

A Coleção do Património Energético da Fundação EDP:

Os folhetos publicitários da autoria de Gabriel Ferrão

- Ivone Maio

As histórias da Eletricidade andam em torno da evolução técnica, dos desenvolvimentos científicos, dos acontecimentos, das descobertas, das invenções, das pessoas, das suas prodigiosas consequências e de como mudou o mundo, a sociedade e os costumes. Há também uma narrativa que liga a Eletricidade à Publicidade.

Foi esta relação que fez com que a Eletricidade se tivesse vulgarizado e instalado no quotidiano, convertendo-a num artigo de primeira necessidade e de bem-estar.

radiadores, etc., que dependiam de um só fio ligado à eletricidade para trabalharem, não faziam parte do quotidiano das populações. Foi preciso criar uma estratégia de consumo, ou seja, conceber uma mensagem que deveria convencer, seduzir, atrair, cativar, influenciar, argumentar, explicar e demonstrar. A publicidade tornar-se-ia num fator crucial para massificar a utilização de aparelhos elétricos e instalar a energia elétrica no quotidiano. Todas as estratégias concebidas procuraram informar sobre as vantagens da nova energia.

Muitas empresas que produziram e/ou distribuíram a energia elétrica, aventuraram-se nos campos da publicidade e propaganda. Exemplo disso foi a sociedade Companhias Reunidas de Gás e Electricidade (CRGE), em Portugal.

Constituída em 1891 para *iluminar com luz elétrica a cidade de Lisboa e arredores* (isto é, fazer chegar às casas, aos estabelecimentos comerciais e industriais e às ruas a energia elétrica), a CRGE criou, desde o seu início, um serviço próprio destinado à conceção de campanhas promocionais da eletricidade. Este



Nas primeiras décadas do século XX, ferros de engomar, torradeiras, ventoinhas, frigoríficos, máquinas de lavar roupa, secadores, aspiradores,

serviço foi responsável por estruturar e desenvolver toda a ação publicitária da empresa.

Recorrendo por vezes a agências publicitárias, à colaboração de famosos artistas modernistas e ilustradores da época e à importação de publicidade estrangeira, a CRGE desenvolveu uma intensa atividade gráfica que criou vários objetos (como por exemplo, folhetos ou panfletos, cartazes, anúncios de imprensa, decoração de montras, etc.).

O emprego de palavras como, por exemplo, *útil* ou *utilidade*, *liberta* ou *liberdade*, *conforto*, *comodidade*, *segurança*, *higiene*, *saúde*, *bem estar*, *rapidez*, *facilidade*, *modernidade*, a par do uso de imagens, como por exemplo, a figura semi-humanizada a partir dos anos de 1940 conhecida como o *Faísca*, expressavam ideias-chave que a empresa pretendia transmitir e ligavam a eletricidade a uma mensagem de progresso e modernidade.

A imagem tornar-se-ia uma ferramenta de publicidade, valendo-se do desenho, da ilustração, da caricatura, do lettering e da tipografia. Deixaria de ser somente um apoio ilustrativo do produto para se tornar na base para a compreensão e interpretação da mensagem que se queria passar. O objetivo era que o público fizesse rapidamente a associação imagem/produto/empresa.

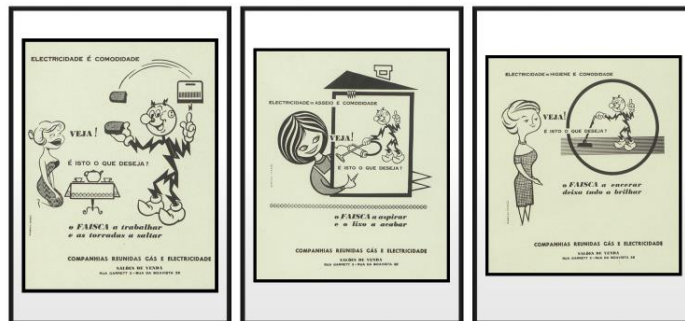
A venda a prestações, os brindes, as ofertas, as campanhas nas ocasiões festivas, entre outras, foram algumas estratégias desenvolvidas para promover o aumento do consumo de eletricidade.



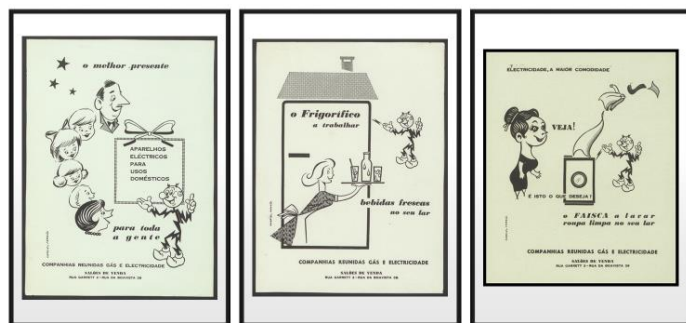
Os objetos gráficos revelam uma amostra dos pensamentos, costumes e valores de uma dada sociedade. Funcionam também como registos da linguagem e das concepções e técnicas artísticas e tecnologias da época em que se inserem. Por isso são documentos históricos.

Ao longo de mais de sete décadas a CRGE produziu inúmeros objetos gráficos. A sua natureza efémera, pois foram concebidos para cumprir uma função específica dentro de um quadro de tempo limitado findo o qual esse material é geralmente destruído, dificultou a sua preservação ao longo do tempo. No entanto, alguns deles chegaram ao Centro de Documentação da Fundação EDP que os guarda e preserva, tendo sido organizados na coleção de Publicidade da CRGE.

Hoje, apresenta-se aqui os objetos criados pelo ilustrador Gabriel Ferrão. Conhecido mais pelo seu trabalho na ilustração de livros infantis, Gabriel Ferrão criou algumas ilustrações para os folhetos publicitários que anunciavam os aparelhos elétricos de uso doméstico da empresa CRGE, na década de 1940.



O seu traço exprime o seu próprio gosto e os desejos da empresa. Utiliza representações de figuras femininas e masculinas, acompanhadas com a figurinha do Faísca, uma criação estrangeira, cujos direitos de utilização foram comprados pelas CRGE, em 1942.



©Todos os folhetos aqui apresentados são da autoria do ilustrador Gabriel Ferrão, cujos originais encontram-se no Centro de Documentação da Fundação EDP - coleção CRGE/Publicidade/GF