

O GOSTO AMERICANO DE UMA RAINHA: A PRATA GORHAM MANUFACTURING CO. NA CASA REAL

THE AMERICAN TASTE OF A QUEEN: GORHAM MANUFACTURING CO. SILVER IN THE ROYAL HOUSEHOLD

TERESA MARANHAS

Conservadora das coleções de ourivesaria e joalheria no Palácio Nacional da Ajuda
teresa.maranhas@museusemonumentos.pt

RESUMO

O reconhecido gosto da rainha D. Maria Pia (1847-1911) pela ourivesaria e o genuíno interesse com que acompanhou a produção de alguns fabricantes mais inovadores neste ramo das artes decorativas, dentro e fora da Europa, está bem patente nas pratas que adquiriu à firma americana *Gorham Manufacturing Company* na década de 80. Muito para além do seu carácter eminentemente utilitário, são objetos artísticos sofisticados e sedutores que se afirmam por uma sublime fantasia decorativa revelando, de forma singular, a influência do Japonismo na arte ocidental.

Neste artigo apresentamos uma resenha biográfica do fabricante, cujos objetos associados à arte da mesa se encontram no Palácio Nacional da Ajuda. Incidiremos a nossa análise sobre a evolução desta empresa, salientando o seu pioneirismo na arte de trabalhar os metais sob a influência do estilo japonizante e identificamos a prata como objeto de estudo. Exploramos o teor da encomenda procurando, ao mesmo tempo, apreender esta nova e peculiar faceta do gosto da rainha. Futuramente, tencionamos apresentar resultados

sobre a documentação relativa à encomenda e às circunstâncias em que esta prata foi utilizada.

Esta pesquisa, ancorada no conhecimento das peças, na interpretação de extensa documentação coeva e bibliografia da especialidade, beneficiou de uma bolsa de investigação na *Gorham Manufacturing Company Archive*, à guarda da John Hay Library, Brown University, Providence, Rhode Island, EUA, concedida pela Fundação Luso-Americana para o Desenvolvimento, em 2010.

PALAVRAS-CHAVE:

Rainha D. Maria Pia (1847-1911), prata, prata civil, *Gorham Manufacturing Co.*, *Meriden Britannia Co.*

ABSTRACT

The renowned taste of Queen Maria Pia (1847-1911) for silverware and her genuine interest in following the production of some of the most innovative manufacturers in this branch of decorative arts, both within and outside Europe, is clearly evident in the silver pieces she acquired from the American firm *Gorham Manufacturing Company* in the 1880s. Far beyond their utilitarian nature, these are sophisticated and alluring artistic objects that stand out for their sublime decorative fantasy, revealing in a unique way the influence of Japonism in Western art.

In this article, we present a biographical overview of the manufacturer, whose silverware objects are housed in the Ajuda National Palace. We focus on the development of this company, emphasizing its pioneering spirit in the art of working metals under the influence of the japonizing style, and we identify the silver objects under study. We explore the nature of the commission, seeking at the same time to grasp this new and peculiar facet of the queen's taste. In the future, we intend to present findings relating to the documentation of the commission and the circumstances in which this silverware was used.

This research, anchored in the study of the pieces, the interpretation of extensive contemporary documentation and specialized bibliography, benefited from a research grant in the *Gorham Manufacturing Company Archive*, held at the John Hay Library, Brown University, Providence,

Rhode Island, USA; granted by the Luso-American Development Foundation in 2010.

KEYWORDS:

Queen Maria Pia (1847-1911), silver, domestic silver, *Gorham Manufacturing Co.*, *Meriden Britannia Co.*

1. *Gorham Manufacturing Company*

História de uma indústria de ourivesaria que marcou as artes da mesa nos Estados Unidos da América

Longe de imaginar que um dia o seu nome ficaria para sempre ligado à fundação de um dos maiores impérios da indústria americana, o jovem Jabez Gorham (1792-1869) iniciou a sua atividade na produção de joalharia, entre 1806 e 1813, como aprendiz na oficina de Nehemiah Dodge (1774-1856), eminente joalheiro de Providence nos alvares do século XIX¹. Em 1813, estabeleceu-se em Providence como joalheiro e fundou em sociedade a empresa *The Firm*, dissolvida em 1818 por dificuldades financeiras. Sem contemplações pelas contrariedades, J. Gorham prosseguiu o negócio sob a designação comercial *Jabez Gorham, Jeweler* e em 1831 expandiu e diversificou a produção introduzindo a manufatura de colheres de prata de fina espessura, em parceria com o ourives de Boston Henry L. Webster (1808-1864). Estas eram as designadas “coin-silver spoons”, produzidas nos Estados Unidos desde o início do século XIX até à década de 60, com particular incidência nas décadas de 30 e 40². As tarifas de 1842 traduziram-se na imposição de novas taxas de 20 e 30% à prata importada, bem como na aplicação de outros impostos a vários produtos, o que na prática veio reforçar a proteção à indústria da ourivesaria, incrementar a amoeção e a reserva de prata no Tesouro Americano. Em virtude deste

1 Dodge é considerado o fundador da produção industrializada de “costume jewelry” em Rhode Island. A expressão designa vários artigos de adorno e fantasia com a aparência da joalharia autêntica, utilizando materiais de custo moderado e/ou barato, tais como a prata (por vezes ródio revestido a prata), o *pinchbeck* (liga de cobre e zinco com o aspeto do ouro) e gemas de imitação. Cf. Newman 1981: 80-81.

2 Cf. Newman 1987: 81-82.

contexto, as colheres produzidas pela Gorham apresentavam-se mais finas e leves e com um preço de mercado mais acessível. Estavam lançadas as bases de um próspero futuro. Nesse mesmo ano, a dupla fundou a *Gorham*, em Steeple Street, Providence, sob a designação comercial de *Gorham & Webster*. Em 1837, William G. Price (m.1839) foi admitido na sociedade e esta passou a ser conhecida por *Gorham, Webster & Price*. Em 1841, Jabez vendeu a sua cota e retirou-se para reabrir atividade, pouco tempo depois, quando adquiriu a fração de Henry Webster e se associou ao seu filho John Gorham (1820-1891) sob a designação comercial *J. Gorham & Son*. Durante a década de 40, o negócio familiar prosperou e as instalações no n.º 2 da Steeple Street foram ampliadas. A firma introduziu uma variada gama de artigos de mesa e *toilette*, entre outras utilidades, e diversificou a oferta da linha de cutelaria com uma infinidade de novas tipologias. A gama emergente de novos talheres moldou-se aos mais recentes hábitos alimentares e à progressiva sofisticação das artes da mesa decorrentes do novo «serviço à russa»³ que, a partir de 1810, substituiu gradualmente o «serviço à francesa». Importa, pois, atender a esta transformação e à forma como se repercutiu na resposta dada pelos fabricantes e, pela *Gorham*, em particular. Para uma refeição formal as tipologias destinadas ao serviço deixaram de ser apresentadas sobre a mesa, mediante as tradicionais sucessivas «cobertas», às quais se sucedia a sobremesa, um serviço independente, para passarem a ser colocadas sobre o aparador. O serviço, previamente preparado na cozinha, passa a ser assegurado pelos empregados de mesa e, esta, mais liberta de espaço, acolhe centros de mesa com arranjos florais, outras peças ornamentais e luminária. A mesa torna-se palco do esplendor de uma variada gama de objetos em prata, porcelana e vidro que dignificam o proprietário e deslumbram os convivas. Nos Estados Unidos, a norma do «serviço à russa» foi difundida com maior ímpeto na década de 70⁴ mas John Gorham com o seu espírito visionário soube, como veremos, antever e superar o desafio dos novos tempos.

3 O «serviço à russa» foi introduzido pelo príncipe Alexander Kourakine (1752-1818) embaixador do czar Alexandre I, em Viena e em Paris, e vulgarizado no Ocidente pelo *chef* Urbain Dubois (1818-1901) sob o Segundo Império e a liderança de Napoleão III, entre 1852 e 1870. Sobre o termo «Service» vd. Brécourt-Villars 2023: 385-386.

4 Cf. Falino, in Williams (ed.) 2019: 63.

Em 1848, Jabez vendeu a sua participação ao filho, mas a firma manteve a designação comercial até 1850, altura em que a necessidade de financiamento levou John Gorham a constituir a *Gorham & Thurber*, em sociedade com o seu primo Gorham Thurber (1825-1888). Nas décadas seguintes, a firma continuou em franca expansão. Os ambiciosos planos de John Gorham incluíam o alargamento de instalações e a utilização de métodos de produção mecanizados. Com este intuito empreendeu duas importantes viagens à Europa. A primeira em 1852, com a duração de três meses, durante a qual contratou mão-de-obra especializada em Paris e em Londres, tendo adquirido ao engenheiro e inventor escocês James Nasmyth uma prensa de queda a vapor⁵. Esta, presumivelmente instalada em 1853 ou 1854⁶, viria a ser a primeira a ser utilizada nos Estados Unidos por um fabricante de ourivesaria na produção de talheres permitindo que, em pouco mais de uma década, a *Gorham* liderasse a produção de talheres de prata no país. A produção de talheres na *Gorham* atravessou três fases distintas: na década de 1830 eram inteiramente feitos à mão; na de 40, feitos à mão com matrizes de estanho e, na de 50, estampados em prensa de queda manual usando matrizes de aço. A prensa de queda a vapor permitia igual estampagem daquela obtida na década anterior, mas o peso da prensa era levantado pela ação do vapor ao invés da mão humana⁷. No ano daquela primeira viagem, Gorham e Thurber convidaram o primo, Lewis Dexter, Jr. a integrar a sociedade com incremento de capital e a firma adotou a designação de *Gorham & Company*. Dexter viria a cessar a sua participação em 1861. Na segunda viagem, realizada em 1860, John Gorham visitou pequenos e grandes fabricantes em Londres, Birmingham, Manchester e Sheffield. Voltou a recrutar mão-de-obra e a investir em equipamento, o que permitiu reduzir substancialmente o trabalho manual, tempo e custos de produção e expandir a oferta a um público maior. Na década de 1860, a *Gorham & Company* era uma empresa de primeira linha em inovação tecnológica e industrial, a maior produtora e distribuidora de ourivesaria civil e religiosa dos E.U.A. e aquela que maior volume de vendas

5 A respeito do pioneirismo e da resiliência de John Gorham, Nasmyth constatou: "I have been trying for years to get our manufacturers to adopt the steam press without success, and here comes a Yankee across the water expressly to have one built, and our people still use the hand drop press with several men to each machine." Citado por Hough 1991: 34.

6 Cf. Carpenter 1982: 37.

7 Cf. Carpenter 1982: 37.

registava à escala mundial. Entre 1850 e 1859, o montante de vendas cresceu estrondosamente de \$29,000 para \$397,000; o número de empregados aumentou de 14 para mais de 200⁸ e, cerca de uma década mais tarde, para 1200.

Os qualificados artífices recrutados por J. Gorham levaram consigo não apenas a destreza na arte de trabalhar os metais, mas também o gosto decorativo em voga no continente europeu, caracterizado por uma ornamentação de motivos fundidos, cinzelados e gravados, de cariz essencialmente fitomórfico, aliados às formas naturalistas que a mais recente tecnologia permitia imprimir aos metais. A produção *Gorham* não foi alheia a outras tendências, como o ecletismo vitoriano e repertórios decorativos inspirados nos revivalismos do *Rocaille*, da antiguidade clássica e do Renascimento, como de resto sucedia nos centros produtores deste lado do Atlântico.

Em 1865, sob a direção de Gorham e Thurber, a firma foi convertida em sociedade anónima e a designação comercial alterada para *Gorham Manufacturing Co.* No domínio técnico, foi introduzido o banho galvânico para revestimento de metais⁹ e na linha de produção de artefactos em prata foi implementada, a partir de 1868, o uso da liga *Sterling silver* (0,925 partes de prata por 1000), em substituição da liga *Coin standard* (0,900 partes de prata por 1000)¹⁰. A prata passaria a ter um teor ainda mais fino em 1891, quando a firma adotou a liga *Britannia standard* (0,950‰).

Neste contexto de produção à escala industrial, a *Gorham* contratou eminentes *designers*¹¹ europeus durante os séculos XIX e XX. O ourives de Birmingham, George Wilkinson (1819-1894), cujas qualidades artísticas foram desde logo reconhecidas por John Gorham, foi admitido na firma em 1857

8 “Surprise Endings: Gorham Silver’s Mythologique”, acedido em 17 de dezembro de 2016 em URL: http://risdmuseum.org/manual/126_surprise_endings_gorham_silvers_mythologique

9 Técnica aplicada na superfície do metal (geralmente uma liga de metal pobre) de um objeto que consiste no depósito de uma fina camada de um outro metal, através da corrente elétrica. O banho galvânico com ouro ou prata, descoberto por John Wright de Birmingham em 1840, foi patenteado em Inglaterra nesse mesmo ano por George Richards (1801-1865) e Henry Elkington (ca.1810-1852). Cf. Newman 1987: 120-121.

10 A liga *Sterling silver* contém 0,925 partes de prata para 0,075 de cobre (0,925 ‰) e a liga *Coin silver*, 0,900 de prata para 0,100 de cobre (0,900 ‰). O título *Sterling silver* foi introduzido nos Estados Unidos por Charles Tiffany em 1852, para a produção de artigos em prata.

11 O *designer* concebe o projeto ou ideia de determinada peça ou linha artística de produção, passa esse estudo ou projeto de *design* a papel e supervisiona a execução da obra em oficina.

e, entre 1860 e 1891, foi *chief designer*. Sob a sua supervisão entraram para a *Gorham* Thomas J. Pairpoint (1838-1902), *designer* e modelador de formação francesa com sólida experiência angariada na firma inglesa *Lambert & Rawlings* e, ainda A. J. Barrett, que trabalhara na *Hunt & Roskell*. Entre 1868 e 1877, Pairpoint desenhou a grande maioria dos artigos de estilo vitoriano e algumas das obras mais emblemáticas da *Gorham*. São disso exemplo o *Century Vase*, um monumental centro de mesa executado para a *Centennial International Exhibition* de Filadélfia de 1876; exibido na Exposição de Paris de 1889 e na Exposição Colombiana de Chicago de 1893; o *Hiawatha's Boat*, outro grande centro de mesa exibido na Exposição de Filadélfia de 1876 e, ainda, algumas peças do *Furber Service*¹², uma grandiosa baixela de mesa, para 24 pessoas, encomendada pelo magnata de negócios Henry Jewett Furber e pela sua mulher Elvira Irwin Furber, com 816 peças (129 objectos de mesa e 687 talheres) marcadas com o monograma de Elvira. O serviço foi adquirido entre 1866 e 1880 e espelha a pluralidade de influências estilísticas, incluindo a japonesa, absorvidas pela *Gorham*¹³. A sua dimensão e as tipologias de objectos que o compõem são igualmente reflexo da plena implementação do «serviço à russa» nos Estados Unidos da América.

A propósito das grandes exposições internacionais, não será demais enfatizar a relevância para a *Gorham* das duas grandes mostras realizadas em solo americano, a referida exposição de Filadélfia, em 1876, na qual a firma debutou neste tipo de evento e aquela outra de Chicago, dezasseis anos mais tarde. Ambas permitiram fidelizar novos clientes entre as elites transcontinentais que fortemente contribuíram para caucionar a reputação e o reconhecimento internacional da *Gorham*.

A firma acompanhou a evolução dos tempos, produzindo nos estilos neoclássico, japonizante, revivalismo colonialista e neogótico, deixando-se também influenciar pelas culturas orientais, com a produção de *designs* de influência turca, indiana e persa.

Em 1873, a *Gorham* abriu loja no No.1 Bond Street, em Nova Iorque, cuja atividade perdurou apenas três anos, findos os quais, operou transferência para nova morada na Union Square.

12 Cf. Newman 1987: 66, 168-169, 143.

13 Cf. Williams, in Williams (ed.), 2019: 78. Para uma amostragem das peças desta baixela vd. Williams 2019: 78-97.

A contratação de ourives experientes e talentosos continuava a ser uma necessidade incontornável como garante do sucesso artístico e comercial. O ourives francês Florentin Antoine Heller (1839-1904) foi admitido como *chief designer*, numa primeira ocasião, em 1873 e, mais tarde, em 1881, depois de uma efêmera passagem pela *Tiffany & Co.*, no final da década de 70, tendo permanecido na *Gorham* quase duas décadas. A sua formação académica no estúdio de Jean-Léon Gérôme, sob a influência da Escola de Belas Artes, marcou a sua obra artística, guiada pelos programas decorativos recolhidos da antiga tradição grega e romana e do Renascimento francês e italiano. Para a *Tiffany & Co.* Heller criou o modelo do faqueiro *Olympian*. Para a *Gorham* concebeu o *Fontainebleau*, em 1882; o *Medici* e o *Cluny*, em 1883; o *Old Masters* e o *Nuremberg*, em 1884-85 e o *Mythologique*, em 1894. Este último foi apresentado no Salão de Paris, em 1895 e galardoado com uma medalha de ouro. Heller criou também para a *Gorham* várias peças de mesa dentro do estilo académico que o caracterizou¹⁴. Este *designer* era particularmente admirado pela precisão com que executava os moldes de aço usados na prensa a vapor. O seu talento era comentado pelos críticos de arte franceses com certa cupidez e aclamado pela imprensa com os mais fervorosos elogios, como o periódico *La France* deu nota:

M. Heller is at once an inspired artist, having the gift of style, of grace and of elegance; and a workman possessing a skill without a rival, a hand for which no obstacle exists... Notice how are modeled, posed, and if I dare so to speak, harmonized... the mythological personages of these spoons, engraved in relief upon squares of steel. It is perfection.¹⁵

Em 1884, a loja de Union Square transitou para a prestigiada zona de comércio Ladies Mile da Broadway, n.ºs 889-891, na esquina com a East

14 Cf. Newman 1987: 165.

15 O comentário refere-se ao modelo de faqueiro *Mythologique*, constituído por 72 talheres, decorado com vinte e quatro figuras e cenas mitológicas ao gosto clássico.

“Surprise Endings: Gorham Silver’s *Mythologique*.” Acedido em 18 de dezembro de 2016 em URL:

http://risdmuseum.org/manual/126_surprise_endings_gorham_silvers_mythologique

19th Street e, em 1905, voltou a alterar a localização, desta feita com a construção de um imponente edifício, o n.º 390 da Fifth Avenue, na esquina com a 36th Street, no bairro residencial de Murray Hill. O novo edifício foi um marco na cidade de Nova Iorque, um símbolo da prosperidade industrial da firma e do poder do seu novo presidente, Edward Holbrook (1849-1919) que ocupou o cargo entre 1890 e 1915. A firma continuou em franca expansão, registando um estrondoso desenvolvimento artístico e a consolidação da sua posição dominante na indústria da ourivesaria. A participação nas grandes exposições, como aquela realizada em Paris, em 1900, a de Turim, em 1902 ou a de St. Louis, em 1904; continuou a ser um poderoso meio de divulgação das grandes realizações artísticas, de internacionalização da marca e de conquista de novos públicos.

Logo no início da década, em 1891, William Christmas Codman (1839-1921), *designer* de origem inglesa que já havia consolidado reputação artística nas firmas *Elkington & Co.* de Birmingham e *Cox and Son*, de Londres,¹⁶ assumiu o cargo de *chief designer*, no qual permaneceria até 1914. Na década de 90, produziu massivamente modelos Arte Nova em prata martelada e quando abandonou a atividade, em 1914, o filho, William Codman, sucedeu-lhe no cargo. Na década seguinte, o *designer* dinamarquês Erik Magnussen (1884-1961) admitido em 1925, criou modelos originais *Art Déco* e, a partir de 1927, a icónica e vanguardista linha *Cubic Style*. O celebrado *Cubic Coffee Service*, com as suas facetas geométricas, suscitou enorme fervor quando foi exposto na Fifth Avenue. Foi prontamente descrito pela firma como: [an] “impressionist tea set... based on tall buildings seen from various perspectives and from sun shadows on set-back skyscrapers” e elogiado por refletir “The Lights and Shadows of Manhattan”¹⁷. Contudo, a sua passagem pela *Gorham* foi curta; no final da década abandonou a firma para prosseguir a sua actividade em Chicago.

A Grande Depressão de 1929 e, dez anos mais tarde, a Segunda Grande Guerra, foram para a firma o princípio do fim. A *Gorham* não mais voltaria

16 No final da década de 50, em início de carreira, Codman colaborou com reputados pintores e arquitectos. Angariou notoriedade como desenhador de alfaia litúrgica em prata destinadas a igrejas e catedrais, antes de trabalhar para a *Elkington* e para a *Cox*. Edward Holbrook, último presidente da *Gorham*, contratou-o depois de o ter conhecido numa viagem que realizou à Europa em 1887.

17 Citado por Williams in Williams (ed.), 2019: 193.

ao esplendor do passado. O desfecho ocorreu em 1967, quando a Textron comprou a *Gorham MFG Co.* Esta deixou então de funcionar como negócio independente e os novos proprietários restringiram a qualidade dos produtos. Reduzida a uma parcela de negócio, o que restava da antiga *Gorham* foi revendida pela Textron à *Dansk International Designs*, em 1989, depois comprada pela *Brown-Forman Corporation*, em 1991 e vendida ao *Department 56*, em 2005.

Não obstante as vicissitudes históricas e conjunturais que ditaram o seu progressivo declínio, a *Gorham Manufacturing Company* imprimiu uma marca indelével à indústria da ourivesaria à escala local e global. O seu legado artístico, presente em colecções públicas e privadas, tem o seu mais notável testemunho no RIDS Museum, Rhode Island. Os cerca de 1.800 objectos do século XIX e inícios do século XX que constituem o acervo, “incorporam uma narrativa épica de invenção e reinvenção” na arte de trabalhar a prata. O não menos extraordinário património histórico, industrial e documental sobrevivente, agregado sob a designação *Gorham Manufacturing Company Archive*, custodiado pela John Hay Library, Brown University, Rhode Island, é um fundo de valor inestimável para a história da empresa, bem como para o estudo da sua fecunda e singular produção artística.

1.1. A prata americana no acervo do Palácio Nacional da Ajuda

O núcleo de prata americana, no qual dominam os utensílios associados à mesa, está representado no acervo fundamentalmente por dois fabricantes: a *Gorham Manufacturing Company*, com assinalável prevalência, e a *Meriden Britannia Company*¹⁸. Fora do âmbito deste estudo assinala-se, ainda, a existência na coleção de dez garfos de sobremesa, de cabo liso, modelo dito «violino» (*fiddle pattern*) da autoria do ourives John Curry (act. 1825-1850), natural de Filadélfia, marcados com o monograma da rainha D. Maria II (1819-1853).

18 A *Meriden Britannia Company*, fundada em 1852, em Meriden, Connecticut, especializou-se no fabrico de artigos em *britannia metal*, uma liga de metal branco constituída por estanho, antimónio e cobre e posteriormente revestidos a prata através de banho galvânico. Em 1898, foi adquirida pela *International Silver Company*.



Figura 1 – Serviço de chá e café (9 peças); Gorham Manufacturing Co., Rhode Island, EUA, 1882. Prata, cobre e outros metais, marfim; PNA, Lisboa (fot. de José Paulo Ruas, MMP/ADF)

Os objetos com a chancela da *Gorham*, uns executados em prata, outros em cobre com aplicações de prata, datados de entre 1880 e 1884, constituem um leque relativamente variado no que concerne a tipologias: um serviço de chá e café com 9 peças (fig. 1); 68 talheres de um faqueiro, modelo *Antique Hammered & Applied* (fig. 2); duas mostardeiras com colher (figs. 3 e 4); um pimenteiro e saleiro (fig. 5); três serviços para fumo¹⁹ (figs. 6 e 7); um pratinho para azeitonas (fig. 8); uma tenaz para açúcar (fig. 9); uma poncheira com concha²⁰ (fig. 10); uma tesoura para uvas (fig. 11); uma charuteira (fig. 12); um canivete (fig. 13); uma caneca (fig. 14) e uma bandeja (fig. 15).

19 Dois destes serviços, ambos com quatro peças, apresentam o monograma da rainha D. Maria Pia; um executado em prata, o outro, em cobre com aplicações de prata (este, no acervo do Paço Ducal de Vila Viçosa). O terceiro, com cinco elementos, em cobre com apontamentos de prata, ostenta o monograma do rei D. Luís I.

20 Recipiente em forma de grande taça circular destinada a conter e servir o ponche, bebida alcoólica, habitualmente servida quente, resultante de uma mistura de vinho, aguardente e outros ingredientes como leite, água, açúcar, especiarias ou sumo de fruta. É geralmente acompanhada por uma concha de cabo comprido e, ocasionalmente, por um conjunto de chávenas ou copos.

A *Meriden* tem uma representação bastante menos expressiva: um candeeiro de secretária e um fruteiro, ambos em metal prateado e também datados dos primeiros anos da década de oitenta.

A legalidade e qualidade dos artigos em prata fabricados pela Gorham eram atestadas pela tradicional marca com três símbolos, usada desde meados do século XIX: o leão, como garantia do teor da liga (desde 1868 certificando a *Sterling silver*); a âncora, como símbolo da cidade de Rhode Island e a letra G, em referência ao fabricante. A partir de 1868, a firma introduziu um sistema de letra-data e símbolos para indicar o ano de fabrico e passou a gravar a palavra “STERLING” nas suas peças. Em regra, eram também marcadas com uma referência numérica ou alfanumérica de modelo e, frequentemente, com o nome do fabricante por extenso “GORHAM MFG. Co U.S.A.” No caso de peças em cobre e outros metais, com a inscrição: “STERLING & OTHER METALS.”



Figura 2 – Faqueiro, modelo *Antique Hammered & Applied* (68 talheres); Gorham Manufacturing Co., Rhode Island, EUA, Século XIX (último quartel). Prata e cobre; PNA, Lisboa (fot. de José Paulo Ruas, MMP/ADF)



Figura 3 – Mostardeira com colher; Gorham Manufacturing Co., Rhode Island, EUA, 1883.
Prata, vidro; PNA, Lisboa (fot. de José Pessoa, MMP/ADF)



Figura 4 – Mostardeira com colher; Gorham Manufacturing Co., Rhode Island, EUA, 1882.
Prata e cobre; PNA, Lisboa (fot. de José Paulo Ruas, MMP/ADF)

1.2. A influência da arte japonesa no Ocidente: o Naturalismo moldado à utilidade

A abertura dos portos japoneses aos navios americanos, em 1854, através da assinatura do Tratado de Kanagawa e, quatro anos mais tarde, ao comércio

com outras potências europeias, foi determinante para o futuro do Japão e do Ocidente. Após o Xogunato Tokugawa do *Período Edo* (1600-1868), a nova *Era Meiji* (1868-1912) instaurada após a ascensão ao trono do Príncipe Mutsuhito (1852-1912) sob o título *Meiji Tennō*, ficou marcada não só por cruciais reformas políticas, económicas e sociais, mas também por uma progressiva adaptação do Japão à modernidade da vida ocidental e por uma acelerada industrialização que guindaram o país ao estatuto de potência mundial.

O intercâmbio comercial, decorrente deste novo contexto, fomentou a chegada à Europa e à América de uma plêiade de objetos de irrepreensível qualidade artística, portadores de uma nova gramática ornamental e de um receituário de ancestrais técnicas, apanágio dos artesãos japoneses, que deslumbraram o Ocidente e instigaram a curiosidade de colecionadores, negociantes de arte, artistas e também da indústria. Um novo horizonte abriu-se ao ecletismo da arte ocidental e o interesse pela arte japonesa deixou de estar confinado à mera curiosidade pelo exotismo, para se expandir a outros paradigmas, dominados pela busca da pureza da forma e da essência da cor.

Com a Restauração Meiji, Mutsuhito promoveu a criação de um exército nacional ao estilo ocidental e aboliu a antiga classe dos samurais (*daimyōs*) que dominara durante o governo Tokugawa, interditando os seus membros de usar as tradicionais armas: um par de espadas denominado *daishō*, a *katana* e a *wakizashi* e, ainda, o *tantō*, um punhal de menor dimensão. Estas armas, mais que meros instrumentos para infligir a morte eram, para o samurai, um meio de fazer justiça e o símbolo de uma filosofia de vida guiada pela dignidade e pela honra.

Em virtude do novo contexto, os mestres artesãos altamente qualificados e especializados no fabrico das armas tradicionais, viram-se na contingência de produzir outro tipo de artigos ou de procurar outro meio de subsistência²¹. De entre as armas tradicionais japonesas, objetos de aparato dos

21 Refira-se, como exemplo, a reputada dinastia de apelido Komai, natural de Quioto, especializada na produção de espadas e todo o tipo de guarnições complementares. Após a proibição do uso de armas (1876) Otojiro Komai (act. 1841-1917) intensificou a produção de objetos utilitários e decorativos para o mercado de exportação. Entre 1873 e 1915, os seus artigos gozaram de enorme reputação pelo exímio trabalho de embutidos em ouro e prata (*zōgan*) empregue na ornamentação. A atividade do *atelier*, n.º 33 rua Furumonzen, era complementada com um salão de exposição, n.º 262 rua Shimmonzen, em Quioto. O negociante Ikeda Seisuke, promovia e comercializava os seus artigos em regime de exclusividade. Cf. Sigur 2008: 88-89, 150.

“Smoking Samurai, Collection of japanese cigarette cases”. Acedido em 23 de março de 2019 em URL: http://www.smokingsamurai.com/KOMAI_OTOJIRO.html

séculos XVII e XVIII, as espadas dos samurais nas quais os mestres artesãos se excediam e rivalizavam em virtuosismo técnico e requinte artístico, passaram a ser objetos muito requisitados pelos colecionadores ocidentais. Os guarda-mão (*tsuba*) e os cabos das pequenas facas (*kosuka*) eram admiravelmente trabalhados nos mais diversos metais, através da cinzelagem (*hori*), do recorte (*sukashi*) e dos embutidos (*zōgan*) em ouro e esmalte²².

Com efeito, os *tsuba*, tão apreciados quanto as estampas, rapidamente se tornaram objetos de eleição do colecionismo oitocentista, a par das porcelanas e das lacas orientais, já conhecidas do mercado europeu desde meados do século XVI, fruto da presença dos mercadores portugueses na China e no Japão. As obras de primeira qualidade, foram massivamente exportadas e absorvidas pelos mercados de Paris²³, de Londres²⁴ e, nos finais dos anos 60, pelo de Nova Iorque²⁵.

A primeira grande exibição de arte japonesa ocorre na Exposição Internacional de Londres, em 1862, apresentando mais de 600 objetos da coleção do diplomata inglês Sir Rutherford Alcock (1809-1897), primeiro cônsul-geral no Japão, na designada «Japanese Court»²⁶. A apresentação da sua coleção foi um acontecimento decisivo para a história da arte japonesa no Ocidente e um marco catalisador da corrente japonizante em Inglaterra. As subsequentes mostras internacionais de 1867 e 1878, em Paris, desta feita com a presença de comissários e delegações japonesas, bem como a Exposição Internacional de Viena, em 1873, e a *Metalwork Exhibition* de

22 Cf. Minami 2018: 134.

23 O comércio das “curiosidades” asiáticas floresceu em Paris sob uma panóplia de sugestivos epítetos comerciais: *À l'Empire chinois*, *La Porte chinoise* ou a *boutique E. Desoye*. O alemão naturalizado francês, Siegfried Bing (1838-1905) e o japonês Hayashi Tadamas (1851-1906) eruditos comerciantes e colecionadores, com representantes comerciais do Japão, dominaram o circuito de arte europeu e estenderam a sua influência aos Estados Unidos da América.

24 Em Londres destacou-se a figura do comerciante Arthur Lasenby Liberty (1843-1917) fundador do empório *Liberty & Co.* (1875) dedicado ao negócio de objectos, mobiliário e têxteis, muitos importados do Japão. A colaboração de renomados *designers* como Christopher Dresser (1834-1904) e E.W. Godwin (1833-1886) foi crucial para o sucesso da firma.

25 O comércio de artigos japoneses proliferou por todo o território dos Estados Unidos, quer através de lojas de proprietários americanos, quer de imigrantes empreendedores. Em Nova Iorque, a Fifth Avenue concentrou mais de vinte lojas da especialidade. William Sturgis Bigelow (1850-1926), Edward S. Morse (1838-1925) e Ernest Fenollosa (1853-1908) colecionadores e proeminentes figuras do meio intelectual foram determinantes neste contexto. Cf. Sigur 2008: 63-89.

26 Cf. Gay-Mazuel 2018: 21; Tsoumas 2020: 23-36.

Nuremberga, em 1885, esta última com 492 obras nipónicas, vieram intensificar as manifestações de admiração pela vaga do japonismo²⁷. A *Centennial International Exhibition* de Filadélfia, em 1876, gerou um enorme interesse pela arte japonesa e constituiu um marco decisivo para a sua divulgação nos Estados Unidos, desencadeando a transformação do movimento estético e a assunção de um novo *design*. Os desenhos não convencionais, a perícia revelada no forjar e cinzelar dos metais, na aplicação de embutidos, na criação de patines artificiais e na forma inovadora como os artesãos davam cor ao ferro, aço, chumbo, bronze, cobre, ouro, prata e outros metais menos vulgares, foram uma inesgotável fonte de inspiração tanto para os artistas europeus como para os americanos e, em particular, para os fabricantes de ourivesaria.

Em finais da década de 60, as referências japonesas foram avidamente absorvidas pela *Gorham* e pela *Tiffany*, resultando, por um lado, numa adaptação inovadora de motivos decorativos, técnicas e materiais a objetos ocidentais e, por outro, numa assimilação de formas tipicamente japonesas adaptadas ao Ocidente. O entusiasmo perante este fantástico universo e a enorme vontade de superar o virtuosismo técnico e artístico outrora alcançado pelos artesãos nipónicos, ficaram patentes nas palavras de Charles Tiffany que, de forma categórica, garantia que aquilo que tinha para oferecer seria “even more Japanese than the Japanese themselves”²⁸.

O *design* japonisante, aplicado às linhas de artigos de maior prestígio e direcionado a uma clientela abastada, era complementado com uma infinidade de motivos decorativos colhidos da natureza, tais como borboletas, libélulas, pássaros exóticos, dragões, tartarugas, moluscos, carpas, aranhas, leques, flores, sofisticados padrões têxtil e tantas outras figuras copiadas diretamente dos mestres das estampas japonesas de estilo *Ukiyo-e*²⁹, como a

27 O termo “japonismo” terá sido empregue pela primeira vez, em 1870, pelo colecionador e crítico de arte Philippe Burty (1830-1890) para designar a influência da arte do extremo oriente sobre a arte ocidental. Tratou-se, na verdade, da formalização de uma tendência pré-existente e progressivamente consolidada desde meados do século.

28 Citado por Sigur 2008: 154.

29 O termo “*Ukiyo-e*” designa, em sentido literal, «retratos do mundo flutuante» e é vulgarmente aplicado à estampa japonesa, um género de xilogravura e pintura que prosperou no Japão entre os séculos XVII e XIX, apreciado pela classe mercante do período Edo. Está ligado à conceção budista dos prazeres efémeros da vida quotidiana, definida por Asai Ryōi (1661) nos seus «Contos do mundo flutuante» (*Ukiyo monogatari*): “Viver unicamente o momento presente, dar-se por inteiro à contemplação da lua, da neve, da flor de cerejeira e da folha da árvore [...] derivar como uma cabaça sobre as águas do rio, é o que se chama *ukiyo*”. Citado por Bouquillard 2025: 44.

coletânea de desenhos de Hokusai *Manga*³⁰, com as suas captações ousadas e objetivas da realidade, ou as gravuras de *Hiroshige*³¹, numa abordagem mais poética e intimista. Os artistas e *designers* da *Gorham* tinham acesso a uma importante biblioteca de arte com centenas de livros ilustrados sobre a arte de diversas épocas e culturas, cujo acesso era incentivado pela própria firma. O fundo sobre arte japonesa, adquirido na década de 1860-70, contava, pelo menos, com sete volumes da coletânea de Katsushika Hokusai *Manga*, bem como com edições críticas, francesas e inglesas sobre o tema.

1.3. Os metais combinados, o cobre e a prata martelada

De entre as ancestrais técnicas japonesas aplicadas aos metais, as combinações de cor, de relevo e de textura eram as que mais interesse suscitavam, muito em particular a primeira, pela perícia exigida nas subtis e camaleónicas gradações de cor conferidas ao ouro, cobre, ferro, aço, prata e outras ligas, consoante a variabilidade dos constituintes. Depois de aturadas experiências, os artífices americanos lograram recuperar as tradicionais ligas japonesas, de deslumbrante efeito visual, como a *shibuichi*, um cinzento prateado, composto por uma mistura de cobre e, pelo menos, um quarto de prata, ou a *shakudō*, um preto azulado ou de reflexos violeta, consoante a quantidade variável de ouro adicionada ao cobre, chumbo, arsénico e ferro, ou ainda, a *kuromido*, um lustroso e intenso preto visualmente muito semelhante à *shakudō*, mas menos dispendiosa porque maioritariamente constituída por cobre e 1% de arsénico. Estas ligas eram posteriormente submetidas a um composto indutor de patine, o *rokushō*, que permitia acentuar e diversificar os efeitos na superfície do metal.

Entre 1875 e 1880, a *Gorham* notabilizou-se pelo trabalho verdadeiramente inovador dos *mixed-metals* (metais combinados), criando um sedutor

30 A enciclopédica *Manga* de Katsushika Hokusai (1760-1849) reunida em 15 volumes, compreende perto de 4000 desenhos, originalmente executados a tinta e pincel, de grande virtuosidade gráfica e formal e de diversa temática. Foi editada entre 1814 e 1878 (os dois últimos volumes póstumos).

31 Utagawa Hiroshige (1797-1858) notabilizou-se pela gravura de paisagem, laboriosamente explorada nas coletâneas *As cinquenta e três estações de Tokaido* e *Cem vistas de Edo*. Ficou também conhecido pelas representações de peixes, pássaros e flores (género conhecido por *Kacho-e*).

efeito decorativo pela conjugação da prata com outros metais, num variado leque de ligas e patines e, em 1881, introduziu a designada *Art line*, uma linha artística de produção de artigos em cobre, enriquecidos com motivos decorativos aplicados e/ou embutidos, em prata. A subtil elegância destes apontamentos num trabalho refinado e tecnicamente irrepreensível para realçar a beleza de um metal menos dispendioso colheu, também ela, a sua inspiração direta no gosto japonês e no conceito subjacente à conceção artística, contrário ao Ocidente, de não hierarquizar as matérias em função do seu valor. Os objetos eram produzidos pelos prateiros da firma com o mesmo rigor, qualidade e beleza do tradicional fabrico em metal nobre. Frequentemente martelado e polido, o cobre era produzido com grande mestria numa variada gama de tons, desde o vermelho mais quente, passando pelo castanho-claro até ao castanho mais escuro, o que conferia a estes objetos um indescritível charme, muito apreciado à época. Os elevados custos deste segmento de produção, pela exigente mão-de-obra que envolvia, direcionou a sua oferta a um público restrito, com capacidade para apreciar e adquirir objetos conotados com uma aura de luxo. A sua produção foi relativamente pequena e a maioria destas peças datam de entre 1881 e 1884.

A linha *hammered silver* (prata martelada), que envolvia muitas horas de trabalho artesanal e cujos custos de produção eram igualmente dispendiosos, foi uma das de maior prestígio, sucesso comercial e reputação internacional da *Gorham*. As superfícies marteladas da prata pretendiam imitar as delicadas texturas e o efeito contrastante da decoração observados nos protótipos japoneses, conferindo aos objetos um aspeto de que tinham sido produzidos manualmente. Esta técnica de acabamento, terá sido introduzida nos Estados Unidos c.1876 por um artesão americano que trabalhava na *Tiffany & Co.*, em Nova Iorque, o mesmo que alguns anos mais tarde, c.1883, transitou para a *Gorham*, em Providence, onde implementou e desenvolveu a sua prática. Apesar do consenso generalizado em torno da teoria de que só nos alvares da década de oitenta a *Gorham* teria implementado esta técnica, é também admitido que não só a *Tiffany*, mas também a *Gorham*, já produziam peças marteladas em 1877³².

O poder aquisitivo de uma clientela sofisticada e erudita, aliado às capacidades industriais dos fabricantes que inquestionavelmente lideraram o

32 Carpenter 1982: 107; Purcell 2011: 86.

setor, a *Tiffany & Co.* e a *Gorham Manufacturing Co.*, alavancaram o estilo japonizante e ditaram a sua moda, numa espiral de euforia que atingiu o seu auge na década de 1880.

A forte influência estilística e técnica da arte japonesa nas artes decorativas do Ocidente, na segunda metade do século XIX, quer nos Estados Unidos, quer na Europa, revelar-se-ia precursora da Arte Nova e da filosofia subjacente ao movimento *Arts & Crafts*.

2. O gosto americano de uma rainha

Profundamente interessada na produção artística do seu tempo, a rainha D. Maria Pia gostava especialmente do estilo Luís XV, evocado pelos prateiros e fabricantes europeus mais afamados da sua contemporaneidade, os franceses em particular, numa linguagem revivalista de grande mestria. Tanto no que ao estilo diz respeito, como à origem das obras, foi esta a linha de força que claramente orientou as suas aquisições para o Paço da Ajuda³³ ao longo de todo o reinado³⁴ e para o *Chalet* do Estoril, local de aprazível recolhimento após a morte do rei D. Luís³⁵. A despeito desta tendência, o afincio que a soberana colocou no cultivo de um gosto pessoal apurado e esclarecido, levou-a a enveredar por caminhos menos convencionais, muito para além daquilo que eram as tendências da arte e dos ecletismos que pautavam o gosto europeu. O carácter absolutamente inovador da prata americana, por comparação com o contexto da produção artística europeia neste ramo das artes decorativas, é também aquele que naturalmente distingue aquelas peças dentro da própria coleção, em relação às demais proveniências que fizeram as preferências da rainha D. Maria Pia.

33 O Palácio da Ajuda foi escolhido para residência permanente da família real após o casamento de D. Luís (1838-1889) com a princesa italiana D. Maria Pia de Savoia (1847-1911), em 1862. Aqui nasceram o príncipe real D. Carlos e o infante D. Afonso. Após a morte do soberano, em 1889, D. Maria Pia e D. Afonso nele permaneceram até à instauração do regime republicano e consequente exílio da família real em 1910.

34 Sobre o gosto da rainha D. Maria Pia pelo estilo Luís XV e a relevância deste na decoração dos interiores do Paço da Ajuda vd. Andrade 2009.

35 O *Chalet* do Monte Estoril, também conhecido por Paço do Estoril ou *Chalet* da Rainha, foi adquirido por D. Maria Pia em 1893. A soberana ocupou-se pessoalmente da sua decoração e habitou-o por períodos alargados entre 1894 e 1910. Aqui gostava de se refugiar e foi esta a sua segunda morada para além do Paço da Ajuda.

Os objetos que a soberana adquiriu à firma *Gorham* na primeira metade da década de oitenta, de singular linguagem estética e manifesto *design*, foram sem dúvida uma escolha pessoal arrojada. Como que dotados de forte personalidade e certo virtuosismo sedutor, deixam ao mesmo tempo transparecer sinais de uma sensibilidade feminina aguçada e de um gosto vanguardista e sofisticado. Neles está patente a mestria e superior capacidade técnica dos ourives da *Gorham* que de forma eloquente e, ao mesmo tempo, singular souberam materializar nos objetos de prata a nova concepção estética resultante da influência da arte japonesa contemplando, por vezes de forma subliminar, outras tendências emergentes nesta segunda metade do século XIX. Atente-se, por exemplo, à essência da forma dos principais objetos que compõem o serviço de chá e café (chaleira, bule, cafeteira, açucareiro, leiteira) – a de uma matriz globular contida – que denuncia uma inspiração nos princípios construtivos que nortearam as criações do *designer* de Glasgow, Christopher Dresser³⁶, para os fabricantes Hukin & Heath, de Birmingham e Londres, em 1878, e James Dixon & Sons, de Sheffield, em 1880³⁷. Com efeito, os seus desenhos refletem claramente a assimilação da cultura japonesa decorrente da viagem que empreendeu ao Japão em 1876.

É inequívoca a habilidade com que os ourives da *Gorham* transferiram para a prata o realismo quase fotográfico dos admiráveis cachos de uvas com os seus troncos de videira e parras – autênticas esculturas tridimensionais – que ornamentam a poncheira e o serviço de chá e café ou, ainda, o ramo de abrunheiro da cafeteira que, partindo da charneira, desce pelo colo e vem delicadamente repousar sobre o bojo. Os *mixed-metals* conferem-lhes uma impactante beleza. Diretamente inspirados na fauna e flora de Hokusai, são dignos de referência os troncos de bambu que decoram as asas e bicos das peças daquele serviço, bem como uma variedade de delicadas reproduções de espécies botânicas e animais em baixo-relevo que são aplicadas sobre a superfície da prata. Entre estes últimos estão as borboletas, os grou, as andorinhas, os mochos e uma variedade de insetos

36 O *designer* Christopher Dresser (1834-1904) desempenhou um papel crucial na difusão do culto pelo Japão e consequente reforma operada no *design*, através dos seus textos, palestras e peças que desenhou para os vários fabricantes. Em parceria com Charles Holme fundou a empresa *Dresser & Holme*, 7 Farrington Road, Londres, em 1879, dedicada à importação de artigos japoneses.

37 Lyons 2005: 181-216.

que, ora estacionários, ora em pleno voo, dinamizam o cenário decorativo. Torna-se evidente, ainda no caso deste serviço, o gosto pela assimetria na composição decorativa das diferentes peças. O contraponto a um motivo de maior dimensão pode estar na delicadeza e graça de um pequeno inseto. O mesmo rigor na representação da natureza está patente num simples ramo de morangueiro sobrevoado por duas andorinhas e noutras espécies botânicas que convivem com borboletas, gafanhotos e aves, na decoração do serviço de fumo marcado com o monograma da soberana. Já aquele outro serviço, em cobre, marcado com o monograma do rei, para além dos motivos de fauna e flora, aplicados, em prata, apresenta ainda pequenos medalhões embutidos, figurando personagens do mundo urbano. Estes elementos eram fundidos separadamente e depois aplicados numa cavidade circular, recortada à medida, onde eram soldados³⁸. Estes medalhões são diretamente inspirados nos motivos decorativos encerrados em círculos adotados pela arte japonesa e frequentemente combinados com padrões geométricos. A forma inovadora como esta matriz da arte nipónica é transposta para o metal é mais um exemplo da mestria e da superior capacidade de reinvenção dos artesãos da Gorham.

Não será, pois, difícil conceber que a rainha D. Maria Pia se tenha rendido ao fascínio não apenas deste universo artístico inovador e aos seus caminhos exploratórios de aproximação à natureza, mas também aos cambiantes de cor dos diversos metais e à contagiante fantasia poética que emana das criações *Gorham*.

Embora não nos seja possível determinar em que ocasião a Casa Real terá, pela primeira vez, demonstrado o seu interesse pela produção artística dos fabricantes americanos de ourivesaria, podemos, contudo, supor que tal possa ter ocorrido como consequência da propaganda às exposições universais. Por outro lado, sabendo que entre os meses de junho e dezembro de 1883 D. Maria Pia empreendeu, com D. Carlos e D. Afonso, uma viagem pela Europa para a formação dos príncipes, é também possível que no decorrer desse período algo tenha interpelado a sua sensibilidade. Certo é que, a 18 de junho de 1884, após a formalização das encomendas de objetos para a rainha D. Maria Pia, a *Gorham Manufacturing Co.* e a *Meriden Britannia Co.*

38 Cf. Williams in Williams (ed.), 2019: 176.

foram agraciadas, por alvará régio, com o título honorífico de Fornecedor da Casa Real Portuguesa³⁹.

A julgar pelo estatuto privilegiado de que gozavam e por aquilo que alguma documentação coeva evidencia terão sido, com muita probabilidade, os Joalheiros da Coroa Leitão & Irmão⁴⁰ a assegurar os primeiros contactos com a *Gorham Manufacturing Company*, promovendo a divulgação dos artigos e modelos comercializados pelo fabricante americano junto da família real e de clientes nacionais mais abastados.

O informado sentido estético de D. Maria Pia, instruído e modelado pelo gosto dos historicismos oitocentistas que atingiram o seu auge de popularidade durante o Segundo Império francês (1852-1870) está hoje patente, não apenas nos interiores do Palácio Nacional da Ajuda, que espelham os ideais de conforto doméstico difundidos sob Napoleão III, como também no seu extraordinário acervo – de grande qualidade artística e pluralidade de proveniências – em tudo equiparável ao de outros palácios reais europeus. Perfeitamente alinhada com o gosto esclarecido das elites, a rainha D. Maria Pia assumiu com empenho um papel de relevo no lar, dotando-o de uma plêiade de equipamentos e objetos, desde os mais elementares até àqueles outros de maior sofisticação. Se, por um lado, os objetos de mesa que encomendou à *Gorham* são fruto da mecanização e de uma maior difusão de modelos e novidades num contexto incentivado também pela progressiva adoção do «serviço à russa», não podemos deixar de enfatizar a opção da soberana em incluir na lista de objetos requisitados três serviços de fumo demonstrando que, também neste particular, estava em sintonia com os novos tempos em que o uso do tabaco se vulgarizou e o ato de fumar tomou conta dos momentos de convívio e lazer no interior do lar. Muito embora este fosse um hábito socialmente reprovável entre o género feminino, a verdade é que algumas faturas de fornecedores em Lisboa, tais como a *Tabacaria Americana*⁴¹ e a *Tabacaria Monaco*⁴², atestam o fornecimento de charutos à rainha D. Maria Pia durante a década de 90.

39 No ano anterior, a 20 de março, a Casa Real portuguesa havia já concedido o título à célebre *Tiffany & Co.* Cf. Matos 2009: 182 e 183.

40 Sobre a Casa Leitão & Irmão vd. Maranhas 2009: 113 a 129.

41 AN/TT, C.R., Cx. 7028.

42 AN/TT, C.R., Cx. 7115.

Transversal às coleções do Palácio Nacional da Ajuda, a vaga do japonismo revela-se, de um modo mais ou menos explícito, numa infinidade de objetos, na sua maioria, adquiridos pela rainha aos seus fornecedores de eleição fora de Portugal, quer a importadores de artigos vindos diretamente do Japão, quer a fabricantes, à distância ou no decurso das suas viagens pela Europa, entre o último quartel do século XIX e inícios do século XX.

São disso exemplo dois cachimbos japoneses (*kiseru*), em prata e outros metais, adquiridos a *J. Weidman*⁴³, em Viena, em 1888⁴⁴ ou, ainda, os emblemáticos *Grous* japoneses (*Grou japonensis* ou Grou-da-Manchúria) esculturas de grande porte em bronze, expostos no Jardim de Inverno, adquiridos ao empório *Fratelli Guglianetti Nipoti di Janetti*⁴⁵ de Milão, no mesmo ano⁴⁶. Relativamente aos objetos associados à mesa, destacamos a existência de doze bandejas lacadas⁴⁷, de média e pequena dimensão, sete das quais provenientes do estabelecimento *Tognacca & Giglio Tos* de Turim, adquiridas, provavelmente, entre o final da década de 90 e os primeiros anos de 1900⁴⁸. Reveladora da disseminação da vaga do japonismo aos mais triviais objetos, é uma Caixa de doces ou chocolates em madeira lacada de negro, decorada

43 A fundação da empresa remonta a 1830. No decorrer da segunda metade do século XIX, Joseph Weidman (1844-1905) assumiu a liderança da firma sob a designação comercial homónima. Sediada no n.º 7, Badenbergerstraße, em Viena, a sua especialidade residia no fabrico de artigos revestidos a couro. Forneceu a corte imperial e real Austro-Húngara e a corte Grega. Em fevereiro de 1905, o inventário comercial da empresa foi liquidado em hasta pública.

Cf. *Auktions Katalog* [...]. Acedido em 25 de setembro de 2025 em URL: <https://doi.org/10.11588/diglit.32828#0007>

44 AN/TT, A.H.M.F., C.R., Cx. 7009.

45 Fornecedor da Casa Real italiana, sediado na esquina entre a Av. Vittorio Emanuele e a Via S. Paolo, n.º 2. Milão. É referenciado sob a categoria *Chincaglierie di lusso* (literalmente Bugiangas de luxo) no *Guia da cidade de Milão e Subúrbios de 1881*. Cf. *Nuova Guida della città di Milano e Sobburchi*, 1881. Acedido em 23 de setembro de 2025 em URL: <https://dn720908.ca.archive.org/0/items/nuovaguidadellac00sava/nuovaguidadellac00sava.pdf>

46 AN/TT, A.H.M.F., C.R., Cx. 6954.

47 Tavares 2018: 114-133. Vd. Também APNA, 4.3.2, Cx. 2, cap. 16, Doc. 23.

48 Inicialmente sediado no n.º 5 rua Garibaldi, o estabelecimento *Tognacca & Giglio Tos* dedicava-se à importação e venda de artigos japoneses, como livros ilustrados, produtos artesanais e utensílios domésticos. O negócio é pela primeira vez mencionado no ano de 1897. Em 1899, é referenciado no n.º 10 rua Pietro Micca. Participou na Exposição Universal de Turim, em 1902 e o Sr. Giglio-Tos foi nomeado delegado da comissão artística para a secção japonesa. Cf. LANZA, 2023: 311-324. O PNA conserva na sua coleção de documentos gráficos um cartão comercial da firma: “TOGNACCA e GIGLIO-TOS / Via Pietro Micca, 10, Torino / Importazione di Merci / dal GIAPPONE / e dalla CHINA / 1.ª Exposizione Internazionale / d'Arte Decorativa Moderna. Torino 1902 / SEZIONE GIAPPONESE / Organizzatori e Rappresentati Generali”.

a ouro com pássaros e cesta com ramagens e bagas de fruto, sobre a tampa. O selo do fornecedor – renomado fabricante de confeitaria fina – não deixa margem para dúvidas: “Au Fidèle Berger, 16 Boulev^d Sébastopol, Paris”. Certamente uma oferta à rainha ou aquisição concretizada pela própria que sabemos ter sido apreciadora dos bons chocolates parisienses.

São muitos os serviços de mesa em porcelana e de copos em cristal do acervo do Palácio Nacional da Ajuda provenientes de grandes fabricantes europeus cuja produção, em moldes industriais e inspirada pela arte japonesa, cativaram a atenção da rainha D. Maria Pia. Citamos como exemplos o Serviço de sobremesa, de chá e café, para doze pessoas, compreendendo 112 peças, em porcelana branca decorada a ouro de três tons com hastes de pessegueiro em flor, pássaros e borboletas, da fábrica *Pirkenhammer*, na Boémia e o Licoreiro com dez peças, em cristal incolor, decorado a ouro com crisântemos e malmequeres, da fábrica *Cristalleries de Baccarat*, em França.

A prata americana da *Gorham Manufacturing Company* encomendada pela soberana encontrou pois no Palácio da Ajuda um espaço residencial oitocentista muito próprio, onde desempenhou um papel atuante no quotidiano da Casa Real, em convivência próxima e em plena sintonia com as demais artes coevas que deram expressão a toda uma época rendida aos encantos do japonismo.



Figura 5 – Saleiro e Pimenteiro; Gorham Manufacturing Co., Rhode Island, EUA, 1882. Prata; PNA, Lisboa (fot. de José Paulo Ruas, MMP/ADF).



Figura 6 – Serviço para fumo (4 peças); Gorham Manufacturing Co., Rhode Island, EUA, 1884.
Prata e cobre; PNA, Lisboa (fot. de José Paulo Ruas, MMP/ADF)



Figura 7 – Serviço para fumo (5 peças); Gorham Manufacturing Co., Rhode Island, EUA, 1884.
Cobre e prata; PNA, Lisboa (fot. de José Paulo Ruas, MMP/ADF)



Figura 8 – Azeitoneira; Gorham Manufacturing Co., Rhode Island, EUA, 1882. Prata; PNA, Lisboa (fot. de José Paulo Ruas, MMP/ADF)



Figura 9 – Tenaz para açúcar; Gorham Manufacturing Co., Rhode Island, EUA, (s.d.). Prata; PNA, Lisboa (fot. de José Paulo Ruas, MMP/ADF)



Figura 10 - Poncheira com concha; Gorham Manufacturing Co., Rhode Island, EUA, 1884. Prata e outros metais; PNA, Lisboa (fot. de José Paulo Ruas, MMP/ADF).



Figura 11 - Tesoura para uvas; Gorham Manufacturing Co., Rhode Island, EUA, (s.d.). Prata, aço; PNA, Lisboa (fot. de José Paulo Ruas, MMP/ADF)



Figura 12 – Charuteira; Gorham Manufacturing Co., Rhode Island, EUA, Século XIX (último quartel). Prata, ouro; PNA, Lisboa (fot. de José Pessoa, MMP/ADF)



Figura 13 – Canivete; Gorham Manufacturing Co., Rhode Island, EUA, Século XIX (último quartel). Prata, aço; PNA, Lisboa (fot. de José Paulo Ruas, MMP/ADF)



Fig. 14 – Caneca; Gorham Manufacturing Co., Rhode Island, EUA, 1880. Prata; PNA, Lisboa
(fot. de José Pessoa, MMP/ADF)



Fig. 15 – Bandeja; Gorham Manufacturing Co., Rhode Island, EUA, 1884. Prata; PNA, Lisboa
(fot. de José Paulo Ruas, MMP/ADF)

Considerações finais

Após a sua chegada a Portugal, a rainha D. Maria Pia empenhou-se com particular tenacidade na concretização de melhorias à condição de habitabilidade e conforto do Palácio da Ajuda. As suas preocupações neste âmbito traduziram-se não apenas na conversão física dos espaços, conferindo-lhes maior comodidade, mas também na conveniência material dos seus equipamentos e acervo, este, de abrangência artística e utilitária. O seu protagonismo na gestão do espaço doméstico e provimento das suas necessidades, foi uma constante até à partida para o exílio. O legado que deixou é revelador do seu perfil, o de uma mulher comprometida com a modernidade e alinhada com o gosto das elites europeias e transatlânticas da sua época. A prata Gorham Manufacturing Co., a par de outros pequenos e grandes conjuntos de mesa de sua propriedade particular e reconhecido valor artístico revela, simultaneamente, um universo de luxo e aparato, atributos inerentes à sua condição de rainha.

Agradecimentos

Um agradecimento muito especial é devido à Professora Doutora Inês de Ornellas e Castro, pelo seu contributo e pela sua revisão de texto.

Referências na internet

- Auktions-Katalog: Liquidation des gesamten Geschäftslagers der Firma J. Weidman, K. u. K. Hof- und Kammerlieferant, Wien I., Babenbergerstrasse 7; Versteigerung: Dienstag, den 21. Februar 1905 und die folgenden Tage, Wien, 1905*
Acedido em 25 de setembro de 2025 em URL: <https://doi.org/10.11588/diglit.32828#0007>
- Nuova Guida della città di Milano e Sobborchi, 1881.*
Acedido em 23 de setembro de 2025 em URL: <https://dn720908.ca.archive.org/0/items/nuovaguidadellac00sava/nuovaguidadellac00sava.pdf>
- Williams, Elizabeth A., “Surprise Endings: Gorham Silver’s Mythologique”. *Manual / a resource about art and its making*, RISD Museum, Providence, RI.
Acedido em diversas datas em URL: http://risdmuseum.org/manual/126_surprise_endings_gorham_silvers_mythologique

Fontes manuscritas

Lisboa, Arquivo do Palácio Nacional da Ajuda (APNA), 4.3.2., Cx. 2, Cap. 16, Doc. 23, *Compras Turin Japonais*, s.d.

Lisboa, Arquivo Nacional da Torre do Tombo (ANTT), Casa Real, Cx. 7009.

Lisboa, AN/TT, Casa Real, Cx. 6954, Doc. Factura *Flli. Guglianetti, 28 Novembre 1888*.

Lisboa, AN/TT, Casa Real, Cx. 7028, Doc. Factura *Tabacaria Americana*, 14 de agosto de 1895.

Lisboa, AN/TT, Casa Real, Cx. 7115, Doc. Factura *Tabacaria Monaco*, 1 de janeiro de 1899.

Bibliografia

Andrade, Maria do Carmo Rebelo de (2009), “Paul Sormani e o estilo Luís XV. Os móveis preferidos da rainha D. Maria Pia” in *Revista de Artes Decorativas*, n.º 3. Porto: CITAR/UCP: 193-229.

Andrade, Maria do Carmo Rebelo de (2011), *Maria Pia de Sabóia, Rainha de Portugal. Fotobiografia*, Lisboa: Instituto dos Museus e da Conservação/Palácio Nacional da Ajuda.

Baatäsch, Henri-Alexis (2014), *Hokusai Le fou de dessin*. Paris: Éditions Hazan.

Bouquillard, Jocelyn (2025), “Images d’eau, cascades, ponts et rivières.” Hokusai, *Dossier de l’Art*, n.º 330. Paris: Editions Faton: 42-51.

Brécourt-Villars, Claudine (2023), “Service”. *Mots de table, mots de bouche. Dictionnaire étymologique et historique du vocabulaire classique de la cuisine et de la gastronomie*, La table Ronde: 385-386.

Carpenter, Charles H. Jr. (1982), *Gorham Silver 1831-1981*. New York: Dodd, Mead & Company.

Culme, John (1987), *The Directory of Gold & Silversmiths Jewellers & Allied Traders 1838-1914 from the London Assay Office Registers*. Volume I, The Biographies, England: Antique Collector’s Club.

Gay-Mazuel, Audray (2018), “Les « Athéniens de l’Extême Orient » à Paris. Le Japon aux expositions universelles, 1867-1925” in Béatrice Quette (dir.) *Japon Japonismes* [catálogo de exposição], Paris: Musée des Arts Décoratifs, 21-29.

Holbrook, John S. (1913), *Brief History of the Gorham Mfg. Company*. New York: Gorham.

Hough, Samuel J. (1991), “Winning the Grand Prix, Paris 1900. A Martelé Silver Dressing Table by Gorham.” *Sotheby’s Preview*, January-February: 34-35.

- Lanza, Eleonora (2023), “Dai volumi illustrati giapponesi alla storia del negozio di Tognacca e Giglio-Tos di Torino nel contesto artistico lombardo-piemontese tra fine Ottocento e inizio Novecento” in Giacomo Calorio, Gianluca Coci, Veronica De Pieri et alii (eds.) *Nuovi sguardi sul Giappone. Miti, incantesimi, ambiente e drammi*. Bolonha: CLUEB, 311-324.
- Lyons, Harry (2005), *Christopher Dresser. The People's Designer 1834-1904*. Suffolk: Antique Collectors' Club.
- Maranhas, Teresa (2009), “A Coleção da Casa Leitão & Irmão no acervo do Palácio Nacional da Ajuda”, in *Actas do II Colóquio Português de Ourivesaria*. Porto: Universidade Católica Portuguesa, 113-129.
- Matos, Lourenço Correia de (2009), *Os Fornecedores da Casa Real 1821-1910*. Lisboa: Dislivro Histórica.
- Mc Fadden, David Revere (1994), “Historicisme et exotisme. L'Argenterie à Boston, New York, Providence et Philadelphie au XIX^e siècle” in Catherine Arminjon (dir.) *L'Orfèvrerie au XIX^e Siècle : Rencontres de l'Ecole du Louvre*, Paris: La Documentation Française, 285-292.
- Minami, Azuka (2018), “Les montures de sabre” in Béatrice Quette (dir.) *Japon Japonismes* [catálogo de exposição], Paris: Musée des Arts Décoratifs, 134-137.
- Newman, Harold (1981), *An Illustrated Dictionary of Jewellery*. London: Thames & Hudson Ltd.
- Newman, Harold (1987), *An Illustrated Dictionary of Silverware*. London: Thames & Hudson Ltd.
- Purcell, Katherine (2011), *Japonisme: From Falize to Fabergé. The Goldsmith and Japan* [catálogo de exposição], London: Wartski.
- Sigur, Hannah (2008), *The Influence of Japanese Art on Design*. Utah: Gibbs Smith.
- Tavares, Maria José Gaivão de (2018), “O Japão no Palácio Nacional da Ajuda” in Curvelo, Alexandra & Pinto, Ana Fernandes (coord.), *Uma História de Assombro. Portugal-Japão, Séculos XVI-XX* [catálogo de exposição]. Lisboa: Palácio Nacional da Ajuda.
- Tsoumas, Johannis (2020), “The Japanese artifacts display at the 1862 Great London Exposition: An overview.” *Central Asian Journal of Art Studies*, N1: 23-36.
- Turner, Eric (1991), “American Silver”. *The Collector*, London: Tadema Gallery.
- Williams, Elizabeth A. (ed.), (2019), *Gorham Silver. Designing Brilliance 1850-1970* [catálogo de exposição]. Rhode Island, RISD Museum, New York, Rizzoli Electa.
- Wilson, John (1994), *Miller's Antique Checklist: Silver & Plate*. London: Judith and Martin Miller.

Catálogos

- A América na Ajuda. Peças Americanas no Palácio Nacional da Ajuda* [catálogo da exposição]. Lisboa: Palácio Nacional da Ajuda, 1985.

American Silver in the Palácio Nacional da Ajuda [catálogo da exposição]. Norfolk, Virginia: The Chrysler Museum, 1994.

Tesouros Reais [catálogo da exposição]. Lisboa: Palácio Nacional da Ajuda / Instituto Português do Património Cultural, 1992.