

## 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**

[oiccitcem.wixsite.com/oficinascitcem](http://oiccitcem.wixsite.com/oficinascitcem)

# OFICINAS DE INVESTIGAÇÃO CITCEM 21/22

## SESSÃO 15

[04.03.22 • 14h30]

PROPONENTES DA SESSÃO:

Carla Sequeira

Gaspar Martins Pereira

**«Made in Portugal:  
marcas e denomi-  
nações de origem en-  
tre o local e o global»**

LOCAL: Sala de Reuniões 1 [Piso 2]

# PROGRAMA

**14h30** *Made in Portugal: marcas e denominações de origem entre o local e o global* | Amélia Polónia, Carla Sequeira, Gaspar Martins Pereira

**14h50** *As marcas de têxteis (1883-1933)* | Ana Rita Gomes

**15h10** *Marcas de Conservas de Peixe Ramirez e Pinhais (Matosinhos)* | Otília Lage e Alexandra Moreira

**15h30** *50 anos do registo de marcas em Portugal (1883-1933): uma análise geral* | Pedro Almeida Leitão

**15h50** *Marcas de vinhos no tempo da implantação da República* | Gaspar Martins Pereira, Ana Carolina Costa e Jacinta Rocha

**16h10** Debate

**16h45** Encerramento

## RESUMOS

### ***Made in Portugal: marcas e denominações de origem entre o local e o global***

Pretende-se, com esta comunicação, apresentar o projecto «Made in Portugal», que envolve vários investigadores e colaboradores do CITCEM (dos grupos «Valores de Transação/Valores em Transição» e «Cultura Digital»). Num arco temporal que vai desde a Idade Média à Época Contemporânea, o projecto pretende analisar os usos e a evolução conceptual e legal das marcas e denominações de origem, enquanto elementos de identidade e de criação de valor, numa perspectiva diacrónica e transversal a diversos sectores da economia portuguesa.

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

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 aspectos revelados pelos registos das marcas de têxteis, no período entre 1883 e 1933, nomeadamente a sua distribuição territorial e por categorias, bem como as estratégias de identidade utilizadas na imagem das marcas.

### ***Marcas de Conservas de Peixe Ramirez e Pinhais (Matosinhos)***

Abordagem “glocal” às marcas comerciais de conservas de peixe das antigas Conserveiras Ramirez & C<sup>a</sup> (Filhos), SA, e Pinhais & C<sup>a</sup>, duas empresas de sucesso de tradição familiar, vocação exportadora, lógicas sociais e escalas de produção diferenciadas, estabelecidas desde a década de 1920, em Matosinhos, onde são pilares de património e turismo industrial. A empresa Ramirez fundada em 1853, em Vila Real de Santo António, fixou a sua sede em 1940, neste concelho onde é hoje grande unidade industrial, com vasto espólio documental e uma das mais antigas fábricas de conservas de peixe, em laboração activa no mundo, imagem com que afirma suas origens e valores identitários que incorpora nas 14 marcas nacionais (Ramirez...) e internacionais presentes em mais de 40 mercados. A Pinhais - fábrica museu património municipal de Matosinhos-, importante

ativo desta empresa centenária, cuja tradição na exportação e publicidade inclui um portfolio de 10 marcas com mercados fiéis e recentes (EUA, Europa, Coração, Canadá, Austrália... Marcas de “vidas longas” (catálogo Conservas Pinhais: a que todos disputam, 1939) são, entre outras, a “Pinhais”, âncora ou prestígio e a “Nuri”, marca ícone na Áustria e mercados vizinhos com exportação exclusiva da Glatz, distribuidora de produtos alimentares, antiga cliente da Pinhais e actual proprietária.

### ***50 anos do registo de marcas em Portugal (1883-1933): uma análise geral***

Em 1883, na sequência da adesão de Portugal à Convenção da União de Paris para a protecção da Propriedade Industrial, é criado o registo nacional de marcas industriais e comerciais. O registo de marcas vem responder a uma multiplicidade de propósitos, entre os quais a protecção contra falsificações e usurpação do nome comercial, mas também a capitalização de uma reputação de qualidade no mercado por parte dos empresários. Pretendemos descrever, ao longo dos primeiros 50 anos do registo nacional de marcas, as principais tendências verificadas: os sectores de actividade mais dinâmicos, a nacionalidade dos proponentes, o papel da imagem na comunicação da marca, entre outras. Esta análise apenas se torna possível graças à construção de uma base de dados que reúne todos os registos no período em estudo, um trabalho colectivo no qual tivemos o prazer de participar.

### ***Marcas de vinhos no tempo da implantação da República***

A partir da análise da base de dados de registos de marcas entre 1909 e 1911, pretende-se compreender a importância das marcas de vinhos no período de viragem de regime político da Monarquia para a República, a distribuição geográfica dos agentes que procederam ao registo de marcas e a associação a denominações de origem, os elementos de distinção e o impacto das ideias republicanas e da implantação da República nos nomes e imagens das marcas registadas

## NOTAS BIOGRÁFICAS

**AMÉLIA POLÓNIA.** Professora Catedrática do DHEPI da Faculdade de Letras da Universidade do Porto e coordenadora científica do CITCEM. É diretora do Mestrado em Estudos Africanos, é membro do MOVES - Migration and Modernity: Historical and Cultural Challenges, um EJD Marie Skłodowska-Curie e é coordenadora local do EIMAS (European Interdisciplinary Master in African Studies), um EMJD do Erasmus+. Os seus interesses de investigação incluem o estudo de redes sociais e económicas, comunidades marítimas e dinâmicas de redes informais e auto-organizadas na Época Moderna, história portuária, implicações ambientais da colonização europeia, migrações, transferências de conhecimento, processos de globalização, mecanismos informais na construção de impérios ultramarinos, o papel das mulheres na expansão.

**GASPAR MARTINS PEREIRA** é 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 projecto «Made in Portugal: marcas e denominações de origem, entre o local e o global».

**CARLA SEQUEIRA** doutorada em História pela Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Desenvolve, no âmbito do projecto «Made in Portugal», investigação sobre Marcas Comerciais e Denominações de Origem na vitivinicultura portuguesa.

**ANA RITA GOMES** é 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 projecto «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.

**OTÍLIA LAGE.** Investigadora Integrada do CITCEM, membro da Direção e Conselho Editorial do CEPHIS e de Associações Profissionais e Científicas. Licenciatura, Mestrado e Doutoramento História, Pós-doutoramento Estudos Sociais e Históricos, Pós-graduação Informação e Especialização Administração Escolar. Foi docente, orientadora e arguente de mestrados e doutoramentos e é autora e coord. de publicações e projetos nacionais e internacionais em áreas de sua especialidade.

**ALEXANDRA MOREIRA.** Curso Profissional Técnico de Turismo. Curso Superior Técnico Profissional de Itinerários Turísticos e Promoção do Património, e Licenciada em Turismo pelo Instituto Superior de Ciências Empresariais e do Turismo. Mestranda em História e Património na Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

**PEDRO ALMEIDA LEITÃO** é actualmente investigador integrado do CITCEM e bolseiro de doutoramento da FCT. Tem estudado as marcas comerciais, o marketing e a publicidade em contexto histórico, bem como a transformação empresarial associada ao seu desenvolvimento, em particular no sector do vinho do Porto. É licenciado em Economia (2010) e mestre em História Contemporânea (2013) pela Universidade do Porto. Detém ainda uma pós-graduação em Marketing (2016) pelo ISCTE-IUL. Para além da actividade científica, conta ainda com um percurso profissional nas áreas da gestão comercial e do marketing.

**ANA CAROLINA COSTA** é licenciada em História pela FLUP e estudante de mestrado em Assessoria de Administração do Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto Participa no projecto «Made in Portugal: marcas e denominações de origem, entre o local e o global», tendo realizado durante a sua licenciatura uma investigação sobre *Marcas e denominações de origem de vinhos no final da Monarquia*.

**JACINTA ROCHA** é licenciada em História pela FLUP e estudante de mestrado em História, Relações Internacionais e Cooperação, nesta mesma instituição. Participa no projecto «Made in Portugal: marcas e denominações de origem, entre o local e o global», tendo realizado durante a sua licenciatura uma investigação sobre *Marcas e denominações de origem de vinhos no início da República*.