

## **O NOME DO VINHO. MARCAS E DENOMINAÇÕES DOS VINHOS GENEROSOS DO DOURO (SÉCULOS XVIII-XX)**

Gaspar Martins Pereira (FLUP – DHEPI/CITCEM)

### **PALAVRAS-CHAVE:**

Marcas; Denominações de Origem; Identidades; Vinhos

### **RESUMO:**

A questão das marcas e denominações de origem dos produtos com vocação comercial tem despertado pouca atenção dos historiadores, apesar da imensa literatura produzida sobre o assunto em outras áreas do conhecimento, como o direito ou a economia. Trata-se, no entanto, de uma questão central na história económica, tanto pela expressão como se afirma e é reconhecido no mercado um determinado produto, assumindo através da sua marca ou designação um conjunto de características de distinção, como pelo valor acrescentado que o seu reconhecimento garante aos que o produzem ou comercializam. No caso dos vinhos, e particularmente no caso dos vinhos das denominações de origem histórica, de reconhecida qualidade e que alcançaram a preferência dos principais mercados europeus de vinhos no século XVIII, como aconteceu com o «vinho do Porto», mas também com os vinhos de Bordéus, Jerez, Madeira, Champagne, Borgonha, Tokay, Chianti, Marsala e outros, iniciam-se, por essa altura, em articulação com as dinâmicas mercantis concorrenciais, processos de afirmação e protecção dos interesses dominantes dos respectivos produtores e negociantes. No caso do «vinho do Porto», o Estado português inaugurou um modelo regulador proteccionista que se tornaria pioneiro na definição das denominações de origem. Porém, tal modelo não significou nem a uniformização do produto nem uma maior clarificação das designações com que aparecia na Grã-Bretanha, o seu principal mercado. Antes pelo contrário. Entre a segunda metade do século XVIII e o início do século XX, irá assistir-se a hesitações e conflitos em torno da designação e sua articulação com a denominação de origem, em simultâneo com uma crescente complexidade de marcas, tipos e categorias, estimuladas quer pelos produtores quer pelos negociantes. Se é verdade que a marca global «Porto» acabará por impor-se, tanto pelos compromissos entre os interesses antagónicos de produtores e negociantes como pela legislação imposta pelo Estado, paralelamente à protecção da região do Douro como região de origem exclusiva, não é menos verdade que se verifica, nesse período, uma pluralidade crescente de marcas e designações, relacionadas com diferentes características do produto (castas, qualidades, categorias e processos de vinificação e envelhecimento, etc.), com as quintas produtoras, com as marcas e estratégias das empresas exportadoras, com os anos de colheita, tanto como com as vicissitudes dos mercados.

A presente comunicação visa perceber a evolução das designações comerciais dos vinhos do Porto, nesse período (séculos XVIII-XX), em articulação com a evolução das características do produto, os conflitos sectoriais pela imposição das designações e pelo domínio do sector, o papel do Estado e a emergência do direito das marcas e denominações de origem.