

Universidades Lusíada

Carreto, Catarina Ferreira
Carreto, Rui Filipe Cardoso, 1976-

**Interiores que comunicam : o design de exposição
de Rafael Bordalo Pinheiro**

<http://hdl.handle.net/11067/3388>

Metadados

Data de Publicação	2017-06-30
Resumo	A necessidade de uma comunicação adequada é essencial no que concerne à transmissão e fruição de uma exposição. O design, como disciplina multidisciplinar, possui as ferramentas teóricas e práticas necessárias para o cumprimento desse pressuposto. Com este trabalho pretendemos destacar uma abordagem teórica sobre a exposição, ressaltando a importância dos conteúdos tridimensionais, no seu entendimento como veículo de comunicação. Apontase para a necessidade de desenvolvimento de uma teorização a...
Palavras Chave	Arte - Técnicas de exposição, Pinheiro, Rafael Bordalo, 1846-1905
Tipo	article
Revisão de Pares	Não
Coleções	[ULL-FAA] RAL, n. 7 (1.º semestre 2015)

Esta página foi gerada automaticamente em 2024-04-25T19:17:54Z com
informação proveniente do Repositório

CARRETO, Catarina Ferreira e CARRETO, Rui Filipe (2015). Interiores que comunicam: o design de exposição de Rafael Bordalo Pinheiro. Revista Arquitectura Lusíada, N. 7 (1.º semestre 2015): p. 5-19. ISSN 1647-9009.

INTERIORES QUE COMUNICAM: O DESIGN DE EXPOSIÇÃO DE RAFAEL BORDALO PINHEIRO

Catarina Ferreira Carreto
Rui Filipe Carreto

RESUMO

A necessidade de uma comunicação adequada é essencial no que concerne à transmissão e fruição de uma exposição. O design, como disciplina multidisciplinar, possui as ferramentas teóricas e práticas necessárias para o cumprimento desse pressuposto. Com este trabalho pretendemos destacar uma abordagem teórica sobre a exposição, ressaltando a importância dos conteúdos tridimensionais, no seu entendimento como veículo de comunicação. Aponta-se para a necessidade de desenvolvimento de uma teorização acerca do design expositivo como instância de fundamentação para a teoria comunicacional. Com este artigo, propomos uma análise crítica de estratégias para reconhecimento de mensagens presentes nas exposições, através das linguagens gráficas dos espaços e dos objectos que contextualizam o tema, focalizando no caso do Pavilhão Português da Exposição Universal de 1889 de Rafael Bordalo Pinheiro.

PALAVRAS-CHAVE

Design, Comunicação, Exposições, Espaço, Objectos.

ABSTRACT

The need for a proper communication is essential with regard for transmission and enjoyment of an exhibition. Design, as a multidisciplinary discipline has theoretical and practical tools necessary to fulfil this assumption. With this work we aim to highlight a theoretical approach to the exhibition, underlining the importance of three-dimensional content, according to the exhibition as a vehicle of communication.

We point for the need of developing a theory about exhibition design as an instance of reasons for communication theory. With this article, we propose a critical analysis of strategies for recognition of messages present in graphical languages through exhibitions, spaces and objects that contextualize the topic, focusing on the Portuguese Pavilion at the 1889 Universal Exhibition of Rafael Bordallo Pinheiro.

KEY-WORDS

Design, Communication, Exhibitions, Space, Objects.

ENQUADRAMENTO E CONTEXTUALIZAÇÃO

Considerando o Design uma área onde a multidisciplinaridade é característica proeminente, é também, por natureza, o elo de ligação entre diversas áreas do saber. Como tal, face à necessidade de produção de conhecimento, está implicado num processo de investigação no domínio teórico e prático. Embora para muitos autores, o Design como pensamento, finalidade social e actividade produtiva, tenha nascido com a própria História do Homem, o Design, tal como hoje o entendemos e aplicamos, está associado ao processo decorrente da

industrialização e das necessidades da cultura urbana da Época Histórica Contemporânea, nos séculos XIX, XX e XXI.

Com o passar dos tempos, o conceito de design foi-se aperfeiçoando e especificando em áreas muito particulares, dando origem a vários domínios de actuação: design de produto/industrial/equipamento; design de moda/têxtil; design de comunicação/gráfico/multimédia; design de interiores/ambientes; design de mobiliário.

No interior do universo do design de interiores destacamos uma vertente específica: o design de exposições. Como afirmam Fernández e Fernández (2007), podemos entender o design de exposições como uma actividade que designa e planifica, com o intuito de produzir e instalar ou montar um método expositivo comunicativo através dos objectos expostos que utilizam os fundamentos de design de interiores, equipamento e gráfico na sua base. Neste sentido, “(...) *todo el mundo es una exposición de un tipo o de otro*”¹ (Belcher, 1997, p.51). Segundo Locker (2011), as exposições podem ser de âmbito comercial ou cultural, tais como, feiras de mostras, exposições de marcas, eventos de lançamento ou pavilhões de consumo, e até museus e galerias de todo o tipo ou instalações artísticas. Aquilo que possuem em comum é o facto de terem na sua base “(...) *la idea de explicar una historia en un espacio tridimensional*”² (Locker, 2011, p.10). No entanto, Rico (2005) apresenta e caracteriza três formas expositivas: a exposição cultural, industrial e comercial. A cultural assenta em princípios de fruição de obras de arte e aquilo que podemos aprender com elas. A exposição industrial actua no campo de expor objectos industriais de forma particular, como foi o caso das exposições universais. A exposição comercial surge com o principal intuito de venda de algo exposto.

As condicionantes técnicas de cada uma das formas expositivas não estão delimitadas, pois não existem limites rígidos entre umas e outras, de modo que há interligação entre elas. Na verdade, tanto as exposições comerciais, como as culturais, têm vindo a adquirir uma qualidade de apresentação/exibição cada vez aprimorada, exigida pelo visitante/cliente. Pois, vender/expor não é simplesmente uma acumulação de objectos expostos aleatoriamente num espaço. Neste sentido, Rico (2005) salienta:

*“El mundo de la cultura puede aprender mucho del comercial, no solo para encontrar nuevas vías de financiación, sino también (...) reglas que se manejan para hacer un producto “mucho más atractivo”; el segundo necesita manejar todos los conocimientos expositivos del primero para mejorar su presentación y diseño para ampliar sus posibilidades de eficacia”*³ (RICO, 2005, p.39).

Também os espaços expositivos são um elemento importante na relação da exposição com o visitante/cliente e no sucesso desta. Eles podem interferir ou afectar positiva ou negativamente as exposições. A recriação de ambientes é uma forma de atrair o público até ao objecto, onde devem ser propostos itinerários próprios para o design expositivo específico a cada exposição. Contudo, as exposições devem estar aptas a vários níveis de leitura (Hernández, 2008).

Um dos elementos técnicos de comunicação mais importante é a iluminação, pois, esta é capaz de criar ambientes em toda a envolvimento do objecto, ou destacá-la entre outras, salientando as suas características. Outro aspecto técnico são as vitrinas e os suportes onde se encontram expostos os objectos, assim como as cores do pavimento, das paredes e a

¹ T. L. “(...) tudo no mundo é uma exposição, num sentido ou no outro”.

² T. L. “(...) a ideia de explicar uma história num espaço tridimensional.

³ T. L. “O mundo da cultura pode aprender muito com o comercial, não apenas para encontrar novas formas financiamento, mas também, regras que são geridas para tornar um produto “mais atraente”; o segundo precisa administrar todos os conhecimentos expositivos necessários para o primeiro melhorar a sua apresentação e design para aumentar sua eficácia”.

altura do tecto, também são aspectos a ter em conta. Outro factor muito importante, que convida o visitante a entrar nas exposições, é a climatização. Ambientes muito quentes ou muito frios são factores de insucesso a nível de visitas (Hernández, 2008). Salienciamos que todos os elementos atrás referidos devem estar subordinados à mensagem que queremos transmitir. Mensagem essa, que está presente com o objectivo de conseguir uma comunicação imediata e eficaz. Desta forma, a colocação de objectos para serem percebidos implica uma definição de conteúdos, portadores de signos, destacando a necessidade de se exporem de forma evidenciada. Os objectos representam um papel fundamental na comunicação permitindo ao visitante uma experiência multissensorial. Através deles adquirimos informações que podemos associar à sua história e a diversas leituras e significados que é necessário interpretar.

As exposições resultam de uma técnica expositiva aplicada, que relaciona o número de peças a expor com a mensagem conceptual, formando um conjunto temático e assim um ambiente coerente de design de interiores. Deste modo, se justifica a selecção de um objecto pela sua capacidade de relação com outros e a sua representatividade em relação ao tema. (Hernández, 2008)

Para isso, os equipamentos expositivos também terão que corresponder à conexão entre espaço, objecto, temática e identidade. A planificação de uma exposição comercial ou cultural tem como objectivo um discurso expositivo coerente.

Tanto no âmbito do comércio, como no da cultura, o método expositivo é utilizado como o meio mais importante para comunicar ao público conteúdos e/ou mensagens. O método expositivo ter-se-á convertido num instrumento privilegiado para desenvolver os interesses difusores e comunicativos de diferentes tipos de entidades e instituições. Deste modo, as exposições resultam de um complexo sistema de conceptualização e interpretação, desenho e organização, referência e comunicação, apresentação comercial ou cultural, representação e dramatização de uma história ou de uma mensagem que se queira ressaltar e transmitir através dos objectos.

Na actividade expositiva dá-se cada vez mais relevância aos fenómenos de interpretação e de comunicação, que, graças ao design, possibilitam a compreensão da mensagem por todas as pessoas que visitem a exposição. No fundo, *“El diseño es un elemento esencial para el éxito de una exposición (...)”*⁴, cabendo ao designer a habilidade para *“(...) guiar y atraer la atención del público, y para que así pueda recibir mejor el mensaje”*⁵ (Fernández & Fernández, 2007, p.11). *“La creación de la historia o relato a contar tiene lugar en el origen de la exposición, con la idea y el objetivo de la misma”*⁶ (Fernández & Fernández, 2007, p.97).

EXPOSIÇÃO: UM MEIO DE COMUNICAÇÃO

Podemos definir comunicação por *“Praticamente tudo que os nossos olhos vêem (...). Imagens que, como todas as outras, têm valor diferente segundo o contexto em que estão inseridas, dando informações diferentes”* (Munari, 1982, p.87). Para Munari (1982), a comunicação surge através de mensagens visuais, que pertencem à grande família das mensagens e que atingem os nossos sentidos. Partimos do princípio que existe um emissor, que emite mensagens, e um receptor que as recebe.

No núcleo de qualquer exposição encontramos o conceito de comunicação, sendo que o objectivo do designer é articular as mensagens que se procuram transmitir, de forma inclusiva e

⁴ T.L. “O design é um elemento essencial para o êxito de uma exposição (...)”.

⁵ T. L. “(...) guiar e atrair a atenção do público, para que assim possa receber melhor a mensagem”.

⁶ T. L. “A criação da história ou do relato a contar tem lugar na origem da exposição, juntamente com a ideia e o objectivo da mesma”.

de modo a criar benefícios para os visitantes. Neste sentido, o grafismo, a cor, os audiovisuais desempenham um papel fundamental no design da exposição. O jogo das dimensões e do horizonte, conformado por grafismos, luzes e cores, afectará o modo pelo qual o visitante se vai mover através da exposição (Dernie, 2006). Os designers gráficos são um elemento fundamental na *expografia* de uma exposição, pois o tratamento do texto, legendas e das imagens são essenciais para a compreensão da exposição. Também uma boa sinalética, por exemplo, guiará o visitante pela exposição desde a entrada à saída e ajudará na identificação de espaços distintos (Hughes, 2010). Deste modo, destaca-se a profissão de designer como elemento preponderante no projecto de uma exposição. Qualquer que seja a sua formação específica, este “(...) *tiene que ser multidisciplinal e ante todo debe ser capaz de trabajar en equipo*” (Fernández & Fernández, 2007, p.29).

A importância do design de exposições, como meio de comunicação, veio assumir um papel fundamental nas exposições ao longo dos anos. Em todas as exposições existe uma história a contar ou uma mensagem a transmitir que não se limita apenas à exposição dos objectos. É também necessário todo um processo de criação de textos, com base na interpretação do objecto exposto. Hughes (2010) salienta para a importância do tamanho do texto, que pode ser perceptível a uma distância e a outra não. Em muitos casos, os designers desenvolvem uma hierarquia de tamanhos, em diferentes escalas, de acordo com o carácter informativo e comunicacional. Tamanho grande para a sinalética, médio para identificação temática de zonas e pequeno para corpo de texto e para legendas dos objectos. O autor destaca, também, o facto de o texto ser criado em função do comportamento do visitante e da sua percepção com o espaço. Os estudos de Herbert Bayer são uma grande fundamentação conceptual e teórica para os designers. O diagrama *Field of Vision* demonstra o princípio de que as superfícies de suporte gráfico devem ser orientadas para o espectador, do modo a obter um efeito otimizado. O espaço expositivo disponível é delimitado segundo o ângulo conseguido pelos olhos, cabeça e pescoço. Desta forma, constatamos, que através do espaço, aplicamos teorizações de comunicação para usufruto do visitante.

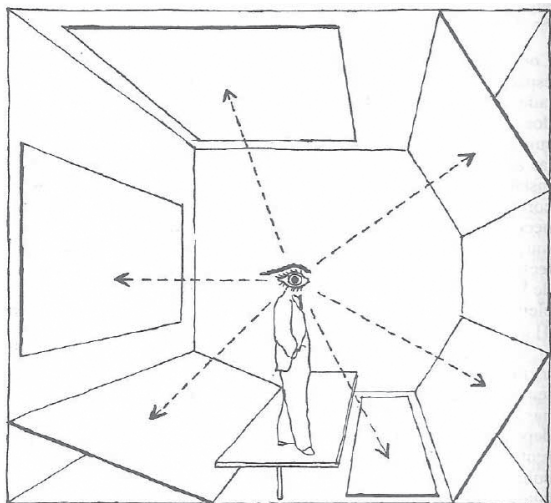


Fig.1 - Diagrama de Herbert Bayer baseado na ideia do campo visual humano



Fig.2 - Exhibition, Werkbund, Paris, 1930

Segundo Blanco (2009), numa exposição, o designer necessita de conhecer o espaço e os objectos a expor, todo o programa expositivo, assim como o tema, de modo a poder criar um discurso comunicativo e científico coerente, para ser facilmente entendido por todos.

⁷ T. L. “Tem que ser multidisciplinar e, antes de tudo, ser capaz de trabalhar em equipa”.

*“La conversión del discurso científico en discurso comunicativo requiere la presencia de un profesional capaz, por un lado, de entender y apreciar el discurso científico en profundidad, así como el significado científico de las piezas con él relacionadas; por otro, debe conocer las peculiaridades de la exposición como medio de comunicación y las dificultades que pueden tener los visitantes para la utilización de este medio y para la asimilación del mensaje específico que transmite”*⁸ (BLANCO, 2009, p.76).

Como salienta Valencia (2007), *“En definitiva, el espacio se convierte en un elemento indispensable de una exposición en el que se recrea tridimensionalmente la conveniencia entre objeto, lugar, atmósfera y significado”*⁹ (Valencia, 2007, p.88).

Blanco (2009) salienta, também, para a importância de o designer conseguir ter uma visualização do ponto de vista exterior da exposição, tendo em conta o comportamento psicológico dos visitantes. Neste contexto, o designer de comunicação é também um:

*“(…) redactor del discurso expositivo en sus diversos soportes, compitiéndole desde la elaboración de la imagen de la exposición, como síntesis y reclamo de la misma, a la selección de los objetos necesarios para contar el tema, hasta el tratamiento de la información”*¹⁰ (BLANCO, 2009, p.76).

Entender a exposição como um meio de comunicação implica o reconhecimento prévio de que o visitante necessita de um intermediário, que lhe explique e faça compreensível aquilo que observa. Esta ideia, encarrega os designers de conceber estratégias e recursos que garantam que a mensagem, que se quer transmitir, seja bem compreendida. Assim, a mensagem deve apresentar-se de forma a estimular e a motivar a sua recepção, para que sejam adquiridos conhecimentos. Deste modo, o visitante converte-se num referente contínuo do projecto expositivo, cujo êxito dependerá muito da sua resposta.

RAFAEL BORDALO PINHEIRO: A EXPOSIÇÃO UNIVERSAL DE PARIS DE 1889 E SUAS ANALOGIAS A PORTUGAL

No seguimento do tema abordado, achamos pertinente a análise de um espaço expositivo e o modo como os seus objectos podem comunicar. Como exemplo, inserido no quadro referencial de design expositivo português, destacamos Rafael Bordalo Pinheiro. O artista/designer distinguiu-se na área da cerâmica azulejaria, ilustração, caricatura, etc., referindo Júlio Dantas, no jornal *Ilustração Portuguesa*, que *“(…) a obra do grande artista é um prodígio”* (*Ilustração Portuguesa*, 1907, p.33).

“Desde a mais leve pagina da Parodia ate às figuras magistraes das capellas do Bussaco; desde a terra-cotta de Eca de Queiroz ate á baixella de prata do visconde de S. João da Pesqueira; desde a mais ligeira barbotine até á sumptuosa jarra Beethoven, – quantas maravilhas deve a arte nacional aos ultimos annos de vida de Raphael Bordallo!” (*Ilustração Portuguesa*, 1907, p.33).

⁸ T. L. “A conversão do discurso científico em discurso comunicativo requer a presença de um profissional capaz, por um lado, para compreender e apreciar o discurso científico em profundidade, assim como o significado científico das peças com ele relacionado, e por outro lado, é preciso compreender as peculiaridades de uma exposição como um meio de comunicação e as dificuldades encontradas pelos visitantes para a utilização deste meio e para a assimilação da mensagem específica transmitida”.

⁹ T. L. “Em suma, o espaço torna-se um elemento essencial de uma exposição que recria tridimensionalmente a conveniência entre o objecto, o local, a atmosfera e o significado”.

¹⁰ “(…) redactor do discurso expositivo nos seus suportes, competindo-lhe, desde a elaboração da imagem da exposição, como a síntese e publicidade da mesma, à selecção dos objectos necessários para contar o tema, e até ao tratamento da informação”.

Em 1889, Bordalo Pinheiro estreou-se nas Exposições Universais de Paris, de Quai D'Orsay, concebendo o Pavilhão Português, representando o que havia "(...) *de mais importante como a expressão da nacionalidade portuguesa – a sua agricultura e as suas colónias*" (Pontos nos ii. *Exposição Universal de Paris. O Pavilhão Portuguez do Quai d'Orsay*, 1889, p.2).

Era a quarta exposição a ter lugar na capital francesa, na qual, também se celebrava o Centenário da Revolução Francesa. O motivo era justificável e facilmente captaria aderentes para a causa, pois "(...) *a intencionalidade política do evento era também manifesta: associava-se às realizações da Revolução com a excelência da forma republicana do governo*" (Pesavento, 1997, p.174). A exposição de 1889 representou um papel histórico de relevância no destino do movimento operário, do tecnológico, do industrial, da electricidade, do vapor e do capitalismo triunfante.

Por volta de 1800, a divulgação dos produtos que saíam pela primeira vez era um elemento preponderante para as suas fábricas. Assim, na primeira metade do século XIX, faziam-se exposições nacionais, onde os produtos industriais se encontravam acessíveis aos consumidores. Não só com o intuito de compra e venda, os comerciantes e, especialmente, o país expunham com orgulho os resultados das suas técnicas mais evoluídas, de forma a competir com o resto do mundo. Surgem, então, as exposições internacionais frequentes a partir da segunda metade do século.

Para acompanhar as proezas técnicas de cada país, tornou-se necessária a construção rápida de pavilhões, com grandes espaços abertos, sem custos muito elevados e que pudessem ser facilmente desmontados e montados.

Nesta exposição, a construção em ferro atinge o seu auge. Criaram-se três edifícios articulados entre si: o Grande Pavilhão (construído por uma planta em forma de U; obra pesada e aparatosa, com uma cúpula carregada de ornamentos); a Galeria das Máquinas e a Torre Eiffel (apresentada como uma imagem alegórica do seu tempo).



Fig.3 - *A Ilustração*, vol. VI, 1889

A Galeria das Máquinas e a Torre Eiffel tornaram-se num marco da construção do ferro pelas suas dimensões, fazendo mudar o significado da arquitectura. As inovações e ambições destes edifícios foram importantes para a evolução em termos técnicos de construção.

Em Portugal, os trabalhos de preparação da exposição, a cargo da Associação Industrial Portuguesa, estavam a ser alvo de grande polémica, na medida em que a associação "(...) *procurava excluir de Paris justamente o que constitui a importancia interna e externa da nossa terra*" (Pontos nos ii. *Exposição Universal de Paris. O Pavilhão Portuguez do Quai d'Orsay*, 1889, p.9).

Mariano de Carvalho, na qualidade de representante do comité português, nomeadamente da Associação Industrial Portuguesa que estava a cargo da organização da exposição, propõe Bordalo Pinheiro para a decoração do interior do pavilhão português. Bordalo aceitou logo para colaborar na exposição, tendo referido: “(...) *todo o meu desejo era que essa exposição saísse do vulgar e tivesse um carácter absolutamente portuguez (...)*” (*Pontos nos ii. Exposição Universal de Paris. O Pavilhão Portuguez do Quai d’Orsay, 1889. p.9*).

Quando Bordalo Pinheiro foi convidado para a decoração do pavilhão, já a obra tinha começado. Afirmando que a culpa não teria sido sua, pelo facto de o pavilhão não ser “(...) *exteriormente o pavilhão portuguez (...)*” que ele “(...) *havia phantasiado (...)*”. Pois, os contratos já estavam estabelecidos e havia uma limitação de tempo e de orçamento para recomeçar “(...) *uma outra construção que mais se aproximasse dos typos da arquitectura portugueza*” (*Pontos nos ii. Exposição Universal de Paris. O Pavilhão Portuguez do Quai d’Orsay, 1889, p.9*).

O artista fez ainda alusão, nos *Pontos nos ii*, de que o pavilhão, apesar de estar agradável, podia ter mais características portuguesas do século XVIII,

“(...) se o architecto tivesse encontrado melhores auxiliares e documentos mais complexos; se dado aos ornatos o carácter da loiça, como se fez interiormente na sala dos mármore e das minas; se tivesse enegrecido as paredes, em vez de as deixar em toda a brancura do gesso; se tivesse dado resistencia bastante á torre, para collocar um carrilhão que seria tocado por algum dos optimos sineiros de Lisboa; e se se tivessem amarrado ao pavilhão alguns typos dos nossos barcos de pesca, as muletas, por exemplo, como eu as pedi, comas familias dos pescadores, e as nossas galeotas com os seus Algarves” (*Pontos nos ii. Exposição Universal de Paris. O Pavilhão Portuguez do Quai d’Orsay, 1889, p.9*).

A procura de renovação das artes decorativas portuguesas no final do século XIX foi afirmada nos recursos pitorescos do país e, às quais, Bordalo Pinheiro atribui enorme importância na exposição de 1889 (Souto, 2009).

Privado da ornamentação que achava essencial para o pavilhão como teria pensado, chamada inútil pela burocracia, já a exposição tinha aberto portas e mal os trabalhos internos tinham começado, “(...) *sendo difficilissimo fazer uma ornamentação por partes, com salas por acabar, o que tornava mais difficil achar a formula das decorações*” (*Pontos nos ii. Exposição Universal de Paris. O Pavilhão Portuguez do Quai d’Orsay, 1889, p.12 e 17*).

Nesta exposição de cariz agrícola, mineira, florestal e colonial, constava uma secção vinícola (vinhos do Porto, da Madeira e outros tinto e brancos e ainda azeites), uma secção colonial, uma secção mineralógica, uma secção florestal, uma exposição de faianças artísticas da fábrica das Caldas da Rainha, uma exposição de conservas e outros produtos alimentares e ainda uma exposição de licores e aguardentes.

A sala de entrada, localizada no rés-do-chão, destinava-se à secção de vinhos. Bordalo Pinheiro quis dar a este local “(...) *todo o caracter pitoresco dos dois pontos do paiz que aqui expunham os seus vinhos (...)*”, o Porto e a Madeira (*Pontos nos ii. Exposição Universal de Paris. O Pavilhão Portuguez do Quai d’Orsay, 1889, p.17*). Para conseguir tal decoração, como que se de uma composição encenada se tratasse, Bordalo Pinheiro estabeleceu conjuntos temáticos característicos das zonas dos respectivos produtos a expor. Do lado do vinho da Madeira utilizou “(...) *as barricas, os centros e as étagères, com entrançados de vime (...)*” (*Pontos nos ii. Exposição Universal de Paris. O Pavilhão Portuguez do Quai d’Orsay, 1889. p.17*). Deste lado, havia uma identificação da proveniência daquele vinho – *Madeira, Vinhos Generosos* – e ainda uma decoração mural com o aspecto da entrada da barra do Funchal, inspirado numa fotografia de Camacho.

Bordalo Pinheiro lamenta para o facto de que a sala devia ter sido decorada com plantas da região, bananeiras, inhames, etc., pois, não foi possível arranjar estes objectos em Paris e nem o comité português possuía recursos ou tempo. Como podemos ver na Imagem 4, o tecto da sala era formado por uma parreira e nos cantos existiam “(...) capas de palha, formando com garrafas enormes borboletas” (Pontos nos ii. *Exposição Universal de Paris. O Pavilhão Portuguez do Quai d’Orsay, 1889*, p.18).



Fig.4 - Sala de Entrada

Do lado do vinho do Porto, o artista segue o mesmo princípio, utilizando artefactos da vida rural e um *trophéo rústico*, alvo de troças e risadas entre compatriotas, que podia ter ficado “(...) ainda mais completo e mais pitoresco (...), se me tivessem fornecido todos os objectos que requisitei para Portugal” (Pontos nos ii. *Exposição Universal de Paris. O Pavilhão Portuguez do Quai d’Orsay, 1889*, p.23). A utilização destes objectos da vida rural, mostraram interesse ao director do Museu *Trocadero*, em Paris, que pediu para que lhos cedessem no final da exposição, para expor no Museu em Paris.

Sobre as portas desta sala foram colocadas “(...) cangas polychromas, enfeitadas de sogras e lindas borlas do Minho. As sobreportas são formadas por violas do Minho e pratos de uvas”. No tecto central, Bordalo pensou numa “(...) esteira do Algarve, suspensa por cilhas do Porto. Do centro rôto cahia um grande cacho, onde pousava uma vespa de loiça” (Pontos nos ii. *Exposição Universal de Paris. O Pavilhão Portuguez do Quai d’Orsay, 1889*. p.23 e 24).



Fig.5 - Tecto Central da Sala de Entrada

Na *Sala das Mattas*, Bordalo Pinheiro deparou-se com o problema da dificuldade de ornamentação desta sala, que possuía portas tortas, estreitas para o lado da sala de entrada e largas para o lado da Sala das Mattas. Bordalo resolveu este problema de construção, pintando na meia porta falsa um *aspecto* do pinhal de Leiria, com um fundo de madeiras daquela região e também, cobrindo as ombreiras da porta com pinheiros, como podemos ver na Imagem 6. Também expôs nesta sala, uma colecção de cestos de vime e de palha, que representavam uma das indústrias mais notáveis daquela época.



Fig.6 - *Sala das Mattas*

Na *Sala dos Mármore e Minas*, Bordalo encontrou outro problema, um espaço muito reduzido para expor mármore, minerais e cereais. De modo a resolver o problema revestiu as paredes com os mármore, emoldurando-os em chitas portuguesas, revestiu os frisos com azulejos populares portugueses, pintados por ele, que encaixilhou também, com pinho. Às portas deu-lhes “(...) o *typo da velha fayança do Rato, com amarello-canario, branco e dois azues*” (*Pontos nos ii. Exposição Universal de Paris. O Pavilhão Portuguez do Quai d’Orsay, 1889, p.28*). Para os expositores dos cereais atribuiu o mesmo carácter nacional, deu-lhes forma de cestos de vindimas. Bordalo ainda tentou expor enormes amostras de pedra mas, por conselho do arquitecto que construiu o pavilhão, decidiu não utilizá-las devido à fraca resistência do pavilhão que era construído em madeira e sustentado por estacas pouco resistentes.



Fig. 7 - Sala dos Mármore e Minas

A *Sala Central do Porto* foi a sala mais trabalhosa de Bordalo, que foi ornamentada num estilo D. João V. O artista refere no jornal *Pontos nos ii*, a dificuldade de conjugar aglomerações de garrafas com algum estilo arquitectónico. Ele refere ainda, que teve “(...) de lhe corrigir certos pedaços de ornamentação, de lhe acrescentar outros, e de a dourar” (*Pontos nos ii. Exposição Universal de Paris. O Pavilhão Portuguez do Quai d’Orsay*, 1889, p.28). Na sala por ser muito escura, Bordalo pensou abrir-lhe “(...) quatro oculos no estylo da ephoca” (*Pontos nos ii. Exposição Universal de Paris. O Pavilhão Portuguez do Quai d’Orsay*, 1889, p.28 e 32) mas, tal não foi possível, porque podia danificar a estrutura do pavilhão. No centro da sala, fig.8, existiam expositores de vinho, que tinham sido pensados para serem iluminados com luz eléctrica, que dariam um lugar de destaque às garrafas. Por baixo destes expositores, o soalho teve de ser reforçado para não haver o risco de quebra, trabalho indispensável de Frederico Ribeiro.



Fig. 8 - Sala Central do Porto

A *Sala do Anexo*, liberta de decoração primária, foi onde Bordalo Pinheiro trabalhou mais livremente. No centro da sala, fez um expositor enorme, uma espécie de torre, com a intenção de construir uma fonte de onde vertesse vinho para umas dornas. No entanto, devido às dificuldades, de por em funcionamento um “projecto” original e fora do vulgar, não conseguiu realizá-la. A telha verde vidrada que tinha trazido de Lisboa para o revestimento do tecto partiu-se e não chegava para cobrir todo, por isto teve de recorrer à telha marselha, pintando-a de verde. Esta sala possuía um balcão de provas de café das colónias, virado para o rio Sena, “(...) fazendo com que uma serre envidraçada, com o mappa d’Africa pintado

nos vidros (...)” (*Pontos nos ii. Exposição Universal de Paris. O Pavilhão Portuguez do Quai d’Orsay, 1889, p.32*).



Fig. 9 - Sala do Anexo

Quanto à *Galeria das Colónias*, Bordalo mobilou-a toda com armários pretos, imitando a laca, tendo a pintura das molduras dos armários uma alusão à Índia. Como a galeria era escura, Bordalo colocou os objectos expostos em evidência com o recurso à iluminação colocada no interior dos armários. Em relação aos tectos, revestiu-os com estofos da Índia de modo a tapar manchas existentes. Para expor um número elevado de frascos mandou construir étagères de inspiração gótica e oriental colocando-lhes depois plantas de estufa.

A Galeria do 2º piso foi construída com base no estilo Luís XV, composta por armários pintados de verde e tecidos da Índia. Os tectos eram tapados com algumas armas provenientes de África.



Fig.10 - Galeria das Colónias

Segundo Bordalo Pinheiro, a Sala das Conservas foi a melhor ornamentada e para isso, utilizou esteiras do Algarve e laranjas, bem características da zona. Recorreu também aos barris de mexilhão de Aveiro, às conservas portuguesas e a águas minerais. Refere também, que podia ter exposto a história em fotografia da pesca do atum, um atum embalsamado e ainda fotografias das praias de Portugal para valorizar a sala. A varanda deste segundo andar destacava-se pelo facto de estar ornamentada com redes de pesca colocadas sobre um fundo ondulado verde-mar, de onde salientavam pequenos peixes de loiça, conchas, algas, entre outros (Imagem 11).



Fig.11 - *Sala das Conservas*



Fig.12 - *Escadaria de acesso à Sala de Conservas*

A Sala da Sociedade de Geografia de Lisboa foi a menos conseguida, pois os objectos vindos do museu eram os menos importantes e evitava ter utilizado na galeria outros panos, em vez dos óptimos panos de missangas que a Sociedade de Geografia possui. Esta sala

tinha uma cabana “(...) que seria interessantíssimo, se dentro lhe tivessem collocado um typo de família indígena” (*Pontos nos ii. Exposição Universal de Paris. O Pavilhão Portuguez do Quai d’Orsay*, 1889, p.33). Bordalo Pinheiro, também fez neste espaço, uma exposição dos seus artigos de faianças das Caldas da Rainha, como demonstra a Imagem 13.



Fig.13 - *Exposição de Faianças das Caldas da Rainha*

Com trabalho de Rafael Bordalo Pinheiro podemos constatar como a escolha dos objectos e a sua disposição espacial identificam as regiões de Portugal da altura e suas colónias, criando linguagens gráficas e várias mensagens subliminares, como forma de comunicação de Portugal original. Tanto no passado, com hoje em dia, a mensagem é uma, mas o processo de montagem pode não ser correspondente. Desta forma, concluímos que o trabalho dos designers é de extrema importância na elaboração do design de exposições, para que se atinja de forma eficaz o utilizador final, tanto no caso do usufruto como no acto da compra. O objectivo deve ser claro, o de comunicar mensagens idealizadas, sendo este um dos campos de intervenção de excelência dos designers e também a verdadeira razão das exposições. No entanto, nem sempre é um processo linear e muito se perderá desde a concepção projectual até à sua aplicação prática.

CRÉDITOS DAS IMAGENS

Fig.1: Imagem retirada de FERNÁNDEZ, 2007, p.112.

Fig.2: Imagem retirada de FERNÁNDEZ, 2007, p.113.

Fig.3: Imagem retirada de Web Site: <http://teoriadotudoedonada.blogs.sapo.pt/17529.html>, data de acesso 03 de Fevereiro de 2011.

Fig.4: *Pontos nos ii. Exposição Universal de Paris. O Pavilhão Portuguez do Quai d’Orsay*, 1889, p. 4.

Fig.5: *Pontos nos ii. Exposição Universal de Paris. O Pavilhão Portuguez do Quai d’Orsay*, 1889, p. 6.

Fig.6: *Pontos nos ii. Exposição Universal de Paris. O Pavilhão Portuguez do Quai d’Orsay*, 1889, p. 8.

Fig.7: *Pontos nos ii. Exposição Universal de Paris. O Pavilhão Portuguez do Quai d’Orsay*, 1889, p.11.

Fig.8: *Pontos nos ii. Exposição Universal de Paris. O Pavilhão Portuguez do Quai d’Orsay*, 1889, p.13.

Fig.9: *Pontos nos ii. Exposição Universal de Paris. O Pavilhão Portuguez do Quai d'Orsay*, 1889, p.15.

Fig.10: *Pontos nos ii. Exposição Universal de Paris. O Pavilhão Portuguez do Quai d'Orsay*, 1889, p.15.

Fig.11: *Pontos nos ii. Exposição Universal de Paris. O Pavilhão Portuguez do Quai d'Orsay*, 1889, p.30.

Fig.12: *Pontos nos ii. Exposição Universal de Paris. O Pavilhão Portuguez do Quai d'Orsay*, 1889, p.25.

Fig.13: *Pontos nos ii. Exposição Universal de Paris. O Pavilhão Portuguez do Quai d'Orsay*, 1889, p.25.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BELCHER, Michael – *Organización y diseño de exposiciones: Su relación con el museo*. Gijón: Ediciones Trea, 1997.

BLANCO, Ángela G. – *La Exposición: Um medio de comunicación*. Madrid: Ediciones Akal, 2009.

DERNIE, David – *Espacios de Exposición*. Barcelona: Blume, 2006.

FERNÁNDEZ, Luís A. & Fernández, Isabel G.. *Diseño de Exposiciones: concepto, instalación y montaje*. Madrid: Alianza Editorial, 2007.

HERNÁNDEZ, Francisca H. – *Manual de Museología*. Madrid: Editorial Síntesis, 2008.

HUGHES, Philip – *Exhibition Design*. London: Laurence King, 2010.

LOCKER, Pam – *Diseño de exposiciones*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2011.

MUNARI, Bruno – *Design e Comunicação Visual*. Lisboa: Edições 70, 1982.

PESAVENTO, Sandra J. – *Exposições Universais: Espetáculos da modernidade do século XIX*. São Paulo: Editora Hucitec, 1997.

RICO, Juan C. – *La exposición comercial: Tiendas y escaparatismo, stands y ferias, grandes almacenes y superficies*. Gijón: Editorial Trea, 2005.

SOUTO, Maria H. – *História do Design em Portugal I: Reflexões*. Lisboa: IADE Edições, 2009.

PERIÓDICOS

A Ilustração, vol. VI, 1889

Ilustração Portuguesa, 1907

Pontos nos ii. Exposição Universal de Paris. O Pavilhão Portuguez do Quai d'Orsay, Álbum, 1889.

O António Maria, Nº 329 – 624, 1892

CATARINA FERREIRA CARRETO

Designer de interiores e equipamento. Terminou em 2007 a Licenciatura em Design de Interiores e Equipamento no Instituto Politécnico de Castelo Branco e, desde então, dedica-se ao estudo e à investigação no âmbito do Design, concluindo em 2011 o curso de Estudos Avançados em Design na Faculdade de Arquitectura da Universidade Técnica de Lisboa. Actualmente, encontra-se a desenvolver o seu doutoramento na área do Design de Interiores e das Novas Museografias. Paralelamente desenvolve projectos de Design de Interiores e de Design de Equipamento, com o tema “Design para a democratização do consumo cultural: Loja do Museu”.

Tem apresentado várias comunicações em congressos e conferências internacionais sobre as suas áreas de investigação e paralelamente desenvolve projectos de Design de Interiores e de Design de Equipamento.

catarinaferreira.design@gmail.com

Faculdade de Arquitectura, Universidade de Lisboa

RUI FILIPE CARDOSO CARRETO

Doutorado em Design pela Faculdade de Arquitectura da Universidade Técnica de Lisboa. Licenciatura e bacharelato em Design de Interiores/Artes Decorativas pela Escola Superior de Artes Decorativas da Fundação Ricardo do Espírito Santo Silva.

Actualmente lecciona no curso de Design da Universidade Lusíada Norte e Design de Comunicação no ISMT. Foi docente no curso de Tecnologias e Design de Mobiliário do IPV e no curso de Design de Interiores e Equipamento IPCb.

Tem apresentado várias comunicações em congressos e conferências internacionais sobre varias áreas de investigação em Design. Responsável por várias exposições, destacando-se a curadoria da exposição "*O design possível, Eduardo Afonso Dias: 50 anos de profissão*" no MUDE.

Inaugurou em 2002 a empresa R. Filipe C. – Design Lda. desenvolvendo actividade profissional até 2008.

ruifcarreto@gmail.com

Faculdade de Arquitectura e Artes, Universidade Lusíada Norte