

E

A Revista do Expresso

EDIÇÃO 2548
27/ AGOSTO/ 2021



Novak Djokovic

O mal-amado
supercampeão
de ténis
Por Rui Gustavo

**Entrevista a
Jorge Colombo**

De Lisboa para
a "The New Yorker"
Por João Pacheco

Alimentação

Como comer para
viver mais e melhor
Por Rafael Tonon

M0967

USE ESTE CÓDIGO EM LEITOR EXPRESSO.PT OU
EM CÓDIGO EXPRESSO.PT PARA LER OS CONTEÚDOS
DIGITAIS EXCLUSIVOS NO SITE E NA APP

**Francisco
Pinto Balsemão**

Por mão própria

A publicação do livro de memórias do ex-primeiro-ministro e proprietário do grupo de comunicação social Impresa, de que o Expresso faz parte, é um dos grandes acontecimentos da rentrée. Por Henrique Monteiro

VÍCIOS

"PESSOAS SEM VÍCIOS TÊM POUCAS VIRTUDES"



Arte de bem fazer

A moda, a indústria têxtil, o calçado e a filigrana 'made in Portugal' ganharam um museu em Vila Nova de Gaia. É um dos seis espaços do novo quarteirão cultural World of Wine, talvez o mais rico e inesperado

TEXTO PATRÍCIA BARNABÉ



Nos anos 80, Adrian Bridge apaixonou-se pelo vinho do Porto e escolheu Portugal em 1994, depois de ter sido guarda da rainha de Inglaterra e ter passado por um banco de investimento. Primeiro geriu as marcas da Porto Taylor's e Fonseca no seu país e nos Estados Unidos, em 2000 passa a dirigir a empresa no Porto e funda o grupo Fladgate Partnership, compra a Croft e a Delaforce. Relança estas marcas todas, cria novos conceitos, recebe vários prémios e abre o conhecido hotel The Yeatman, vinho e luxo, em 2010. Cinco anos depois, começa a congeminar abrir um quarteirão de museus encostado ao Douro: "Um projeto ambicioso, Adrian Bridge percebeu que se o Porto tinha muita oferta de alojamento, nascido em 2013 e 2014, as visitas duravam dois dias no máximo, ele queria dar motivos às pessoas para ficarem mais tempo", conta-nos Catarina Jorge, que trabalhou com ele na hotelaria e hoje está à frente do novo Museu da Moda e dos Têxteis.

A ideia era mostrar "o que de melhor temos no país e na região Norte, não só para os estrangeiros, mas para os portugueses que não sabem que produzimos com qualidade." Assim, nascem os seis museus do novo World of Wine: um dedicado ao vinho, outro à cortiça, o do chocolate, o da história do Porto e da região Norte do país, o que alberga a Bridge Collection (a sua coleção privada de copos) e o Museu da Moda e dos Têxteis. Chocolate? "Pela harmonização que este faz com o vinho do Porto, e hoje com outros vinhos também, e pela sua ligação às antigas colónias portuguesas, é um museu mais familiar."

A proximidade do rio e a delicadeza da zona histórica tornaram a intervenção arquitetónica do gabinete de Vítor Miranda mais demorada, por isso só no último trimestre de 2018 é que começa a ser

"Querida que a exposição tivesse uma dinâmica, que além de ser didática fosse excitante e divertida. Que se fosse surpreendido em cada sala"

JOANA ASTOLFI
ARQUITETA

pensado o seu interior. O Studio Astolfi, conhecido por trazer história, humor e fantasia aos espaços onde toca, como os restaurantes de José Avillez ou as montras da Hermès, entra no museu para organizar os conteúdos e o percurso da exposição. "A ideia sempre foi criar uma coleção feita de objetos e de design, isto é, que criasse coisas bonitas, fosse um espaço transversal e não muito impositivo, onde as pessoas se sentissem bem. As peças são design e tudo à volta foi pensado para elas. Funcionou muito bem, há uma harmonia estética, equilíbrio e as cores certas", diz Catarina Jorge.

O condão de Joana Astolfi é, precisamente, criar uma magia na colocação precisa de objetos. Para a arquiteta, este foi dos projetos mais imersivos em

que se aventurou: "Um trabalho imenso e exaustivo, 30 a 40 peças todas desenhadas à medida para receber aquele conteúdo todo, um trabalho milimétrico, foi uma loucura!" À chegada, deparou-se "com um grande pé-direito e grandes janelas, mas foi tudo *off the wall*", recorda. Mudou as cores das paredes para um *french grey* híbrido e intemporal e um azul *hügge* escuro e profundo, criou umas divisões especiais para tornar o espaço mais flexível, pensou o *lobby* e o seu balcão de entrada, toda a iluminação do museu, o que faz metade do caminho, e pensou o percurso e a narrativa: "Quando começámos a desenhar, não havia ainda conteúdos."

O Studio Astolfi também fez a curadoria dos objetos, principalmente para o piso térreo do museu que é dedicado à indústria têxtil portuguesa, às suas matérias-primas e processos, da fição, ao debuxo, da tecelagem à tinturaria e acabamentos, e relembrando os seus momentos mais importantes, do século XVI aos dias de hoje. Para tal, Joana foi visitar várias fábricas como a Rio Pele, a Tintex ou a Têxteis Manuel Gonçalves: "Tentámos trazer a fábrica para o museu, não de uma forma demasiado técnica, mas sim bastante apetecível", adianta Catarina Jorge.

Os expositores, que são de muitas tipologias, foram desenhados como peças soltas que Joana Astolfi preencheu, depois de, qual respingadora, meter o nariz em antiquários, fábricas obsoletas e objetos que "para eles são lixo, mas para mim são um tesouro": máquinas antigas, caixas com desenhos e ilustrações, livros com amostras têxteis, montinhos de algodão, mostruários de cores e de linhas. E o que não encontrou construiu, como uma televisão que é uma caixa de madeira com um plasma lá dentro, para passar um vídeo remoto sobre a indústria. Sucedem-se armários, estantes, gavetas e



O Studio Astolfi também fez a curadoria dos objetos, principalmente para o piso térreo do museu que é dedicado à indústria têxtil portuguesa, às suas matérias-primas e processos, da fição, ao debuxo, da tecelagem à tinturaria e acabamentos

de ser dividido com o calçado e a filigrana, que já lá estavam. Houve uma altura em que percebemos que não podíamos expor tudo, foi complicadíssimo! Por isso, é importante que se façam exposições rotativas ou que as peças sejam renovadas de mês a mês, mas já é uma pequena amostra”, sorri. E, com sorte, talvez os *designers* e as marcas portuguesas consigam ganhar uma loja no museu. “Sempre foi objetivo angariar espólio, com cedências, doações e aquisições porque queremos apoiar os *designers* e comunicar o que de novo está a acontecer”, assegura a diretora do museu. “Estamos a perceber como criar essa dinâmica, por isso temos uma equipa que faz essa proximidade com as peças do espólio, e queremos ter sempre coisas novas.”

Da mesma forma, “o CEO sempre quis juntar o calçado, porque é muito relevante para a economia portuguesa e as fábricas estão quase todas aqui no norte do país”, sublinha Catarina Jorge. “E a filigrana, pela sua importância cultural.” A indústria do calçado feminino é representado por Luís Onofre, que também dirige a APPICAPS, a Associação Portuguesa da Indústria do Calçado, o calçado masculino por Carlos Santos. A par de vitrinas com os materiais necessários para a construção de sapatos, “da oficina de sapateiro à nova geração de materiais”, está um “*back drop* com 50 ilustrações de Henriette Arcelin, lindas, com todo o tipo de sapatos que existem no mundo”, acrescenta Joana Astolfi, que também recriou uma oficina de sapateiro, “como se ele tivesse acabado de se levantar: as formas, as ferramentas, a mesa e uma televisão onde se vê os sapatos a serem feitos”.

Entre o piso 0 e o piso 1, o Studio Astolfi pensou instalações *in situ* para as quais recolheu restos de rolos de tecidos com os quais criou três estruturas com mais de 1000 pedaços: um *degradé* diagonal de castanhos e beges, um pilar de sete metros de cores variadas que, como está ao lado da escada, “vais descobrindo enquanto sobes”, e um arco de azuis, “que podes atravessar”. “Estivemos dois meses a dobrar tecido!” Joana Astolfi pensou também uma montra que celebra o fim das oficinas, e fez *string art* com rolos de linhas azuis que ligam e desenham uma camisa, uma caravela...

Existe ainda um espaço destinado a exposições temporárias, onde se seguem as diferentes fases de desenvolvimento do projeto e os seus desafios, “de arquitetura, arqueologia, conteúdos, engenharia e sustentabilidade. Terá uma *timeline* que mostra os seus principais *milestones*”, avança a diretora. E se o museu estava montado em novembro de 2020, a pandemia adiou a sua abertura para maio de 2021. Os bilhetes custam €15, podem ser comprados *online*, e as visitas estendem-se até às 20 horas ao fim de semana. O terraço que se debruça sobre o Douro convida a longas pausas, e também se janta por lá, no Mira Mira, aberto de quinta a sábado, mas o que encanta mesmo é saber, como sublinha Joana Astolfi, que este museu é “uma ode ao património *made in Portugal*, à beleza do saber fazer à mão de gerações e gerações e gerações.” ●

mesas para descobrir como gabinetes de curiosidades, que são a sua imagem de marca.

Numa outra sala veem-se fotografias de arquivo que a própria colou uma a uma e legendou à mão em 100 álbuns de diversos formatos, comprados na papelaria Emílio Braga, e pousados em mesas que são “línguas de vidro com pés altos, ficaram lindas”, descreve. Criou diversas mesas, algumas interativas, outras bastante complexas, com aberturas circulares, ovais, retangulares, feitas à medida de cada detalhe, da flor do algodão, ao fio que um dia vai ser uma peça de roupa.

Também se presta homenagem ao trabalho de oficina em seis caixas de madeira “desenhadas como garagens que se abrem como uma *box* de feitoria e cada uma celebra uma fase do processo. Como é que uma camisa é feita?, por exemplo”, explica. Astolfi “É uma mistura de analógico e digital, quis que tudo tivesse ritmo”, como se de um jogo de descoberta se tratasse. “No *exhibition design* há um equilíbrio muito importante entre o objeto e o conteúdo e o expositor e a *mise en scène*. Queria que a exposição tivesse uma dinâmica, além de ser didática, que fosse excitante e divertida. Que se fosse surpreendido em cada sala.”

O segundo piso é dedicado ao *design* de moda, ao seu ADN, história e trabalho de autor. E aqui entra a curadoria de Luís Pereira, *insider* da indústria há muitos anos, como diretor de *casting* na ModaLisboa ou no seu ateliê de comunicação de marcas, a Showpress. A ele juntou-se Mário Matos Ribeiro, fundador da ModaLisboa e diretor do curso de Design de Moda na Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa, um dos maiores conhecedores da moda portuguesa e da magia de ateliê, mas que teve de abandonar o projeto antes da sua inauguração por questões de saúde. Juntos, e com

a assistência de Marta Lemos, fizeram uma lista de *designers* que “tinham de estar representados e de diferentes gerações”, diz-nos o curador.

Olharam para a sua extensa lista de contactos, e foram “saber o que os *designers* têm guardado e visitar os *ateliers*, quando veio a pandemia mostravam-nos as peças por Zoom, destas selecionámos o material que identificava o seu trabalho de autor, o seu estilo, escolhemos quatro *looks* de cada um, um ou dois para expor, e os outros para guardar e ir trocando. Os mais antigos foi difícil, mas conseguimos através dos seus clientes.” Assim, escolheu nomes incontornáveis do passado, e que já não estão no ativo, como Manuela Gonçalves, Ana Salazar, José António Tenente e Miguel Flor, às duplas Eduarda Abbondanza/Mário Matos Ribeiro e Paulo Cássio/Júlio Torcato, João Tomé/Francisco Pontes, também os consagrados Alexandra Moura, Luís Buchinho, Filipe Faísca, Maria Gambina, Nuno Baltazar, Diogo Miranda, Ricardo Preto ou os *Storytailors*, entre muitos outros, que desfilam numa longa *passerelle* “que liga o passado ao presente”.

Alguns criadores estão representados em manequins de escala reduzida e os seus acessórios aninham-se num grande *cabinet de curiosités*, com centenas de nichos a explorar onde se encontram óculos, carteiras, sapatos e “peças lúdicas” de autores como Valentim Quaresma e Olga Noronha. Num pódio com base rotativa estão os *designers* mais experimentais e audazes como os *couturiers* Alves/Gonçalves, Lidija Kolovrat ou a dupla Marques Almeida, sediada em Londres. Também há espaço para os talentos descobertos pelas plataformas Sangue Novo da Moda Lisboa e, mais tarde, pela secção Bloom do Portugal Fashion.

“O espaço para a moda nacional merecia ser bem maior”, acredita Luís Pereira, até porque “teve