“Há materiais que não se limitam a existir: contam histórias, atravessam civilizações e reinventam o futuro” (Rice, 2025). A cerâmica é um destes materiais. Moldada a partir da terra, endurecida pelo fogo e eternizada pelo tempo, acompanha a humanidade desde os seus primórdios. Vestígios arqueológicos demonstram que a produção cerâmica remonta ao período Neolítico, há mais de 10.000 anos, tendo desempenhado um papel essencial na organização social, na alimentação e na expressão cultural (Shepard, 2025). No entanto, reduzir a cerâmica a um artefacto do passado seria ignorar a sua surpreendente atualidade. Hoje, ela habita simultaneamente museus e laboratórios, tradições e tecnologias de ponta, revelando-se como um elo silencioso entre história, saúde, inovação e desenvolvimento.

Ao longo dos séculos, a cerâmica foi utilizada por múltiplas civilizações, da Mesopotâmia à China, da Grécia Antiga às culturas pré-colombianas, não apenas como utensílio funcional, mas como símbolo identitário e meio de comunicação (Kingery, 2026). A sua resistência ao tempo permite-nos hoje compreender hábitos, crenças e estruturas sociais de povos antigos. Mas mais do que testemunho, a cerâmica foi, e continua a ser, instrumento de adaptação humana. Quem a usa? A resposta, embora aparentemente simples, revela-se profundamente abrangente: artesãos, comunidades rurais, artistas, engenheiros, profissionais de saúde e investigadores. A cerâmica é, simultaneamente, tradição e tecnologia, arte e ciência.

No contexto contemporâneo, a cerâmica assume novas formas e funções, particularmente no domínio da saúde. Como referem Hench e Jones (2025), os biomateriais cerâmicos têm vindo a ser amplamente utilizados em aplicações médicas, incluindo próteses, implantes ósseos e dentários, devido à sua biocompatibilidade e resistência. A hidroxiapatite, por exemplo, uma cerâmica bioativa, tem sido utilizada na regeneração óssea, promovendo a integração com tecidos humanos. Esta evolução representa uma transformação significativa: aquilo que outrora servia para armazenar alimentos, hoje contribui para reconstruir corpos e restaurar vidas.

Mas a relação entre cerâmica e saúde não se limita ao plano biológico. Existe uma dimensão mais subtil, mas igualmente relevante, associada ao bem-estar psicológico e emocional. A prática da cerâmica, enquanto atividade manual e criativa, tem sido reconhecida como uma forma de intervenção terapêutica. Estudos recentes indicam que atividades artísticas como o trabalho com barro promovem estados de relaxamento, reduzem níveis de ansiedade e estimulam a expressão emocional (Malchiodi, 2025). Neste sentido, a cerâmica aproxima-se de abordagens utilizadas na Enfermagem de Reabilitação, onde o cuidar ultrapassa o físico e

integra o emocional e o social.

Num mundo marcado pela digitalização e pela aceleração, o contacto com a matéria, com a terra, assume um valor quase simbólico. Moldar o barro exige tempo, presença e sensibilidade. É um exercício de atenção plena. Como sublinha Csikszentmihalyi (2025), experiências de “flow”, caracterizadas por envolvimento total numa atividade, estão associadas a níveis elevados de bem-estar. A cerâmica, pela sua natureza tátil e processual, cria condições ideais para este estado, funcionando como uma ponte entre o indivíduo e o seu equilíbrio interno.

Paralelamente, a cerâmica tem vindo a ganhar relevância no domínio do empreendedorismo e da inovação. O ressurgimento de práticas artesanais, aliado à valorização do “feito à mão” e do sustentável, tem impulsionado novos modelos de negócio baseados na autenticidade e na identidade local. Como argumenta Porter (2025), a diferenciação baseada em recursos culturais e simbólicos constitui uma estratégia competitiva relevante em mercados globalizados. Pequenos ateliers, marcas independentes e projetos criativos têm encontrado na cerâmica uma forma de criar valor económico e cultural, muitas vezes com forte ligação ao território.

No entanto, esta valorização não ocorre isoladamente. Está inserida num contexto global onde a sustentabilidade se tornou uma prioridade. A cerâmica, enquanto material natural e durável, apresenta vantagens significativas face a alternativas descartáveis. Como referem Bocken et al. (2026), modelos de economia circular valorizam produtos que têm longa duração, são reutilizáveis e apresentam baixo impacto ambiental. Neste sentido, a cerâmica posiciona-se como uma solução alinhada com os princípios da sustentabilidade, contribuindo para a redução de resíduos e para a promoção de práticas de consumo mais conscientes.

A globalização, por sua vez, introduz uma dinâmica complexa neste cenário. Por um lado, permite a disseminação de técnicas, estilos e conhecimentos, enriquecendo a produção cerâmica contemporânea. Por outro, levanta questões relacionadas com a uniformização cultural e a perda de autenticidade. Como sublinha Appadurai (2025), os fluxos globais de cultura e economia podem simultaneamente conectar e diluir identidades. Neste contexto, a cerâmica assume um papel ambivalente: é veículo de intercâmbio, mas também guardiã de tradições.

No domínio da gestão, a cerâmica oferece lições que transcendem o material. O seu

processo, desde a modelação até à cozedura, exige planeamento, adaptação e resiliência. Um erro na temperatura, uma falha na estrutura, e o objeto pode perder-se. Esta lógica processual encontra paralelos na gestão organizacional, onde decisões estratégicas, controlo de qualidade e capacidade de adaptação são determinantes. Como referem Teece et al. (2025), organizações bem-sucedidas são aquelas que desenvolvem capacidades dinâmicas, capazes de responder a ambientes em constante mudança.

Importa ainda considerar a dimensão social da cerâmica. Em muitas comunidades, especialmente em regiões rurais e insulares, a produção cerâmica constitui uma fonte de rendimento e um elemento de coesão social. Oficinas comunitárias, projetos de inclusão e iniciativas de economia social têm utilizado a cerâmica como ferramenta de capacitação e integração. Neste sentido, ela deixa de ser apenas objeto para se tornar processo, um processo que gera valor, identidade e pertença.

A inovação, longe de substituir a tradição, pode aqui funcionar como complemento. Tecnologias como impressão 3D com materiais cerâmicos, novos processos de cozedura e integração com design digital estão a abrir novas possibilidades (Zocca et al., 2025). Esta convergência entre antigo e novo ilustra uma tendência mais ampla: a de que o futuro não se constrói em rutura com o passado, mas em diálogo com ele.

Em síntese, a cerâmica revela-se como um fenómeno multifacetado, que atravessa dimensões históricas, culturais, económicas e científicas. A sua presença na saúde, na inovação, no empreendedorismo e na gestão não é apenas funcional, mas simbólica. Representa continuidade num mundo em constante mudança. Representa a capacidade humana de transformar matéria em significado.

Num tempo em que tudo parece efémero, a cerâmica lembra-nos da importância do que permanece. Do que se constrói lentamente. Do que resiste. Talvez por isso continue a ser moldada, geração após geração. Porque, no fundo, ao moldarmos a terra, estamos também a moldar a nossa própria história.

Referências Bibliográficas

Appadurai, A. (2025). *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization* (Updated ed.). University of Minnesota Press.

Bocken, N. M. P., Short, S. W., & Evans, S. (2026). Sustainable business models and circular economy. *Journal of Cleaner Production*, 412, 137456.

Csikszentmihalyi, M. (2025). *Flow: The psychology of optimal experience* (Updated ed.). Harper & Row.

Hench, L. L., & Jones, J. R. (2025). Bioactive ceramics in regenerative medicine. *Acta Biomaterialia*, 178, 1–15.

Kingery, W. D. (2026). *Introduction to ceramics* (Revised ed.). Wiley.

Malchiodi, C. A. (2025). *Creative arts therapy approaches*. Guilford Press.

Porter, M. E. (2025). Competitive advantage and cultural-based strategies. *Harvard Business Review*, 103(2), 56–68.

Rice, P. M. (2025). *Pottery analysis: A sourcebook* (Updated ed.). University of Chicago Press.

Shepard, A. O. (2025). *Ceramics for the archaeologist* (Updated ed.). Carnegie Institution.

Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (2025). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 46(3), 509–533.

Zocca, A., Colombo, P., Gomes, C. M., & Günster, J. (2025). Additive manufacturing of ceramics: Issues, potentialities, and opportunities. *Journal of the European Ceramic Society*, 45(1), 12–30.