

Organização
CITCEM/FLUP
Comissão Científica
Comissão Executiva do CITCEM
Comissão organizadora
Carla Sequeira
Joana Lencart
Contactos
CITCEM/FLUP
Tlf: 226 077 177
E-mail: oic.citcem@gmail.com
citcem@letras.up.pt

As *Oficinas de Investigação* do CITCEM têm como principal objectivo o debate, alargado e transdisciplinar, de problemáticas de investigação, no sentido de cruzar questões teóricas e metodológicas e resultados de pesquisa.

As *Oficinas de Investigação* do CITCEM constituem, por isso, um espaço de divulgação e discussão regular de projectos de investigação individuais (teses de mestrado ou doutoramento, projectos de pós-doc, etc.) ou colectivos, dos investigadores e colaboradores do CITCEM, podendo associar investigadores de outros centros ou universidades nacionais e/ou estrangeiras.

Entrada Livre
www.citcem.org

OFICINAS DE INVESTIGAÇÃO CITCEM 22/23

SESSÃO 18
[05.05.23 • 14h30]

Proponentes da sessão
Carla Sequeira
Gaspar Martins Pereira

«Made in Portugal:
Vinhos, Conservas e
Têxteis. Publicidade e
Marcas»

PRESENCIAL – ENTRADA LIVRE
FLUP - Auditório CITCEM
Torre A, Piso 0, Gabinete 118

<https://oficinascitcem.wixsite.com/oiccitcem>

 **CITCEM**
CENTRO DE INVESTIGAÇÃO TRANSDISCIPLINAR
CULTURA, ESPAÇO E MEMÓRIA

 **fct**
Fundação
para a Ciência
e a Tecnologia
UIDB/04059/2020

 **PORTO**
FLUP FACULDADE DE LETRAS
UNIVERSIDADE DO PORTO

 **REPÚBLICA
PORTUGUESA**

Faculdade de Letras – Universidade do Porto

PROGRAMA

14h30 APRESENTAÇÃO

14h35 *J. H. Andresen: a empresa e as marcas de vinhos*

| Gaspar Martins Pereira e Paula Montes Leal

14h55 *Saber vender: os primeiros passos do marketing em Portugal* | Pedro Leitão

15h15 *Marcas e denominações de origem no sector vitivinícola português (1918-1924)* | Carla Sequeira

15h35 *As marcas de têxteis (1883-1933)* | Ana Rita Gomes

16h00 *Marcas de conservas com vida longa: história e memórias. Conserveira Pinhais (Matosinhos)* | Otília Lage e Joel Cleto

16H20 Debate

17H00 ENCERRAMENTO

BIOGRAFIAS E RESUMOS

GASPAR MARTINS PEREIRA

Doutorado em História, professor aposentado da FLUP e investigador do CITCEM. Tem dedicado parte da sua investigação à história da vinha e do vinho, em particular da região do Alto Douro e do vinho do Porto, bem como à história empresarial, incluindo o estudo das marcas. Participa no projeto «Made in Portugal: marcas e denominações de origem, entre o local e o global».

PAULA MONTES LEAL

Licenciada em História, variante Arte, pela FLUP. Pós-Graduada em Ciências Documentais – Arquivo (FLUP) e Mestre em Ciências da Informação e da Documentação – Área de Arquivos, pela Universidade de Évora. Atualmente, coordena projetos de organização de arquivos nos grupos Symington e Super Bock. É investigadora do CITCEM onde participa no projeto «Made in Portugal: marcas e denominações de origem, entre o local e o global».

J. H. Andresen: a empresa e as marcas de vinhos

Fundada no Porto em meados do séc. XIX, a empresa J. H. Andresen expandiu os seus negócios da navegação e do comércio geral aos vinhos, à moagem e destilação de cereais, a materiais de construção e a outros sectores. No início da década de 1880, no limiar da euforia da borracha amazónica, instalou uma sucursal em Manaus, muito lucrativa até ao limiar da Grande Guerra, cujo impacto, a par da concorrência da borracha asiática, foi fatal para a empresa. A J. H. Andresen entrou então numa longa fase de decadência, abandonando, sucessivamente, diversos sectores, à exceção do comércio de vinhos, que, a partir dos anos 30, seria transferido para outra família. Nesta breve comunicação, centraremos a nossa análise nas marcas de vinhos da J. H. Andresen entre 1860 e 1933.

PEDRO LEITÃO

Investigador do CITCEM e bolseiro de doutoramento da FCT, estando a

desenvolver o projeto «Marcas, agentes e meios: as marcas comerciais e o mercado publicitário em Portugal no primeiro terço do século XX». Tem investigado as marcas, o marketing e a publicidade em contexto histórico e a transformação empresarial associada ao seu desenvolvimento, em particular no sector do vinho do Porto. A sua formação académica estende-se também às áreas da Economia e do Marketing.

Saber vender: os primeiros passos do marketing em Portugal

No início do séc. XX começam a publicar-se textos sobre temas que, mais tarde, serão englobados no conceito disciplinar de marketing: marcas, publicidade, vendas, distribuição, comportamento do consumidor, entre outros. Surge a consciência da importância de atender ao “lado da procura”, isto é, não apenas às condições relacionadas com a manufatura e a transação dos bens, mas à sua eficiente colocação no mercado, pela da venda ao cliente/consumidor. Este processo é indissociável do desenvolvimento de novos hábitos de consumo, por um lado, e da crescente integração do comércio internacional, por outro. Apresentaremos, em linhas gerais, a propagação de novos conceitos associados ao marketing e a sua aplicação prática na vida empresarial do primeiro terço de noventaos.

CARLA SEQUEIRA

Doutorada em História pela Faculdade de Letras da Universidade do Porto. É investigadora contratada da FLUP, a exercer funções no CITCEM. A sua área de especialização situa-se no âmbito da história económica, social, institucional e política do Alto Douro na época contemporânea. É investigadora do projeto «Made in Portugal: marcas e denominações de origem, entre o local e o global».

Marcas e denominações de origem no sector vitivinícola português (1918-1924)

Desde que as marcas comerciais modernas surgiram, na sequência da criação do quadro legal para a sua proteção, de finais do século XIX, assistiu-se, no sector vitivinícola português, a uma grande adesão por parte das empresas, produtores e comerciantes ao registo de marcas. Nesta comunicação vamos analisar as marcas de diferentes empresas, comerciantes e produtores representativos das várias regiões vinícolas portuguesas, entre 1918 e 1924, publicadas no «Boletim de Propriedade Industrial». Através dos rótulos tentaremos compreender o crescimento e importância dos diferentes terroirs, os seus tipos de vinhos, e a utilização de elementos gráficos representativos e identificadores da indicação de proveniência, utilizados em inúmeras marcas.

ANA RITA GOMES

Licenciada em História pela FLUP e estudante de mestrado em História Contemporânea na mesma instituição. Está a preparar uma dissertação intitulada *As marcas de têxteis (1883-1933)*. Participa no projeto «Made in Portugal: marcas e denominações de origem, entre o local e o global». Integrou o Conselho Editorial da *Omni Tempore* 2020, tendo publicado um artigo sobre o republicanismo em Espinho.

As marcas de têxteis (1883-1933)

A partir de 1883, com a aprovação da «lei das marcas», as empresas do sector têxtil — um dos mais importantes da economia nacional —,

recorriam ao uso das marcas registadas para promover a valorização dos seus produtos no mercado. Nesta comunicação tentaremos analisar os principais aspetos revelados pelos registos das marcas de têxteis, no período entre 1883 e 1933, nomeadamente, identificar o tipo de empresas que investiam no uso de marcas de têxteis, a distribuição territorial das empresas a nível nacional, bem como averiguar o peso das diferentes categorias de têxteis nos registos de marcas. Do mesmo modo, pretende-se analisar a utilização das estratégias de identidade utilizadas na imagem das marcas, averiguando se coexistiam características comuns entre as mesmas.

OTÍLIA LAGE

Investigadora Integrada do CITCEM-FLUP, membro de Associações Profissionais e Científicas e da Direção do CEPHIS. Licenciatura História (Univ. Porto), Mestrado em História das Populações e Doutoramento História Moderna e Contemporânea (U.Minho), Pós-doutoramento Estudos Sociais e Históricos e Pós-graduação Ciências Documentais (Univ.Coimbra) e Especialização Administração Escolar (Politécnico do Porto). Docente do Ensino Superior e Universitário, autora, coautora, org. e coord. de livros, artigos, ensaios, conferências e projetos nacionais e internacionais nas suas áreas de especialização.

JOEL CLETO

Licenciado em História e Mestre em Arqueologia pela FLUP. Especialista em Turismo Cultural pela ISAG/European Business School onde integra o Centro de Investigação e é docente de cadeiras de História e Património na licenciatura em Turismo. Foi consultor e curador do Museu da Memória de Matosinhos.

Marcas de conservas com vida longa: história e memórias. Conserveira Pinhais (Matosinhos)

Esta intervenção organiza-se em duas partes complementares: uma sobre a trajetória histórica da Conserveira Pinhais (1920 -) cuja “propriedade de marcas fortes pode ter múltiplos impactos na natureza e dinâmica desta empresa industrial, fábrica centenária & museu vivo, nos processos de (des)globalização e mudanças de poder e riqueza” (LOPES, 2017, 2019, 2022); outra em que se relevam memórias da Empresa Pinhais, património de interesse municipal de Matosinhos (2019) com destaque na indústria conserveira local como única unidade empresarial de fabrico artesanal, local e nacional. A abordagem que se faz, em diálogo, foca-se no processo sócio histórico da empresa, dotada de singularidade e resiliência no contexto da comunidade piscatória e conserveira de Matosinhos e atende à diacronia diferenciada do património e das memórias. Releva-se a possível intersecção com a diversidade e credibilidade das marcas de conservas da Pinhais, marcas comerciais e históricas de “vidas longas” no monopólio empresarial, com origens diversas e características mutáveis, em função de empreendedores e distribuidores nos mercados de projeção internacional.