



VISTA ALEGRE  
1824

# HÁ 200 ANOS DE MEMÓRIAS PARA CONTAR

A faturar mais de €100 milhões, a Vista Alegre celebra o bicentenário de olhos postos no futuro, com forte investimento na inovação, qualidade e diversificação de negócio. Uma história que se tem feito de desafios e de gente – da sua gente

Texto *Margarida Vaqueiro Lopes* Fotografia *Lucília Monteiro*







Sabemos, por motivos que já vamos elencar, que, quando fundou a Vista Alegre, em 1824, José Ferreira Pinto Basto tinha uma clara visão de futuro para a Fábrica de Porcelana da Vista Alegre – que cinco anos depois receberia o selo de Real Fábrica, razão pela qual ainda hoje há uma coroa a encimar o logótipo. Começou por se dedicar aos vidros, passou para a porcelana de pó-de-pedra e, na segunda metade do século XIX, já se tinha afirmado como uma importante unidade industrial, tendo trazido de França grande parte do conhecimento que lhe permitiu aperfeiçoar técnicas e procedimentos.

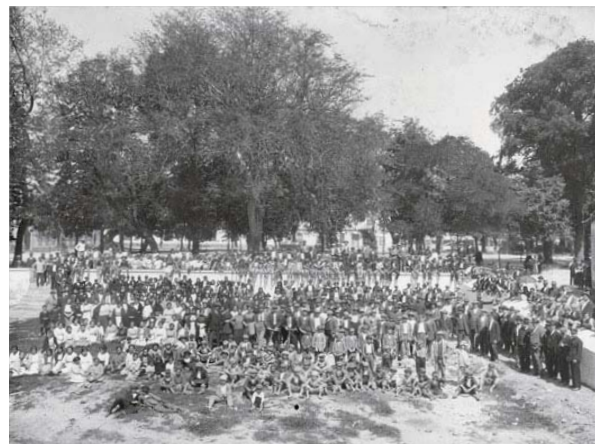
Nesta altura, já a Vista Alegre guardava arquivos de peças, desenhos e registos, na certeza de que seriam fundamentais para a construção de uma marca que, poderia não ser ainda bicentenária, mas que se adivinhava de sucesso. Ao redor da fábrica, no lugar da Vista Alegre, em Ílhavo, o fundador fez crescer muito mais do que uma empresa. A comunidade de trabalhadores que ocupava o bairro operário – pe-

quenias casas geminadas ou em banda, que surgiram em redor da fábrica, paredes-meias com a capela que hoje é monumento nacional – formou uma verdadeira aldeia. No lugar da Vista Alegre, cujo nome remonta ao século XVII, foram pululando novidades: posto médico, creche, clube desportivo, corporação de bombeiros, teatro, mercearia, escola... Os trabalhadores eram incentivados a perceberem a vida para além das suas funções, e Pinto Basto fazia questão de que todos eles aprendessem música e fizessem teatro. Um despertar para as artes e a beleza que, garantia o fundador da empresa, seria fundamental para fazer deles melhores funcionários.

Desde cedo a Vista Alegre chamou a si hábeis artesãos e conceituados desenhadores, cujos nomes estão gravados nos registos – e nas paredes – de uma fábrica que há pouco mais de uma década esteve em risco iminente de fechar. As desavenças entre os herdeiros da família Pinto Basto agravaram a situação financeira de uma empresa que, a partir dos anos 80, teve muita

**100 anos de diferença**

Em 2024, os funcionários da Vista Alegre repetiram um icónico retrato que, em 1924, eternizou os antecessores



conseguiu navegar para terreno positivo. Teria sido o fim da marca se não fosse a entrada da empresa de Viseu, que começara a operar na área da engenharia de telecomunicações. Foram precisos muitos meses de trabalho e muitos milhões de euros de investimento para conseguir recuperar aquela que já tinha sido a joia da coroa industrial do País: em fevereiro de 2009, a Visabeira começa por comprar 40% do capital da empresa, posição que reforça para 63%, uns meses depois, e que continuaria a alavancar ao longo dos anos seguintes – 82% em 2017, 90% em 2019 e 100% dos direitos de voto em 2020. Depois da entrada da Visabeira, a Vista Alegre registou lucros de €9 mil em 2011, a que se seguiram quatro anos de avultados prejuízos, enquanto a empresa era significativamente intervencionada. Em 2016, porém, era seguro falar de recuperação: a Vista Alegre reportou resultados líquidos de €1,7 milhões nesse ano e a partir daí foi sempre a crescer – até sofreu o impacto da pandemia, como grande parte das indústrias nacionais que não se dedicam a bens essenciais. Continua, no entanto, a navegar vitoriosa e lucrativamente em terreno positivo, enquanto reforça o compromisso com a inovação e a arte e se prepara para diversificar os segmentos de negócio. “Queremos que seja possível ter uma sala Vista Alegre”, admite Nuno Barra, administrador da marca (ver entrevista da p. 15), levantando o véu sobre o que pretendem fazer na área dos têxteis e do mobiliário.

### A imagem foi, neste ano, recriada pelos atuais trabalhadores e responsáveis da empresa

dificuldade em reagir à concorrência trazida pela globalização. Aliás, o que aconteceu com a Vista Alegre nos anos pós-25 de Abril foi o que aconteceu a muitas organizações nacionais: depois de tantos anos a viver num protecionismo económico, faltava-lhes o hábito, a agilidade e, tantas vezes, os meios e o conhecimento para fazerem face ao novo contexto social e económico.

No caso da Real Casa de Porcelanas, o movimento mais significativo foi a tentativa de entrada num segmento mais baixo de mercado – com a marca Casa Alegre –, algo que se revelaria pouco efetivo para manter a empresa a dar lucros.

Quando, no final da primeira década dos anos 2000, a Visabeira faz, através da Cerutil, uma Oferta Pública de Aquisição, a Vista Alegre já tinha despedido 1 500 trabalhadores e entregado 60% do capital aos credores – à banca, no caso. Mas nem assim

**A ALMA DA SUA GENTE**

Conversámos com o responsável da Vista Alegre, no final de uma visita de quase dois dias a todos os lugares que fazem da marca uma instituição nacional, no município de Ílhavo. E se há algo que se torna claro a cada regresso à fábrica bicentenária – a mais antiga

ID: 110417786

01-04-2024

**Uma vida no bairro**

Margarida Marieiro nasceu, cresceu e casou-se no Bairro Operário da Vista Alegre. No início do século XX, era praticamente uma aldeia autossuficiente, com posto médico, escola, teatro, banda e até corpo de bombeiros – o primeiro privado em Portugal



do ramo, na Península Ibérica – é que este caminho teria sido muito complexo se as pessoas que fazem a história da Vista Alegre não tivessem estado tão empenhadas quanto os donos na sobrevivência do projeto de António Pinto Basto. A verdade é que quando a Vista Alegre entrou houve uma natural resistência aos novos proprietários, até porque se passava de uma empresa familiar para uma estrutura muito maior e com carácter internacional, mas hoje essas dúvidas estão mitigadas. Se assim não fosse, dificilmente encontraríamos funcionários que fazem da Vista Alegre a sua casa, há décadas e décadas.

Margarida Marieiro nasceu no bairro operário, terceira geração de uma família cujas vidas foram dedicadas a uma das mais antigas marcas portuguesas. Os avós, os pais e, mais tarde, ela e o marido constaram das folhas de pessoal da Vista Alegre. Hoje, Margarida é o rosto sorridente que nos recebe no museu, paredes-meias com a fábrica. Mais de quatro décadas ao serviço da Real Fábrica de Porcelana dão-lhe um conhecimento difícil de igualar. Passou por várias funções, mas a facilidade em comunicar rapidamente fez de Margarida um importante ativo no acolhimento dos visitantes. E nós podemos atestar a sua competência. “Fiz muitas peças de teatro”, conta divertida, enquanto nos leva a conhecer a casa onde ainda hoje mora, explicando os nomes das ruas, que ganharam ora a denominação das árvores que as ladeiam ora de antigos administradores da fábrica, bem como a organização do bairro e a vivência de todos os que ali habitavam.



**Tempos houve em que eram mais de 500 os habitantes daquele lugar. Hoje, não passam de 40**

O lugar em que vive com o marido pertenceu aos sogros e fica precisamente nas traseiras da casa onde Margarida cresceu. “Namorávamos ali, no muro”, conta com um meio-sorriso envergonhado, “e depois olhe...foi assim”, resume enquanto nos leva a conhecer a “árvore de sombra, que era usada como castelo”, antes de irem, todas as crianças do bairro, “pescar caranguejos para o lanche”. Foi uma infância feliz, garante, e aponta-nos as casas de antigos colegas, em jeito de uma viagem pelas memórias que incluem explicações de Biologia com o chefe de fábrica, muita brincadeira ao ar livre e a fonte onde namoravam “mais às escondidas”.

“Isto sempre foi como se fôssemos uma família”, diz, enquanto posa para a EXAME, satisfeita, à porta da casa que habita há 34 anos. Margarida e o marido fazem parte dos últimos moradores do bairro operário, onde só tinham lugar trabalhadores da fábrica. Tem-

NUNO BARRA / Administrador da Vista Alegre

## “O NOSSO TRABALHO É PREPARAR A EMPRESA PARA A GERAÇÃO SEGUINTE”

O responsável da Vista Alegre conta como quer fazer da marca bicentenária um estilo de vida, entrando em novas categorias e sempre com referências históricas

### Duzentos anos de história são um lastro ou um privilégio quando trabalhamos numa indústria que exige tanta inovação?

Ambos. A vantagem é não termos a começar do zero, ter um acervo gigante, muitas referências para se trabalhar e projetar o futuro. O desafio está em conjugar a tradição com a modernidade, sem beliscar o ADN da marca. Há muitas referências antigas, muitos clientes que vêm de trás e que às vezes poderiam estranhar alguma contemporaneidade. E isso foi uma discussão, ainda hoje é: qual é a identidade da marca? Clássica ou contemporânea? Mas uma coisa muito interessante, visível quando se visita o museu, é que a marca sempre acompanhou os tempos e os movimentos artísticos. Mesmo hoje, quando olhamos para algumas peças, pensamos como foi possível fazer algumas delas, que eram quase arriscadas. Só que foi o facto de a marca acompanhar os tempos é que lhe permitiu manter-se ao longo dos 200 anos. Depois, chegou a uma altura, no final dos anos 1990 e início dos anos 2000, em que a Vista Alegre achou que devia ser apenas clássica e as novas gerações afastaram-se, ou seja: quando parou de acompanhar os tempos, começou a ter dificuldades.

### Voltar à contemporaneidade foi fundamental para a recuperação da marca?

Sim. Mas ainda hoje é um dos maiores desafios, conjugar o clássico com o contemporâneo. O core principal dos clientes é clássico. Portanto, temos de fazer uma coisa muito bem-feita, porque não queremos perder as antigas gerações, aquelas que suportam a marca e

que estiveram presentes mesmo nos momentos mais difíceis.

### Tem sido um jogo de equilíbrio?

Sim. Perceber qual o ADN da marca, o que tem de se manter, o que não pode ser beliscado e, respeitando isso, como podemos trabalhar daqui para a frente? E, a partir do momento em que se estabelece bem o que a marca deve ou não ser, define-se um conjunto de regras que nos ajuda a trabalhar no dia a dia. Não fazemos um *design* radical ou coisas que as pessoas não entendem... Quando queremos ser muito disruptivos, fazemos edições limitadas.

### Para controlar o risco?

Isso, e vamos avaliando pelo tipo de consumo dos clientes mais fiéis à marca. Por exemplo: os principais clientes das peças dos artistas contemporâneos são sobretudo colecionadores e clientes mais antigos. Sendo que hoje temos uma oferta 30% clássica e 70% contemporânea. Este equilíbrio pode parecer simples, mas não é nada [risos].

### Como se pensa estrategicamente a marca, nesta altura, quando já tem presença em 90 países?

No contexto português a marca é

grande, mas no contexto europeu é uma ervilha. Portanto, é para continuar a crescer. Nós partilhámos todos um princípio que nos é muito presente: estamos aqui de passagem. Isto é uma marca que vem de trás, com uma herança muito grande, e nós temos a sorte – e é mesmo uma sorte! – de estar aqui agora, no bicentenário. Mas o nosso trabalho é preparar a empresa para a geração seguinte, porque esta é uma marca que tem a obrigação e o potencial de fazer mais 200 ou 400 anos. Não se pode deixar morrer uma marca destas. Temos essa responsabilidade e temos consciência dela. Partindo desse princípio, a estratégia assenta em coisas mais de curto prazo, e outras de longo prazo. A primeira fase foi recuperá-la, depois internacionalizá-la e agora estamos na fase de tomá-la uma marca de luxo. Deixar de ser apenas uma marca de porcelana e de cristal, para ser uma marca que vende um certo estilo de vida.

### Entraram em outras categorias, como o têxtil. É para continuar?

Sim, queremos sair da mesa, somente, e passar a marca também para a decoração de interiores, porque as coisas estão relaciona-

das. Se tenho um serviço de mesa, sirvo-o numa toalha de mesa que tem de ter uma mesa, que, por sua vez, tem de ter uma cadeira... e de repente estamos num ambiente de sala. Ora esta reflete uma personalidade que pode passar, por exemplo, para acessórios de moda. Queremos pensar num conceito de estilo de vida. Esse é o caminho em que estamos a trabalhar, o da entrada em outras categorias, que podem ser de dois tipos: óbvias, como a cutelaria e a iluminação, ou as menos óbvias, como o têxtil de casa (mantas) e acessórios de moda (écharpes). E isto até para perceber a elasticidade da marca. A Vista Alegre tem uma enorme personalidade gráfica e, portanto, fazia sentido que as coisas não morressem na porcelana e conseguissem criar um ambiente. O têxtil é feito com base no acervo histórico, não vamos fazer desenhos porque sim. Neste ano, apresentámos a primeira coleção têxtil de mesa, em colaboração com os Bordados da Madeira – a Bortal – e a Bovi, do Norte do País. Também lançámos a primeira coleção de mobiliário, que desenvolvemos com um estúdio italiano.

### Vai haver vários momentos de comemoração dos 200 anos da Vista Alegre. Qual deles é que destacaria?

A exposição do Palácio Nacional da Ajuda, em outubro, não só pela dimensão mas também pelo facto – depois divulgaremos mais [risos] – de que vai requerer a recuperação de algumas zonas do palácio, que tem um acervo incrível de peças Vista Alegre. Esse é o mais marcante, mas a festa de julho, aqui na fábrica, também será muito marcante.



pos houve em que eram mais de 500 os habitantes daquele lugar. Hoje não passam de 40 – a maior parte já está reformada, mas tem direito a manter a habitação.

Os edifícios da creche e do posto de saúde têm agora outras funções, mas o teatro continua a ser um lugar de encontro, com direito a grupo de teatro residente (A Ribalta) e uma importante parceria com o município de Aveiro, que garante a programação cultural ao longo do ano. Margarida garante que ainda assiste a muitos espetáculos, mas abandonou o palco há já alguns anos. No entanto, “ainda há alguns funcionários da Vista Alegre no grupo, que personifica o teatro amador em si”, salienta. E aproveita para recordar, com um sorriso terno, quando ensaiou crianças para o teatro de Natal, realçando a importância que a Igreja também tinha na dinamização do lugar.

Consta que, na verdade, a fábrica da Vista Alegre foi ali construída graças à devoção de António Pinto Basto, que se terá apaixonado, antes de tudo, pela capela que hoje é monumento nacional. Dedicada à Nossa Senhora da Penha de França, durante décadas era o lugar semanal de encontro entre todos aqueles que faziam a empresa funcionar. Atualmente, a escassez de sacerdotes da região não permite as celebrações eucarísticas semanais, mas a festa em honra da padroeira é um acontecimento anual (até já integra o inventário nacional de património imaterial), a que acorrem centenas de visitantes: no primeiro fim de semana de julho, a imagem que geralmente encabeça o altar é retirada para um andor e sai da capela rumo a uma procissão em redor do Sítio da Vista Alegre. Neste ano, a celebração reveste-se de especial importância, uma vez que será também o momento alto das celebrações do bicentenário da Vista Alegre.

Mas voltemos às pessoas e à fábrica que, ainda que mantenha as paredes originais, foi profundamente alterada ao longo da sua existência. Enquanto nos equipamos para entrar nos lugares habitualmente vedados aos visitantes – biqueiras de aço e batas –, somos informados de que iniciaremos o dia na manufatura, onde hábeis artesãos moldam as peças de vários formatos: cães, pássaros, Nossas Senhoras... Ricardo explica-nos os processos químicos por que passam os materiais, enquanto retira dos moldes, delicadamente, pequenas flores que vão servir para os adornos de uma jarra que já espera numa prateleira reservada para o efeito. Cada uma destas peças é colada à mão, individualmente, e é trabalho para durar um dia.

Umhas bancadas mais atrás, Priscila está a fazer um cão cubista – um clássico da marca, já –, composto por quatro peças. Um dia de trabalho permite-lhe fazer cerca de uma dúzia. Os tempos de cada um são monitorizados, não apenas para controlo mas também para se perceber onde é que um artesão pode ter mais dificuldades e corrigir-se o processo.

## A EVOLUÇÃO DA MARCA

Alguns dos momentos mais relevantes da empresa histórica

> 1812

José Ferreira Pinto Basto compra a Quinta da Ermida, perto da vila de Ilhavo e à beira da ria de Aveiro

> 1829

A Vista Alegre recebeu o título de Real Fábrica, um reconhecimento pela arte e pelo sucesso industrial, numa altura em que se dedica sobretudo à produção de vidro e cerâmica

> 1832

Augusto Ferreira Pinto Basto, filho do fundador, realizou uma visita técnica à fábrica francesa de Sèvres, onde estudou a composição da pasta de porcelana. No mesmo ano, descobre abundantes jazigos de caulino a norte de Ilhavo

> 1852

D. Fernando II visita a Fábrica da Vista Alegre, tendo sido produzida uma baixela completa para a casa real

> 1824

É então apresentada uma petição ao rei D. João VI para “erigir para estabelecimento de todos os seus filhos, com igual interesse, uma grande fábrica de louça, porcelana, vidraria e processos químicos na sua Quinta chamada da Vista-Alegre da Ermida”.

> 1830-1840

Os progressos tecnológicos e a melhoria na qualidade das pastas e vidrados acontecem graças à produção regular de porcelana. Nesta altura, eram contratados muitos mestres estrangeiros para formar a mão de obra local

> 1851

A Vista Alegre participa na Exposição Universal organizada no Crystal Palace, em Londres

> 1860-1920

A Vista Alegre atravessa um forte período de desenvolvimento industrial. O estilo simplificou-se, o romântico e o lírico tomaram conta das coleções e introduziram-se técnicas mecânicas de decoração. É aqui, no entanto, que começam as dificuldades da empresa, muito ligadas à crise que o País atravessava, com a alteração do regime, e agravadas por uma deficiente gestão comercial. Também se começa a sentir alguma desorientação artística



> 1925-1935

A empresa passa por um período de revitalização em termos criativos e industriais. A art déco e o funcionalismo, entre outros, revelaram a capacidade de adaptação da empresa às mudanças sociais e estéticas do início de século. É desta época o “famoso” serviço de chá Paris, com linhas direitas e simples

> 1924

No centenário da empresa, já a Vista Alegre tinha uma equipa de futebol, um grupo de teatro e todos os funcionários aprendiam música. O Bairro Operário era, nessa altura, uma verdadeira aldeia com centenas de habitantes



> 1924

João Theodoro Ferreira Pinto Basto é nomeado administrador-delegado da empresa

> 1935- FINAL SÉCULO XX

A empresa passa, ao longo de várias décadas, por profundas reestruturações industriais que lhe permitiram rentabilizar a produção, tornando mais eficaz a sua capacidade de resposta face ao aumento do consumo e globalização dos mercados. Por outro lado, a manutenção de uma área de manufatura, altamente especializada e centrada no saber-fazer dos operários e nas tradições centenárias da empresa, permitiu à fábrica continuar a posicionar-se entre as grandes manufaturas europeias

> 1944

É inaugurada a Creche da Vista Alegre. Ainda hoje são visíveis, no museu, os serviços de louça que ali eram usados, devidamente identificados



> 1964

É inaugurado o Museu da Vista Alegre, que expõe peças icónicas e representativas do caminho percorrido pela marca desde a fundação

> 1976

São comemorados, com um concerto público, os 150 anos da Banda da Vista Alegre



> 1985

É inaugurado o Centro de Arte e Desenvolvimento da Empresa (CADE), com o objetivo de fomentar a criação de novos modelos e decorações, bem como promover formação nas áreas da pintura e escultura. É também criado o Clube de Colecionadores, limitado a 2 500 sócios

> 1947-FINAL DOS ANOS 1960

A empresa regista um aumento das exportações, fazendo grande investimento no desenvolvimento técnico e industrial, e também na formação de quadros técnicos especializados. Parcerias com outros pares europeus possibilitam o alargamento da oferta a novos mercados. É durante este tempo que é instaurada a tradição de peças únicas, como o serviço produzido para Sua Majestade Isabel II, rainha de Inglaterra. Multiplicam-se as colaborações com artistas



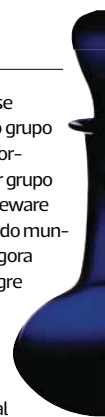
> 2009

A Visabeira faz uma oferta pública pelo grupo Vista Alegre Atlantis, então em grandes dificuldades financeiras, e nesse ano adquire também a Bordallo Pinheiro



> 2001

A Vista Alegre-se funde-se com o grupo Atlantis e transforma-se no maior grupo nacional de tableware e o sexto maior do mundo no setor. O agora Grupo Vista Alegre Atlantis (GVAA) volta a cruzar a cerâmica com o vidro e agora também o cristal



> 1997

A Vista Alegre funde-se com o grupo cerâmico Cerexport, o que originou quase a duplicação do volume de negócios, nomeadamente nos mercados internacionais, e garante um aporte de inovação muito significativo

> 1985-1990

Realizaram-se importantes exposições internacionais da marca, em locais como o Metropolitan Museum of Art, de Nova Iorque, e o Pallazo Reale, em Milão. Foram momentos fundamentais para a consolidação da Vista Alegre no mercado internacional

> 2010

Vista Alegre abre uma loja no México, a primeira na América Latina

> 2015

Depois de seis anos de muito investimento e decisões de longo prazo, a Vista Alegre regressa aos lucros, já pelas mãos da Visabeira. É também neste ano que é inaugurado o Montebelo Vista Alegre Ílhavo Hotel, nas imediações da fábrica, e que a marca inicia uma reforçada caminhada internacional, com aberturas de lojas em capitais estratégicas

> 2018

A marca de porcelana entra no segmento da iluminação, elevando para um novo patamar o trabalho com a porcelana translúcida e também o trabalho em cristal. A coleção, criada em parceria com Ross Lovegrove, ainda hoje é uma das mais destacadas

> 2019

A Vista Alegre e a Bordallo Pinheiro fazem uma parceria com a Ecoarts e lançam uma coleção comum chamada Amazónia: são mais de 70 peças inspiradas na maior floresta do mundo



> 2024

A Vista Alegre celebra 200 anos de história, lançando um prato-calendário comemorativo e levando a cabo uma série de iniciativas para assinalar a data junto do público e colecionadores. O bicentenário marca também a entrada da Vista Alegre nos novos segmentos dos têxteis de mesa e do mobiliário

> 2023

Abre o Montebelo Vista Alegre Lisboa Chiado Hotel, na antiga sede da empresa, na capital. São 58 quartos e suítes, além de um restaurante com cozinha de fusão peruana e japonesa, bem no coração de Lisboa

> 2021

É lançado o site Casa Alegre by Vista Alegre. Além da extensa gama de produtos com o selo da marca própria – e de algumas das coleções da Vista Alegre e da Bordallo Pinheiro –, esta plataforma conta com uma diversificada oferta de produtores portugueses, com garantia de genuinidade, rigor e respeito pelo ambiente. Tudo “made in Portugal”

> 2020

A Vista Alegre lança a primeira coleção de têxteis, composta por três echarpes e duas mantas, que se baseiam em quatro das suas coleções de porcelana: Duality, Ivory, Transatlântica e Amazónia





**Há sorrisos,  
descontração  
e muita rapidez  
nos movimentos  
— mesmo nos  
processos que  
nos parecem  
altamente  
delicados**

Saímos da chamada sala da conformação, a tal onde se fazem moldes, e seguimos para uma área mais alargada em que Cândida, funcionária da Vista Alegre há 35 anos, se dedica ao acabamento de taças, que passam dela para o controlo de qualidade. Ao seu lado, Carlos Branco retira cuidadosamente, mas com impressionante velocidade, pratos e taças de uma plataforma giratória para os colocar a secar. Há uma espécie de barulho de fundo que nos acompanha no caminho, provocado pelas máquinas constantes e rigorosas. De olhos postos no trabalho, os funcionários mexem-se com uma precisão que nos faz lembrar os mecanismos dos relógios: toda a gente sabe exatamente o seu lugar nesta engrenagem que não pode parar, para não criar entropia no processo.

**MÃO HUMANA, SEMPRE**

Ana Paula está há 36 anos na Vista Alegre, onde é uma oleira de mão-cheia. Encontrámo-la junto a um conjunto de tampas que esta, metodicamente, confirma e põe a secar. “O processo de secagem demora entre

17 e 18 minutos, e saem dali cerca de 250 tampas por dia”, conta-nos sem parar de trabalhar. É na olaria que Ana Paula gosta de estar, e di-lo com a convicção de quem já passou por outros departamentos ao longo das quase quatro décadas de casa. “Gostei muito da escultura, também passei pelos decalques e detestei o lapidário”, diz com um sorriso tímido. “Mas gosto de estar aqui, nas tampas. Para nós, oleiros, cada peça é única”, explica.

Até nas áreas mais mecanizadas – como esta, onde se fazem tampas, taças, pratos, travessas –, nenhuma peça sai para o mercado sem um cuidadoso acabamento ou, pelo menos, verificação humana. É este o cerne do negócio da empresa, que ao longo dos anos investiu em inovação e desenvolvimento, mas que rejeita perder a exclusividade que a atenção humana garante a cada peça. Nas chávenas mais simples, por exemplo, o acabamento é automático, mas cada asa é colada manualmente, passando depois por um rigoroso controlo de qualidade. Mais à frente, os fornos aguardam pelas peças – que, consoante a respetiva composição,



necessitam de maior ou de menor número de cozaduras, mas nunca menos de duas – que entram em tabuleiros cheios, levados por carrinhos automáticos, que passeiam por percursos previamente definidos dentro do complexo industrial. Esta foi uma das grandes evoluções da fábrica que, com opções como esta, permitiram reduzir significativamente o risco de quebras e também o tempo que as peças levavam a passar entre os vários momentos de produção. Se antigamente os tabuleiros cheios de porcelana eram carregados por funcionários fabris, agora tudo é robotizado até à saída dos fornos gigantes que ocupam grande parte da área central do complexo. Olhando para dentro dos equipamentos, a imagem é impressionante: atingem uma temperatura superior a mil graus centígrados e são cozidas milhares de peças por dia, mesmo que algumas delas precisem de 24 horas de cozadura.

Entre nós passam trabalhadores que verificam se as máquinas estão a funcionar corretamente, ajustam percursos, confirmam processos. Há sorrisos, descontração e muita rapidez nos movimentos – mesmo nos processos que nos parecem altamente delicados. É o caso do processo de vidragem de travessas, que Luís, funcionário n.º 675, leva a cabo com destreza e graciosidade impressionantes. Da prateleira para a sua mão, que submerge no líquido de vidragem, e daí para o controlo de qualidade, onde dois colegas rapidamente verificam e colocam a peça noutra plataforma – sem hesitações, sem paragens, sem dúvidas. É claro que nem sempre tudo corre bem. Ao longo do caminho é possível, também, encontrar vários recipientes com peças partidas, rachadas ou com defeitos – diz-se que é um lugar ótimo para libertar o stresse, uma vez que se pode sempre atirar um ou outro prato já partido e parti-lo ainda mais!

#### REJUVENESCE PARA PRESERVAR

É precisamente junto a uma dessas caixas cheiinha de porcelana em cacos que nos encontramos com Tomás Rosado que, aos 24 anos, é o mais recente funcionário da Vista Alegre. Licenciado em Engenharia de Materiais pela Universidade de Aveiro, chegou à fábrica há cerca de ano e meio e trabalha no departamento de Desenvolvimento e Inovação. Aqui, desenha peças, máquina-as e produ-las, por



#### Os mestres artesãos

A escultura sempre foi um dos mais distintivos fatores da fábrica de cerâmica que ainda leva Portugal pelo mundo. Há peças que, de tão icónicas, nem precisam de apresentação



forma a acelerar processos de prototipagem e garantir maior flexibilidade à empresa. “Estamos a tentar fazer tudo dentro de casa, porque isso reduz bastante os tempos de resposta que podemos dar aos clientes e torna-nos mais ágeis e competitivos”, explica, enquanto nos mostra as salas de trabalho – que, por motivos óbvios, não podem ser fotografadas – e a nova aquisição, que o tem encantado: a impressora 3D que está a funcionar a todo o vapor.

“Trabalhar numa empresa com 200 anos e ver o orgulho que as pessoas têm nisso é muito interessante”, conta este escalabitano radicado em Aveiro desde que entrou para a universidade. “Eu nem gostava muito de cerâmica, sempre me interessei mais por metais, mas agora estou a achar



#### Gerações sem duelo

Quatro décadas separam Lúcia Vidal e Tomás Rosado, a mais antiga e o mais jovem funcionários da Vista Alegre



muito divertido”, admite, salientando que o facto de trabalhar paredes-meias com a área da produção facilita muito o trabalho – torna mais rápida a identificação dos problemas, é possível trocar impressões com os artesãos e perceber qual o melhor caminho para se chegar a melhores resultados. E garante que a idade da empresa não é, de todo, um impedimento à inovação. Na verdade, acredita que a experiência acumulada é uma importante ajuda quando se quer fazer mais e melhor, porque se evitam muitos erros que, em qualquer momento da história, já terão sido cometidos.

Encaminhamo-nos, então, para uma zona em que a brancura da cerâmica acabada de cozer começa a dar lugar à cor. É aqui que as peças ganham uma espécie de remate final, através dos decalques ou das pinturas que recebem de mãos experientes e cuidadosas. Lúcia Vidal, com 47 anos de Vista Alegre e 63 de vida, é a funcionária mais antiga. Fala com a EXAME com um sorriso mais tímido, revelando que é a terceira geração da família a fazer parte dos quadros da fábrica. Entrou como apren-

### De auscultadores nos ouvidos, sente-se a concentração de quem não pode falhar um traço

diz, passou pelo embalamento, deu apoio nas marcações, mas foi na estamperia que encontrou a maior satisfação.

Recorda ainda a “altura mais difícil” pela qual a empresa passou, “mas agora acho que está a correr bem. Sentimo-nos orgulhosos por a empresa dar emprego a tanta gente”, adianta, enquanto nos conta que, à semelhança de Margarida Marieiro, fez parte do grupo de Teatro da Vista Alegre e até representou a fábrica no desfile de Carnaval do município.

Quando lhe perguntamos que peças mais gostou de fazer, é rápida na resposta: “Gostei muito de fazer uma peça única, que foi uma égua pintada à mão, e gostei muito de fazer o cantil”. Fala com a EXAME enquanto retira pratos de uma pequena máquina de lavar e os prepara para receber decalques pelas mãos de colegas como Júlia, que está a estampar um prato-calendário comemorativo dos 200 anos da marca. À sua frente está Maria Angelis, vinda da Venezuela há menos de dois anos. “Adoro trabalhar aqui. É preciso paciência e dedicação, mas desde que vim para Portugal estou aqui e gosto muito”, conta, sem levantar os olhos do trabalho nem abrandar o ritmo das mãos: é com muita destreza que as mulheres destas bancas colocam os decalques em cima dos pratos que estão a decorar, molham-nos, passam com esponjas, acertam as ima-



### Desde cedo a Vista Alegre chamou a si hábeis artesãos e conceituados desenhadores

gens, voltam a passar as esponjas... Os movimentos são cadenciados, rápidos, seguros. Lúcia está, no dia em que falámos com ela, a dar uma ajuda neste departamento, porque faltou uma das funcionárias. Como tem muita experiência, é isto que acontece com regularidade, agora: vai suprimindo as faltas de quem não está, para garantir que a engrenagem não para, assegurando com experiência a prossecução dos trabalhos.

#### A SALA MAIS BONITA

É verdade que se pede, genericamente, aos jornalistas que não façam juízos de valor sobre as coisas que veem, sobretudo se forem considerações subjetivas, mas também é verdade que dentro da fábrica da Vista Alegre há mesmo uma sala mais bonita, pelo menos para quem não entende nada de arte e só consegue apreciar o trabalho final: é dali que saem as peças mais exclusivas e especiais da marca. Falamos da sala de pintura, onde só alguns têm lugar, sobretudo porque a exigência do trabalho é tal que é difícil garantir um lugar naquelas bancadas.

Num primeiro andar muito bem iluminado, com janelões a rasgar as paredes e um silêncio que se torna bastante audível, pouco mais de uma dezena de pintores está de olhos postos nos modelos à sua frente. De auscultadores nos ouvidos, sente-se a concentração de quem não pode falhar um traço. Anabela e Margarida são pintoras da Vista Alegre há cerca de 40 anos. Trabalham

lado a lado: neste momento, uma dedica-se a um jarrão e outra a um prato com zebras, muito especial e isto não porque seja particularmente complexo – ou, melhor, a nós tudo nos parece absolutamente impossível de fazer, mas a facilidade com que estes artesãos fazem aparecer formas e cores revela-nos que talvez só não sejamos realmente talhados para um trabalho deste género. Aquele prato das zebras é especial porque foi desenhado por Arminda, uma das pintoras da Vista Alegre, e escolhido, depois de submetido a um concurso interno, para ser produzido e vendido pela marca. Tem um preço de venda ao público de €3000, não apenas por ser exclusivo, pois cada peça é única – uma vez que é pintada à mão –, mas também porque precisa de muitas horas de

## Ageas Seguros promove debates setoriais

Com o objetivo de debater desafios e oportunidades em temas relevantes para Portugal, os eventos reuniram especialistas e personalidades de vários setores.



Fórum Ordens Profissionais Ageas Seguros, nos Açores

A Ageas Seguros, marca do Grupo Ageas Portugal, realiza um conjunto de eventos setoriais ou segmentados, com o objetivo de debater os desafios e oportunidades em diferentes áreas da Sociedade. Em parceria com algumas Ordens Profissionais e Associações Empresariais, a insígnia reuniu especialistas e personalidades nacionais para discutir temas relevantes para o país.

A receita para as empresas do futuro parece ser simples, mas ainda assim de complexa execução - é necessário ser mais sustentável, ter políticas inovadoras de recursos humanos e em diferentes áreas, e, sobretudo, antecipar riscos conjunturais para manter a competitividade. Nesse contexto, a Ageas Seguros incentiva o diálogo e o debate de tópicos cruciais, defendendo que mapear oportunidades é particularmente relevante para as organizações, principalmente no contexto em que nos encontramos.

Consciente também da importância da descentralização de vários negócios, a Ageas Seguros escolheu a ilha dos Açores para acolher a quinta edição do Fórum Ordens Profissionais. O primeiro evento externo do ano teve como propósito discutir a sustentabilidade da região autónoma, numa altura em que este conceito vai muito além da simples ideia de reciclar embalagens. Como convidados, a confe-

rência contou com um painel de excelência, com Membros das Ordens Profissionais (Ordem dos Economistas e Ordem dos Engenheiros) e pessoas de renome, como Berta Cabral, Secretária Regional do Turismo, Mobilidade e Infraestruturas do Governo Regional dos Açores.

Em junho, a cidade de Castelo Branco recebeu a 14.ª conferência do Fórum PME Global, que se centrou nos novos desafios das empresas nessa região de Portugal. O painel de representantes contou com a participação de Camilo Lourenço, do Bastonário da Ordem dos Economistas, António Mendonça, bem como com representantes das empresas Grupo Ageas Portugal, Microsoft Portugal, Twintex, Grupo Beirabaga e Greenvolt.

No último trimestre do ano, a Ageas Seguros avançou com mais dois eventos. Em outubro, a marca lançou a primeira edição das Conversas Ageas Seguros, um encontro setorial que reuniu 30 empresários da indústria têxtil e vestuário no Porto. Com a moderação a cargo de Tiago Freire, Diretor da Exame, o painel de representantes do setor explorou os desafios e novas oportunidades da indústria.

Por fim, em novembro, a seguradora organizou a 6.ª Conferência do Fórum Ordens Profissionais, desta vez subordinada ao tema "A Saúde em Portugal: desafios e



Conversas Ageas Seguros, no Porto

oportunidades". A conferência contou com a presença de ex-ministros da Saúde, Adalberto Campos Fernandes e Maria de Belém, com o Bastonário da Ordem dos Médicos, Carlos Cortes, e outros especialistas da área. Com estes eventos, presenças e parcerias, a Ageas Seguros reforça o seu compromisso em dar a conhecer de que forma os vários setores da sociedade e regiões estão a ser afetados pelo contexto macroeconómico atual, quais as oportunidades que têm pela frente e como se estão a adaptar aos desafios e novos riscos do quotidiano. E, em como a Seguradora pode contribuir para melhorar a eficácia dos negócios, incentivando a uma política de comportamento seguro.





trabalho para que fique completamente pronto. A representação de um grupo de zebras numa savana africana, num prato decorativo que leva o selo da Manufatura da Vista Alegre, é apenas um exemplo de peças saídas deste projeto que, explica Nuno Barra à EXAME, só terá pecado por tardio. “Temos aqui pessoas muitíssimo talentosas, que são as melhores a replicar as ideias de artistas que, durante anos, fizeram desenhos para a Vista Alegre. Porque não aproveitar a sua criatividade que, sabíamos, todos eles têm e pedir-lhes desenhos originais?”

Certo é que desde que foi implementada, a ideia teve boa adesão por parte dos pintores, que depois têm direito a ver o seu nome exposto como criadores das peças em questão, além de a verem à venda nas lojas da marca. Antes, a Vista Alegre tinha a própria escola de pintura. Hoje, as pessoas já chegam com uma formação de base e passam cerca de quatro meses ainda como aprendizes até começarem a fazer alguns trabalhos de maior complexidade.

São estes pintores também que, com incrível mestria, dão vida a grande parte das parcerias, o que continua a ser absolutamente fundamental para a sobrevivência da marca e tem ainda um importante papel na internacionalização. Artistas como Christian Lacroix, Álvaro Siza Vieira, Marion Barraud, Matteo Pagani ou Claudia Schiffer são apenas algumas das dezenas de personalidades que já viram o seu nome associado à Vista Alegre, criando com a marca na-



#### O prato-calendário

Recorrendo a vários símbolos da Vista Alegre – o pato-real, o busto do fundador, os camelos em que tantas loiças foram transportadas... –, este prato foi a primeira peça comemorativa dos 200 anos da marca

cional peças absolutamente icónicas que permitem à referência nacional ganhar muito mercado em redor do mundo. Tal como já escrevemos acima, a parceria com artistas de renome não é algo novo para a Vista Alegre – a marca, desde a sua criação, chamou a si importantes artistas para colaborações. No entanto, as escolhas agora são também mais estratégicas, por forma a permitir a entrada em mercados-chave.

Houve, assumidamente, um significativo investimento na internacionalização da Vista Alegre, assim que a Visabeira entrou no capital da empresa. Para os administradores, havia duas coisas muito óbvias e urgentes: a primeira era afastar a ideia de que a marca devia ter uma produção de acesso mais democrática; a outra era a necessidade de se conquistar novos mundos para a empresa sobreviver com saúde.

Atualmente, a Vista Alegre tem lojas em capitais como Paris, Madrid e São Paulo, e garante ainda presença em geografias como o Kuwait, a Namíbia ou a Argentina. “São capitais fundamentais” para a marca, considera Nuno Barra, que admite ainda que o objetivo agora é conseguir que a Vista Alegre esteja consolidadamente no segmento premium. E recorda a tentativa, feita no final do século XX, de tornar a marca mais acessível, que se revelaria muito pouco lucrativa, na verdade. Agora, diz o administrador, a Vista Alegre sabe exatamente onde está e onde quer chegar: aos consumidores que, tendo capacidade e



**Toda a gente sabe exatamente o seu lugar nesta engrenagem que não pode parar, para não criar entropia no processo**

poder de compra, têm um apreço particular pela exclusividade, a qualidade e a arte. No entanto, rejeita que a Vista Alegre seja uma marca de clássicos, dando nota de que 70% das vendas se fazem precisamente nas peças mais contemporâneas que são produzidas.

**ACORDAR COM A VISTA ALEGRE**

Uma das principais alterações realizadas no complexo da Vista Alegre, no “reinado” da Visabeira, foi o surgimento do Montebelo Vista Alegre Ílhavo Hotel – que lhe passará totalmente despercebido se entrar pelo lado do Bairro Operário. Inaugurado em 2015, engloba o Palácio residencial dos fundadores da Vista Alegre, o Palácio dos Pintores, e o Bairro Vista Alegre, e funciona quase como um showroom da marca, recebendo clientes, artistas, curiosos e visitantes, naturalmente. Com mais de 162 unidades de alojamento, o hotel está decorado com peças da marca, com pinturas feitas pelos artesãos da Vista Alegre e com muita porcelana e vidro para onde quer que se volte. “Repare na luz, totalmente refratada, que ilumina este espaço. É fabuloso, não é?”, dir-nos-á António Machado Matos, o diretor-geral do hotel e um dos mais entusiastas – e sábios – cicerones de todo o complexo, sempre disponível para nos fazer mais uma visita guiada ou para nos contar, tantas vezes quantas lhe pedirmos,

as várias curiosidades que pontuam a história de uma marca que, recorda, “terá de durar para além de nós”.

É com um sorriso terno, aliás, que nos mostra uma das fotografias mais icónicas do Museu da Vista Alegre: um retrato de todos os funcionários e das famílias, que habitavam o Bairro Operário, e dos administradores da empresa, tirado no centenário da marca. A imagem foi, neste ano, recriada pelos atuais trabalhadores e responsáveis da empresa, exatamente no mesmo cenário e cem anos depois. Por que motivo Machado Matos lhe tem particular apreço? Não apenas porque é, de facto, uma imagem fabulosa de como o passado se pode fazer presente, enquanto olha para o futuro, mas também porque, conta, “foi tirada da janela” da sua casa – uma das que pertenceram a operários da fábrica e que hoje é parte integrante do hotel.

Se a Vista Alegre sobreviverá durante mais 200 anos, nenhum de nós estará cá para o confirmar, no entanto contar a sua história e garantir que as memórias que, desde cedo, também o fundador sabia serem essenciais para que hoje fosse uma referência torna-se absolutamente fundamental. É que são poucas as empresas que se podem orgulhar de terem sobrevivido por tanto tempo e de continuarem a a caminhar à frente do seu setor, não apenas no País mas também junto dos pares europeus. ●

### Economia

A política industrial dos Estados está mesmo de regresso?

### Jackpot nas contas

Cotadas portuguesas conseguiram bater os resultados históricos alcançados em 2022

### Imobiliário

Como o Grande Porto se foi vender no glamour de Cannes

### Abril 2024

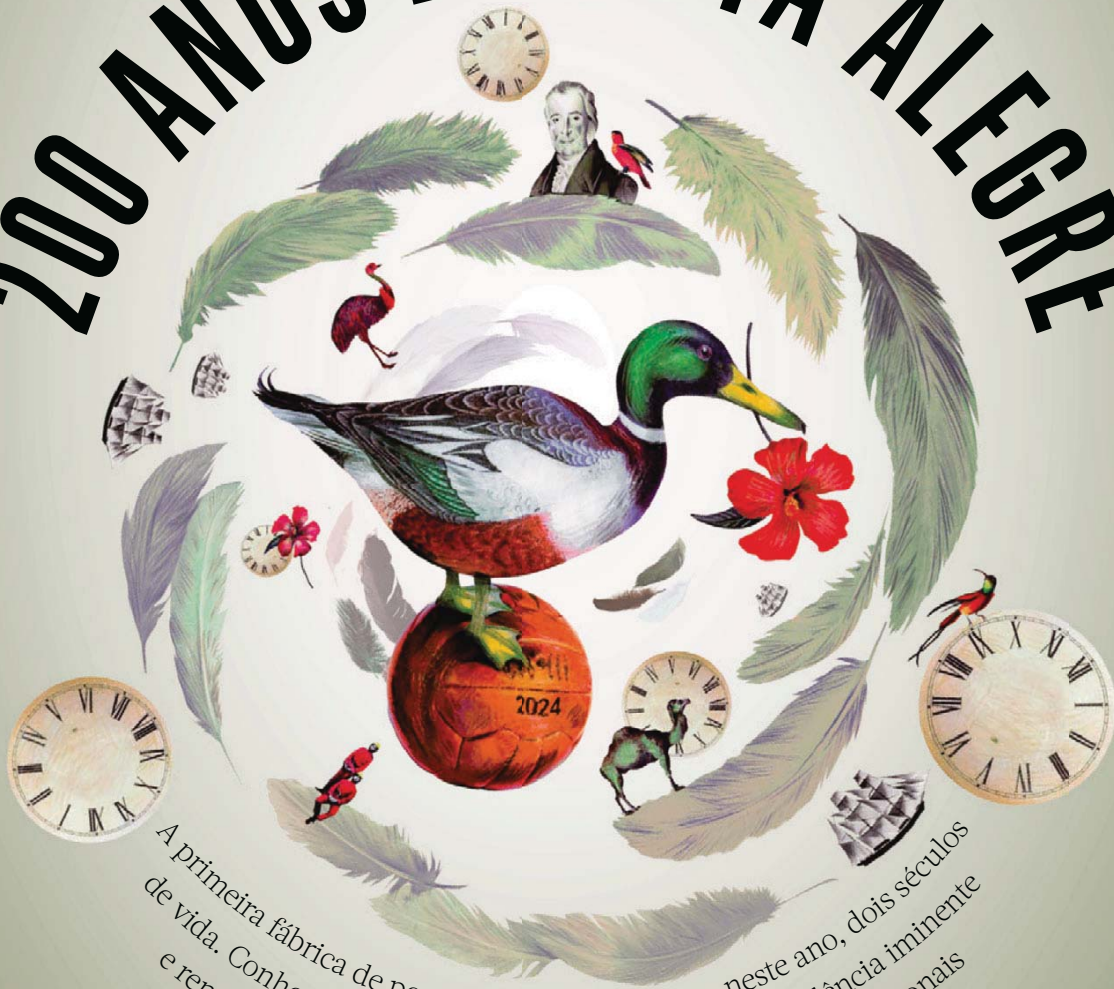
Publicação Mensal

**479**

Portugal  
€5 (Continente)

# Exame

## 200 ANOS DE VISTA ALEGRE



A primeira fábrica de porcelana do País celebra, neste ano, dois séculos de vida. Conheça a história da fundação, crescimento, falência iminente e renascimento de uma das mais emblemáticas empresas nacionais

Exame 479

abril 2024

200 ANOS DE VISTA ALEGRE

1778-2024

