

# International Congress «Brands and Designations of Origin: history and identity»

13th - 14th May 2021 | Faculty of Arts and Humanities of University of Porto

# Congresso Internacional «Marcas e Denominações de Origem: história e identidade»

13 e 14 de Maio de 2021 | Faculdade de Letras da Universidade do Porto

## Program | Programa

### 13th May | 13 de Maio

**9h30** – Conference registration | Recepção

**10h00** – Opening session | Sessão de Abertura

**11h00** – Keynote | Conferência de abertura: Teresa da Silva Lopes (Univ. York/CEGBI)  
– [título a indicar]

**11h45** – Debate

**12h30** – Lunch break | Almoço

**14h30** – Keynote | Conferência: Paul Duguid (Univ. Califórnia - Berkeley) –  
*Dislocation: International appropriation of "Port"*

**15h15** – Debate

**16h00** – Parallel sessions | Sessões simultâneas

#### **Panel 1 – As marcas antes das marcas**

#### **Panel 1 – The marks before the trademarks**

Ezio Ritrovato (Univ. di Bari "Aldo Moro") – *Avant l'AOP. Appellation d'origine et évolution qualitative de l'huile d'olive des Pouilles au XIX siècle*

Amélia Polónia (CITCEM/FLUP) e Amândio Barros (CITCEM/ESE) –  
*Trademarks in the First Global Age (1400-1800): what's in a concept?*

Philippe Meyzie (Univ. Bordeaux Montaigne/CEMMC) – *Repérer les dénominations d’origine sur les marchés alimentaires en Europe (XVIIe-XVIIIe siècles): l’indice de la réputation*

Joana Sequeira (CITCEM/FLUP) e Fernando Mouta (CITCEM/FLUP) – *Manta do Alentejo: uma marca na história afro-europeia*

João Pedro Gomes (Centro de Estudos Clássicos e Humanísticos da Univ. de Coimbra) – *“e é o que se faz em Lisboa”. Territorialidades e origens da doçaria portuguesa moderna (séculos XVI a XVIII)*

Rosângela Leite (Univ. Federal de São Paulo) – *Das estampas às identidades visuais. A reinvenção das chitas no Brasil (1808-1831)*

## **Panel 2 – Marcas regionais/denominações de origem I**

### **Panel 2 – Regional trademarks/designations of origin I**

Stefano Magagnoli (Univ. di Parma – Food Lab) – *The invisible welfare: Designations of origin: tradition, invention and monopoly*

Luciano Maffi (Univ. di Genova), Paolo Tedeschi (Univ. degli Studi di Milano - Bicocca) e Manuel Vaquero Piñeiro (Univ. di Perugia) – *The italian wine and its internationalization: the progressive creation of brands and denomination of origin from the end of the 19<sup>th</sup> century to the new Millennium*

Lucas Ruiz Balconi (Grupo de Estudos de Direito Autoral e Industrial - GEDAI/UFPR) e Mariana Piovezani Moreti (Grupo de Estudos de Direito Autoral e Industrial - GEDAI/UFPR) – *A importância da identificação geográfica (IG) para o desenvolvimento econômico regional*

Danièle Hervé Quaranta Cabral (INPI/Brasil), Elaine Vianna Saraiva (CECS-ICS/Univ. do Minho) e Marcos Eduardo Pizetta Palomino (INPI/Brasil) – *A proteção legal por meio de marcas coletivas e de indicações geográficas no Brasil e na UE: características e diferenças*

Luiza Giordani (NEICA/UFRGS) – *Microbiopolítica e segurança alimentar: o caso do Queijo Serrano dos Campos de Cima da Serra, Rio Grande do Sul*

Claudio Besana (Univ. Cattolica del Sacro Cuore – Milano) e Ilaria Suffia (Univ. Cattolica del Sacro Cuore – Milano) – *Quality protection and promotion of*

*the territory in Lombardy's dairy productions between the 20<sup>th</sup> and 21<sup>st</sup> centuries between large industries and small operators*

### **Painel 3 – Marketing, Publicidade e Cultura Visual I**

#### **Panel 3 – Marketing, publicity and visual culture I**

António Machuco Rosa (CITCEM/FLUP) – *Da marca como identificadora do produto às novas proteções legais das marcas: uma análise das leis antidiluição*

Pedro Leitão (CITCEM/FLUP) – *Raul de Caldevilla e a Empresa do Bolhão: a criação de uma moderna empresa publicitária*

Maria Belém Ribeiro (Univ. Lusófona do Porto/CICANT; CITCEM) – *“Marcas que deixam marca”: as estratégias de comunicação publicitária e a sua relação com os referentes culturais*

Nisa Félix (CITCEM; Arquivo Histórico da Câmara Municipal do Porto) – *Bom «Porto», bom gosto! O Vinho do Porto por Cruz Caldas*

**17h30h** - Debate

## **14th May | 14 de Maio**

**9h30** – Keynote | Conferência: Patricio Sáiz (Univ. Autónoma de Madrid) – *Trademarks, Regions, and Markets. Origins and Evolution of the National Trademark System in Spain (1850-1920)*

**10h15** – Debate

**10h30** – Parallel sessions | Sessões simultâneas

### **Painel 4 – Marcas comerciais I**

#### **Panel 4 – Trademarks I**

Gaspar Martins Pereira (CITCEM/FLUP) – *A «invenção das tradições» e a história nas marcas de vinho do Porto. O caso Köpke*

Valerio Varini (Univ. degli Studi di Milano - Bicocca) – *The success of new products. Campari and Martini & Rossi two Italian brands in the world*

Lídia Aguiar (ISCET; CITCEM) – *O Vinho Alvarinho e a marca Soalheiro: impactos do enoturismo em Melgaço*

Maria Otília Pereira Lage (CITCEM/FLUP) – *Do produto às marcas comerciais na indústria conserveira de Matosinhos (séc. XX)*

## **Painel 5 - Marketing, Publicidade e Cultura Visual II**

### **Panel 5 – Marketing, publicity and visual culture II**

Isabel Drumond Braga (FLUL; CIDEHUS-EU; CH-UL) – *Naturalidade ou artificialidade? A publicidade dos cosméticos Bênamor na revista Fémina (1933-1938)*

João Luís Borges (FLUP) – *Garrafas de refrigerante. design gráfico como expressão identitária*

Hugo Barreira (CITCEM/FLUP) – *As marcas no cinema e as marcas do cinema em Portugal*

Nisa Félix (CITCEM; Arquivo Histórico da Câmara Municipal do Porto) – *“Tudo aqui é portuense ou tripeiro!” A publicidade do Vinho do Porto na revista “O Tripeiro”*

## **Painel 6 - Marcas comerciais II**

### **Panel 6 – Trademarks II**

Andrea M. Locatelli (Univ. Cattolica del Sacro Cuore – Milano), Ilaria Suffia (Univ. Cattolica del Sacro Cuore – Milano) e Paolo Tedeschi (Univ. degli Studi di Milano - Bicocca) – *Not Simple Water: Branding Mineral Water in Europe in the 20<sup>th</sup> Century*

Manuel Ferreira Rodrigues (Univ. de Aveiro) – *Patentes e publicidade na ADICO, 1920-1942*

Nuno Resende (CITCEM/FLUP) – *Dísticos, legendas e marcas em cartes-de-visite de fotógrafos portugueses*

Alexandra Sofia da Silva Barbosa Moreira (FLUP) – *A indústria conserveira de Matosinhos: estudo de caso da empresa Ramirez*

**12h00** – Debate

**12h30** – Lunch break | Almoço

**14h30** – Keynote | Conferência: Pablo Lacoste (Univ. de Santiago de Chile) – *Las campanas publicitarias de Porto en Argentina y Chile*

**15h15** - Debate

**15h30** – Parallel sessions | Sessões simultâneas

## **Painel 7 – Marcas regionais/denominações de origem II**

### **Panel 7 – Regional trademarks/designations of origin II**

Sandro Schmitz dos Santos (IPGM/Porto Alegre/RS) – *As Denominações de Origem como fator de manutenção da cultura local em uma economia global*

Marcos Eduardo Pizetta Palomino (INPI/Brasil) e Danièle Hervé Quaranta Cabral (INPI/Brasil) – *O selo padrão como instrumento de apropriabilidade das indicações geográficas brasileiras*

Patrícia Maria da Silva Barbosa (INPI/Brasil), Patrícia Pereira Peralta (INPI/Brasil) e Luiz Claudio de Oliveira Dupim (INPI/Brasil) – *Composição de marcas e denominação de origem: reflexões sobre o caso do café da Região do Cerrado Mineiro do Brasil*

Giovanna Martins Sampaio (Faculdade de Direito – Univ. Federal da Bahia) – *A Denominação de Origem e o azeite de dendê do Sul da Bahia: Possibilidades e perspectivas*

## **Painel 8 - Marcas regionais/denominações de origem III**

### **Panel 8 - – Regional trademarks/designations of origin III**

Benedita Câmara (Univ. da Madeira) – *Regulation and the Evolution of the Madeira and Port Wine Industries until the 1970s*

Carla Sequeira (CITCEM/FLUP) – *Marca regional versus marca comercial. A defesa da denominação de origem Porto no último quartel do século XIX*

José Calado (Univ. de Évora) – *A questão da tardia Demarcação da Região Vitivinícola do Alentejo – das primeiras tentativas no último quartel do século XIX à constituição da CVRA em 1989*

Marina Peres (ID+ Research Institute for Design, Media and Culture | SD Lab - Aveiro University) – *Visual culture as a brand | the power of portuguese legacy as a cultural brand (Ongoing research project and data vizualization)*

## **Painel 9 – Marketing, Publicidade e Cultura Visual III**

### **Panel 9 – Marketing, publicity and visual culture III**

Eduardo Cintra Torres (UCP; ISCTE-IUL) – *As marcas na Publicidade Imprensa Popular, 1885-1904*

Sílvia Modena (AEL/Unicamp) – *O cidadão como consumidor: novos hábitos e comportamentos dos brasileiros advindos com a publicidade nos anos 1950*

Mariana Fernandes (FLUP) – *A comunicação de marcas e modas em séries televisivas: uma análise de “Sex and The City” e “Gossip Girl”*

Manuel Couto (CITCEM) – *Uma marca que permanece “na boca de muita gente”*

**17h00** – Debate

**17h30** – Presentation of the project | Apresentação do projecto *Azulejo Publicitário Português*

**17h45** – Closing session | Sessão de encerramento