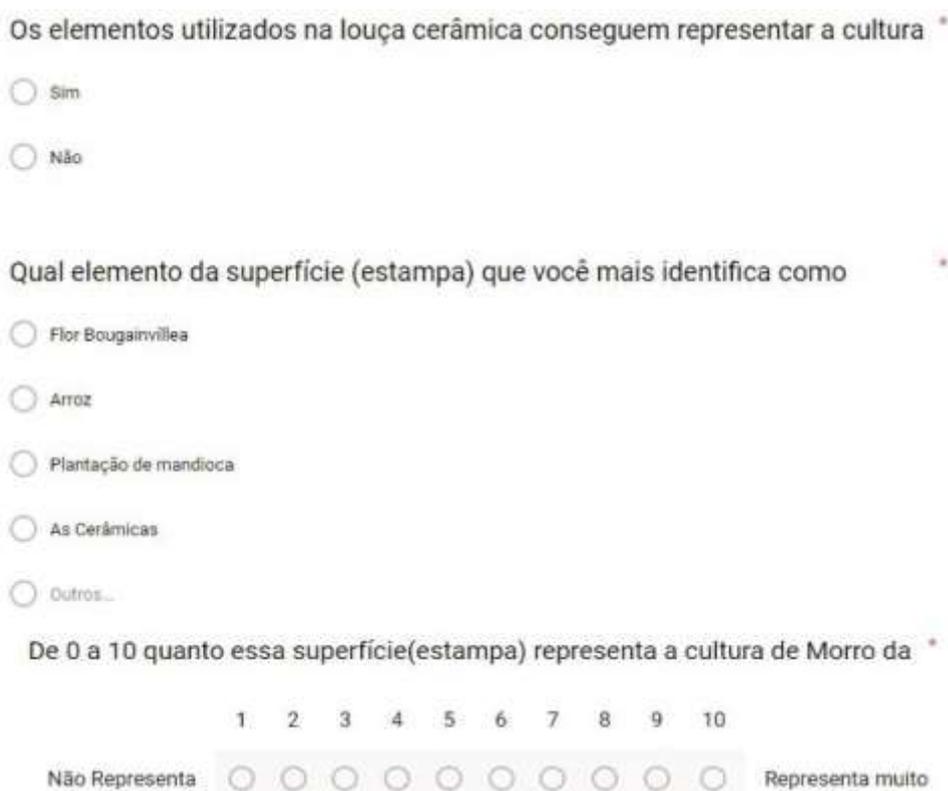
Para além da aplicação, foi acrescentada nessa última etapa a validação, desse modo, seria possível mensurar o quanto a superfície gerada por esse estudo representa a cultura da cidade. Por isso com auxílio de uma ferramenta, a formulários Google¹⁰, foi gerado um questionário com perguntas abertas e fechadas que validassem a pesquisa, nele o entrevistado precisaria inicialmente identificar-se, em seguida selecionar a opção que o enquadrasse como morador, ex-morador ou pessoa que possuía veículos com a cidade (trabalho, família, amigos e outros).

Logo após, o entrevistado visualizava as fotos das superfícies aplicadas, e então, respondia a três perguntas (Fig. 8) responsáveis por atestar a identificação da cidade por meio do produto gerado por esse estudo. Ao todo 60 pessoas responderam ao questionário, homens e mulheres com idades entre 15 e 53 anos. Quando questionados se os elementos utilizados na louça cerâmica conseguiam representar

¹⁰ Disponível em: < <https://forms.gle/iPaxeUn266iVe3Gy6>>. Acesso em: 19 out. 2019

a cultura de Morro da Fumaça, a resposta foi unanimemente sim (Fig.9). Em seguida, ao serem questionados sobre qual elemento da superfície (estampa) que mais identificavam como pertencente a Morro da Fumaça (Fig.10), as opiniões foram divididas, 36 pessoas afirmaram ser a cerâmica, 18 o arroz, 2 a mandioca, 2 a flor bougainvillea e 2 se abstiveram da resposta.

Figura 8: Pesquisa



Os elementos utilizados na louça cerâmica conseguem representar a cultura *

Sim

Não

Qual elemento da superfície (estampa) que você mais identifica como *

Flor Bougainvillea

Arroz

Plantação de mandioca

As Cerâmicas

Outros...

De 0 a 10 quanto essa superfície(estampa) representa a cultura de Morro da *

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Não Representa Representa muito

Fonte: Da autora (2019)

Para finalizar a pesquisa, a questão foi uma escala que indicava (Fig. 11): de 0 (não representa) a 10 (representa muito bem) quanto essa superfície representa a cultura de Morro da Fumaça, e as respostas foram:

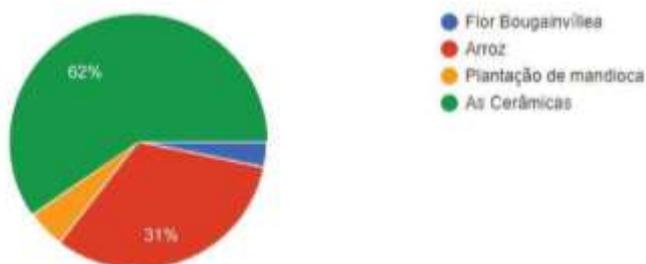
- 37 pessoas avaliaram como 10;
- 7 classificaram como 9;
- 10 qualificaram como 8;
- 4 consideraram como 7;
- 2 se abstiveram da resposta.

Sendo assim, a superfície foi validada por cidadãos, antigos moradores e pessoas vinculadas a Morro da Fumaça, e, reconhecida por eles como uma estampa que representa a cultura da cidade.

Figura 9: Gráfico de resposta 2

Qual elemento da superfície (estampa) que você mais identifica como pertencente a Morro da Fumaça?

62 respostas

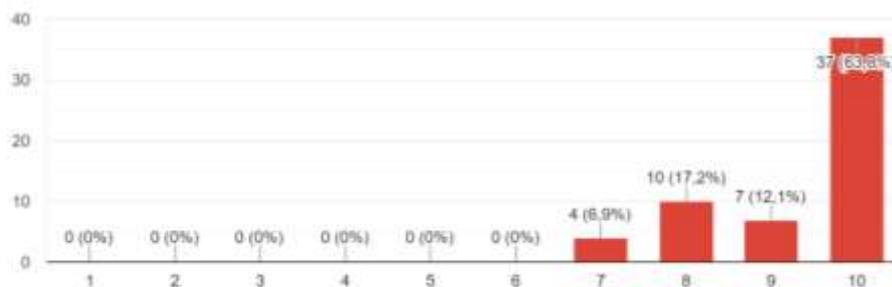


Fonte: Da autora (2019)

Figura 10: Gráfico de resposta 3

De 0 a 10 quanto essa superfície(estampa) representa a cultura de Morro da Fumaça?

58 respostas



Fonte: Da autora (2019)

3.7 FINALIZAÇÃO

Na sétima e última etapa, finalização, é elaborado um documento contendo todo o processo percorrido pela pesquisadora. É importante que ele apresente um conteúdo que exponha as principais informações textuais e imagéticas utilizadas na construção da pesquisa e no projeto prático.

Por esse fato, o presente estudo caracteriza-se como o documento responsável por registrar no processo da criação da superfície. Dessa forma,



considera-se concluído o trabalho de transposição dos elementos culturais da cidade de Morro da Fumaça/SC para a louça de mesa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em virtude dos dados apresentados, percebe-se que os objetivos desse estudo foram atingidos. A concepção de uma superfície para louça de mesa efetuada com auxílio da metodologia “Superfícies de um lugar”, responsável pela transposição da cultura da cidade de Morro da Fumaça/SC.

Com o intuito de apresentar na prática como a cultura de uma cidade pode adicionar valor a peças cerâmicas, gerando reconhecimento por parte de seu povo. Ressaltando o fundamental papel do *designer* em conduzir toda a informação reunida durante a pesquisa em elementos gráficos, textuais e imagéticos.

Para continuidade dessa pesquisa, menciona-se a aplicação dessa superfície, ou criação de novos padrões, para outros seguimentos de produtos. Sugere-se ainda, que demais culturas sejam contempladas em estudos futuros, para dar continuidade a valorização de outros produtos, além da louça cerâmica.

REFERÊNCIAS

ANFACER. Disponível em: < <https://www.anfacer.org.br/historia-ceramica>. Acesso em: 23 ago. 2019.

APARO, Ermanno. **A cultura cerâmica no design da joalheria portuguesa**. Doutorado em Design (Tese). Aveiro: Universidade de Aveiro, 2010. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10773/3688>>. Acesso em: 10 ago. 2019.

FREITAS, Renata Oliveira Teixeira. **Design de superfície: ações comunicacionais táteis nos processos de criação**. São Paulo: Blucher, 2011.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11.ed Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

ICO-D. Disponível em: < <https://www.ico-d.org/about/index#defining-the-profession> >. Acesso em: 20 ago. 2019.

JÚNIOR, Vítório: **A Cerâmica em Grandes Obras**. Cotia, SP: Vítório Junior, 2017.

KRUCKEN, Lia. Design e território: **Valorização de identidades e produtos locais**. São Paulo, SP: Studio Nobel, 2009.



LÖBACH, Bernd. **Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais.** reimp. Rio de Janeiro: Edgard Blücher, 2007.

MENDES, João. OS DESAFIOS DA ESCOLA PÚBLICA PARANAENSE NA PERSPECTIVA DO PROFESSOR PDE. **Gestão escolar dia a dia Paraná.** Belo Quedas do Iguaçu, 2014. Disponível em: <http://www.gestaoescolar.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/pde_roteiros/2013/documeto_sintese_2014_incorporando_avaliacao.pdf>. Acesso em: 10 set. 2018.

MOL, Iara Aguiar; LANA, Sebastiana Luiza Bragança. Design de Superfície: proposição de método de ensino a partir de valores culturais brasileiros. 2018. 9 p. Artigo (Mestrado em Design) - **ModaPalavra e-periódico.** Florianópolis, 2018. Disponível em: <<http://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/10369>>. Acesso em: 10 out. 2019.

MOURÃO, Nadja Maria.; et al. A CERÂMICA COMO PATRIMÔNIO CULTURAL DE POVOS E TERRITÓRIOS: recortes da antiguidade ao Vale do Jequitinhonha. **Anais do IX Mestres e Conselheiros - Agentes Multiplicadores do Patrimônio.** Anais...Belo Horizonte: UFMG, v.9, 2018. Disponível em: <<https://even3.blob.core.windows.net/anais/105344.pdf>>. Acesso em: 01 set. 2018.

NIEMEYER, Lucy. **Origens e Instalação.** Rio de Janeiro: 2AB, 2007.

RUBIM, Renata. **Desenhado a Superfície.** São Paulo: Rosari, 2011.

RUIZ, Mauro Silva et al. A Indústria de Louça e Porcelana de Mesa no Brasil. Indústria Cerâmica, [S. l.], 2011. Disponível em: <http://s3.amazonaws.com/host-article-assets/ci/587657467f8c9d6e028b47a2/fulltext.pdf>. Acesso em: 21 abr. 2019.

RUTHSCHILLING, Evelise Anicet. **Design de superfície.** Porto Alegre: UFRGS, 2008.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura.** 16. ed. São Paulo: Brasiliense, 1996.

VILAS-BOAS, André. **O que é [e o que nunca foi] design gráfico.** Rio de Janeiro: 2AB, 2007.

VILLAS-BOAS, André. **Identidade e cultura.** 2. ed. rev. e ampl. Teresópolis: 2AB, 2009.