

2.º CICLO DE ESTUDOS
HISTÓRIA DA ARTE, PATRIMÓNIO E CULTURA VISUAL

Garrafas de refrigerante

Formas, imagens e a sua circulação na indústria portuguesa entre 1870 e 1980

João Luís de Castro Martins Borges

M

2020



João Luís de Castro Martins Borges

**Garrafas de refrigerante
Formas, imagens e a sua circulação na
Indústria portuguesa entre 1870 e 1980**

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em História da Arte, Património e Cultura Visual, orientada pelo Professor Doutor Hugo Daniel Silva Barreira.

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

2020

João Luís de Castro Martins Borges

Garrafas de refrigerante

Formas, imagens e a sua circulação na indústria portuguesa entre 1870 e 1980

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em História da Arte Património e Cultura Visual, orientada pelo Professor Doutor Hugo Daniel Silva Barreira.

Membros do Júri

Professor Doutor Hugo Daniel Silva Barreira

Faculdade de Letras - Universidade do Porto

Professor Doutor (escreva o nome do/a Professor/a)

Faculdade de Letras – Universidade do Porto

Professor Doutor (escreva o nome do/a Professor/a)

Faculdade (nome da faculdade) - Universidade (nome da universidade)

Classificação obtida: (escreva o valor) Valores

Ao meu pai

Sumário

Declaração de honra	10
Agradecimentos	11
Resumo.....	12
Abstract	13
Índice de Figuras	14
Lista de abreviaturas e siglas.....	21
Introdução.....	23
1.A Indústria de Bebidas Refrigerantes em Portugal	37
1.1. O Modelo Inglês como Matriz de Expansão das Bebidas Gaseificadas.....	37
1.2. Primeira Fase, do Século XIX à Primeira Guerra Mundial	40
1.2.1. As Importações de Matérias-primas, o Caso do Vasilhame e do Açúcar	55
1.3. Segunda Fase, dos Anos 20 aos Anos 50	59
1.3.1. A Proliferação das Indústrias de Bebidas Refrigerantes	59
1.3.2. As Marcas Estrangeiras em Portugal Durante o Estado Novo.....	83
1.4. Terceira Fase, dos Anos 60 à Década de 90	95
1.4.1. Concentração das Unidades Industriais e o seu Encerramento no Final do Milénio ..	95
2.Forma e Grafismo, Análise de Design das Embalagens	106
2.1. A Garrafa, Função e Forma.....	106
2.2. O Rótulo na Indústria Portuguesa de Refrigerantes.....	111
2.2.1. O Papel das Oficinas Litográficas e de Pirogravação	116
2.2.2. A Cópia Parcial da Imagem de Marcas mais Fortes ou Credíveis	120
2.2.3. Laranjas e limões, o Arquétipo do natural.....	122
2.2.4. A Exploração da Figura Feminina.....	124
2.2.5. Rótulos de Refrigerante de Matriz Gráfica Regionalista	130
2.2.5.1.A Política do Estado Novo e as Opções Gráficas dos Rótulos.....	133
2.2.6. Expressões de Religiosidade no Design dos Rótulos	136
2.2.7. A Seleção do Nome da Marca.....	139
Considerações Finais	143
Fontes e Referências	145
Fonte das Figuras	155
Apêndices	163

Nota Preambular ao Apêndice	164
Apêndice 1 – Imagens	167
Apêndice 2 – Documentos Transcritos	236
Apêndice 3 – Tabela de Classificação Morfológica do Vasilhame Comercializado em Portugal 240	
Apêndice 4 – Proposta de Inventariação do Vasilhame por Unidade Fabril	244

Declaração de honra

Declaro que a presente dissertação é de minha autoria e não foi utilizado previamente noutro curso ou unidade curricular, desta ou de outra instituição. As referências a outros autores (afirmações, ideias, pensamentos) respeitam escrupulosamente as regras da atribuição, e encontram-se devidamente indicadas no texto e nas referências bibliográficas, de acordo com as normas de referência. Tenho consciência de que a prática de plágio e auto-plágio constitui um ilícito académico.

Porto, 2020

João Luís de Castro Martins Borges

Agradecimentos

Ao meu pai, a quem dedico todo este trabalho, pelos seus ensinamentos e incansável ajuda. Sem ele, este sonho que agora se materializa, não teria sido possível. À minha família por me ter sempre apoiado e incentivado durante a realização deste projeto.

Ao meu orientador, Professor Doutor Hugo Daniel Siva Barreira, pela sua sensibilidade, interesse e compreensão perante o tema que escolhi. Um sincero obrigado por toda a sua dedicação, profissionalismo e amizade, e por me ter ajudado a conduzir este trabalho a *bom porto*. Ao corpo docente de História da Arte da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, pelos ensinamentos que me transmitiram ao longo do meu percurso de aprendizagem.

Ao Sr. José Albano Marques pela sua ajuda e disponibilidade, mas sobretudo por me ter sensibilizado para a importância e valor das garrafas de refrigerante.

Aos meus colegas e amigos, em especial ao Ricardo Braga, por me terem acompanhado durante todo o processo de trabalho e por nunca me deixarem desanimar durante os momentos de maior cansaço.

Um sincero obrigado a todos,

João Luís Borges

Resumo

Os trabalhos dedicados às garrafas de refrigerante portuguesas e à indústria que as produzia são muito escassos. De facto, se noutros países do espaço Europeu a temática das indústrias locais de bebidas gaseificadas tem merecido maior destaque, entre nós encontra-se praticamente inexplorada.

Tendo como ponto de partida as garrafas portuguesas de refrigerante, procuramos perceber em que moldes esta indústria se implementou no nosso país. De facto, tentamos dar resposta a um conjunto de interrogações por nós elencadas, tais como; quais as bebidas consumidas e em que moldes se deu a sua introdução, quais as garrafas a que estas se destinavam, qual o seu contexto fabril e que fábricas as comercializavam.

Relativamente ao objeto de estudo propriamente dito, decidimos atentar, numa cronologia longa, à sua evolução formal e identificar quais os eixos temáticos mais comuns nas representações dos rótulos. Estas questões foram analisadas à luz do enquadramento sociopolítico da época, tendo tentado perceber de que forma este interferiu nessas mesmas alterações. Neste sentido, esperamos que os dados aqui divulgados possam contribuir para avançar, não só no campo da História da Arte, mas também na própria história do *design* português, com especial destaque para o do século XX. Este trabalho pretende ainda alertar para a importância das embalagens de refrigerante enquanto elementos industriais de relevo e que se encontram ainda desvalorizados.

Palavras-chave: Bebidas; Refrigerante; Garrafa; Rótulo; Design;

Abstract

The existent body of work dedicated to the soft drink industry in Portugal is very scarce, especially regarding its packaging. While in other European countries the theme of local carbonated beverage industries has deserved greater prominence, it is practically unexplored among us.

Having as a starting point the Portuguese soft drink packaging, we try to understand the ways in which this industry has been implemented in our country. In fact, we intend to answer a number of questions we have listed, for instance, which beverages were consumed and in which molds were they introduced, which bottles they were intended for, what their manufacturing context was and which factories marketed them.

Regarding the object of study itself, we decided to examine its formal graphic evolution for a long period. We also intend to identify the most common thematic axes in the label representations. These questions were analyzed considering the socio-political framework of the time to understand how it interfered in these same changes. In this sense, we hope that the data disclosed here can contribute to advances, not only in the field of Art History, but also in the history of Portuguese design itself, with special emphasis on that of the 20th century. This work also aims to alert to the importance of soft drink packaging as important industrial elements that are still undervalued.

Key-words: Drinks; Soda; Bottle; Label; Design;

Índice de Figuras

FIGURA 1 – GARRAFAS COMEMORATIVAS DOS REFRIGERANTES BUSSACO.....	24
FIGURA 2 – GARRAFA HAMILTON DA J. SCHWEPPE & C.ª.....	38
FIGURA 3 - SIFÃO.....	38
FIGURA 4 – <i>CODD BOTTLE</i>	39
FIGURA 5 – ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DE J. H. JANSEN, 1865.....	44
FIGURA 6 - ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DE J. H. JANSEN, 1867.....	44
FIGURA 7 – SIFÃO DA J. H. JANSEN, LISBOA	45
FIGURA 8 – GARRAFA DE PIROLITO DA J. H. JANSEN, LISBOA.....	46
FIGURA 9 – ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DA FÁBRICA DE JOÃO VICENTE BRANCO.....	46
FIGURA 10 – GARRAFA DE TIPO <i>BARRETT</i> DA <i>M. SCHRECK & C.ª</i> , PORTO	48
FIGURA 11 – GARRAFA DE PIROLITO <i>W. & E. REID</i> , MADEIRA	49
FIGURA 12 GARRAFA DE PIROLITO <i>PAYNE & SON</i> , MADEIRA.....	50
FIGURA 13 – GARRAFA DE PIROLITO <i>MILES</i> , MADEIRA.....	50
FIGURA 14 – GARRAFA DE GRÉS DA <i>W. & E. REID</i> , MADEIRA	51
FIGURA 15 – GARRAFA DE LARANJADA DA <i>ATLANTIC BREWERY</i> , MADEIRA.....	51
FIGURA 16 – GARRAFA DE <i>PALE ALE</i> DA <i>ATLANTIC BREWERY</i> , MADEIRA.....	52
FIGURA 17 – GARRAFA DE PIROLITO DA <i>ATLANTIC BREWERY</i> , MADEIRA	52
FIGURA 18 – PRESUMÍVEL ALÇADO DA FÁBRICA INGLESA A VAPOR, PORTO.....	53
FIGURA 19 – GARRAFA TIPO <i>BARRETT</i> DA FÁBRICA INGLESA A VAPOR, PORTO.....	53
FIGURA 20 – GARRAFA DE GRÉS DA <i>RED HOUSE BREWERY</i> , LISBOA	54
FIGURA 21 – GARRAFA DA <i>G. & H. HALL</i> , LISBOA.....	54
FIGURA 22 – GARRAFA DA LIMONADA JOSÉ TEODÓSIO DA SILVA, MONTIJO	59
FIGURA 23 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES J. GOUVEIA, BARREIRO	60
FIGURA 24 – ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DA FÁBRICA DE REFRIGERANTES CRISTAL, BRAGA, 1924	62
FIGURA 25 – EMPRESA DOS REFRIGERANTES BOM JESUS, LDA. FUNDADA EM 1918	62
FIGURA 26 - ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DA EMPRESA DOS REFRIGERANTES BOM JESUS, LDA. BRAGA, 1926	62
FIGURA 27 – ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DA FÁBRICA DE CERVEJA LEÃO, PORTO, 1915	63
FIGURA 28 – RÓTULO DA LARANJADA INVICTA, PORTO.....	63
FIGURA 29 – GARRAFA DE CERVEJA E DE LARANJADA	65
FIGURA 30 – ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DAS ÁGUAS DE CASTELO DE MOURA, 1916	66
FIGURA 31 – GARRAFA DA CERVEJA CRISTAL, PORTO	66

FIGURA 32 – GARRAFA DA CERVEJA PORTUGÁLIA, LISBOA.....	67
FIGURA 33 – GRADE EM MADEIRA COM DIVISÓRIAS INTERIORES.....	67
FIGURA 34 – GRADE EM MADEIRA SEM DIVISÓRIAS INTERIORES.....	68
FIGURA 35 – RÓTULO DA LARANJADA ROMARIA, PORTO	70
FIGURA 36 – RÓTULO DA CIDRA INVICTA, PORTO	70
FIGURA 37 – RÓTULO DA LIMA INVICTA, PORTO.....	70
FIGURA 38 – GARRAFA GRANITADA DA CUFP, PORTO.....	72
FIGURA 39 – COPO COMEMORATIVO DA FÁBRICA DE REFRIGERANTES CRISTALINA, SOITO	74
FIGURA 40 – MEDALHA COMEMORATIVA DA EMPRESA DE REFRIGERANTES ALTAMIRA, VIANA DO CASTELO...	74
FIGURA 41 - RECIBO DA QUINTA DA FONTINHA, ALFARELOS	75
FIGURA 42 – ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DA FÁBRICA DE REFRIGERANTES E XAROPES TRANCOSO, TRANCOSO.....	76
FIGURA 43 – ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DA FIRMA JOSÉ MARIA GOMES & FILHOS, BRAGANÇA	76
FIGURA 44 – GARRAFA DE LIMONADA GASOSA CASTELINA, SABUGAL	77
FIGURA 45 – GARRAFA DA LARANJADA INVICTA COM AS LETRAS «FP»	78
FIGURA 46 – GARRAFA DE LARANJINA “C”	84
FIGURA 47 – GARRAFA DA LARANJADA CONVENTO, MAFRA.....	85
FIGURA 48 - GARRAFA DE <i>NARANJINA</i>	85
FIGURA 49 – ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DA LARANJINA	86
FIGURA 50 – ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DA LARANJINA “C”, 1976.....	86
FIGURA 51 – GARGANTILHA SINALCO	87
FIGURA 52 – GARRAFA SINALCO	87
FIGURA 53 – GARRAFA SINALCO, ANGOLA.....	88
FIGURA 54 – GARRAFA <i>CANADA DRY</i> DA <i>SPUR COLA</i>	89
FIGURA 55 – GARRAFA <i>CANADA DRY</i> DE <i>GINGER ALE</i>	89
FIGURA 56 - GARRAFA <i>CANADA DRY</i> DE ÁGUA TÓNICA.....	90
FIGURA 57 ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DA <i>CANDA DRY</i>	90
FIGURA 58 - ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DA <i>CANDA DRY</i> , 1961	91
FIGURA 59 – DA ESQUERDA PARA A DIREITA: COLA FONTELINA, VISEU; COLA LARA, LAMEGO; BI-COLA, SESIMBRA;.....	93
FIGURA 60 – GARRAFA REFRIGERANTES SUMOL	99
FIGURA 61 – GARRAFAS DOS REFRIGERANTES BEIRA-DOURO, LAMEGO.	102
FIGURA 62 – GARRAFAS ESPANHOLAS DE LITRO	102

FIGURA 63 – DA ESQUERDA PARA A DIREITA: GARRAFA DOS REFRIGERANTES TÂMEGA, CHAVES; GARRAFA DOS REFRIGERANTES CONDESTÁVEL, ABRUNHOSA DO MATO; GARRAFA DOS REFRIGERANTES SÃO TOMÉ, MIRA; GARRAFA DOS REFRIGERANTES LIMÃO, VISEU;.....	103
FIGURA 64 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES <i>SPACE</i> , LAMEGO	104
FIGURA 65 – GARRAFA GRANITADA COM GOMOS	108
FIGURA 66 – GARRAFA GRANITADA	108
FIGURA 67 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES POLO, BELMONTE	167
FIGURA 68 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES SANTA RITA	167
FIGURA 69 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES LUSITA, COIMBRA	168
FIGURA 70 – GARRAFA NÃO IDENTIFICADA	168
FIGURA 71 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES SÃO MARÇAL, OUTORELA	169
FIGURA 72 – GARRAFA DAS INDÚSTRIAS CRISTINA, PORTIMÃO	169
FIGURA 73 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES JOSÉ MARREIROS FREIRA, BELMONTE.....	170
FIGURA 74 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES SEPOL, GUARDA	170
FIGURA 75 – EXEMPLO DE GARRAFA LAPIDADA DE VINHO DO PORTO	171
FIGURA 76 – GARRAFA DA CASA IDEAL, LISBOA.....	171
FIGURA 77 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES A SEMPRE VENCEDORA, OURIQUE	172
FIGURA 78 – PROJETO DA GARRAFA GRANITADA DA CUFP	172
FIGURA 79 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES SIMON, VILA REAL DE SANTO ANTÓNIO	173
FIGURA 80 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES O MELHOR, TAVIRA	173
FIGURA 81 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES SABUGA, SINTRA.....	174
FIGURA 82 – RÓTULO DOS REFRIGERANTES HERMÍNIO, GOUVEIA	174
FIGURA 83 – RÓTULO DA GASOSA LIMÃO CUFP	175
FIGURA 84 – RÓTULO DE PIROLITO GOLFINHO, LAMEGO.....	175
FIGURA 85 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES CAMOR, AVEIRO	176
FIGURA 86 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES FONTINHA, ALFARELOS GARE.....	176
FIGURA 87 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES BAIA, QUINTA DA BARQUINHA	177
FIGURA 88 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES CAPELA, QUINTA DA BARQUINHA	177
FIGURA 89 – PIROLITO DA FÁBRICA DA QUINTINHA.....	178
FIGURA 90 – PIROLITO ANICATO COUTO	178
FIGURA 92 – RÓTULO DA FÁBRICA DA FONTINHA, ALFARELOS	179
FIGURA 91 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES CAMOR, AVIERO	179
FIGURA 94 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES FRAGA, SÃO MIGUEL DE POIARES	180

FIGURA 93 – RÓTULO DOS REFRIGERANTES DA FÁBRICA DA FONTINHA	180
FIGURA 95 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES FRAGA, SÃO MIGUEL DE POIARES	181
FIGURA 96 – RÓTULO DA ÁGUA MINEROMEDICINAL DE MELGAÇO.....	181
FIGURA 97 – RÓTULO DE CERVEJA PRETA PORTUGÁLIA	182
FIGURA 98 – RÓTULO DE LIMONADA GASOSA JANSEN, LISBOA	182
FIGURA 99 – RÓTULO DE GUARANÁ BUSSACO, LUSO	183
FIGURA 100 – RÓTULO DA LARANJADA INVICTA, PORTO.....	183
FIGURA 101 – RÓTULO DA LARANJADA GOLFINHO, LAMEGO.....	184
FIGURA 102 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES REGINA, VISEU	184
FIGURA 103 – RÓTULO DA CERVEJA IMPERIAL, LISBOA.....	185
FIGURA 104 – MATRIZ LITOGRAFICA DO RÓTULO DE CERVEJA IMPERIAL	185
FIGURA 105 – RÓTULO DA LARANJADA FABOLINA, PORTO.....	186
FIGURA 106 – RÓTULO DOS REFRIGERANTES PORTO SOBREIRO, CADIMA	186
FIGURA 107 – RÓTULO DA LARANJADA FAVORITA, PORTO	187
FIGURA 108 – RÓTULO DA LARANJADA BUSSACO, LUSO	187
FIGURA 109 – GARRAFA DE LIMONADA GASOSA DAS CAEIRAS, BEJA	188
FIGURA 110 – GARRAFA DA LARANJADA BAIANA, BELMONTE.....	188
FIGURA 111 – CARTAZ DOS REFRIGERANTES GOLFINHO, LAMEGO, 1946.....	189
FIGURA 112 – CARTAZ PUBLICITÁRIO DA COCA-COLA, 1938	189
FIGURA 113 – RÓTULO DA LARANJADA FOCA, GRÂNDOLA	190
FIGURA 114 – ILUSTRAÇÃO DO FILME DE GEORGES MÉLIÈS, <i>LE VOYAGE DANS LA LUNE</i> DE 1902.....	190
FIGURA 115 – RÓTULO DA LARANJADA J.A.F, SABUGAL	191
FIGURA 116 – RÓTULO DA LARANJADA ESTRELA, LISBOA.....	191
FIGURA 117 – RÓTULO DA LARANJADA COIMBRA, LISBOA	192
FIGURA 118 – RÓTULO DA LARANJADA ESTRELA, LISBOA.....	192
FIGURA 119 – RÓTULO DA LARANJADA NATURAL LEÃO, MADEIRA.....	193
FIGURA 120 – RÓTULO DA LARANJADA LUSITA, COIMBRA.....	193
FIGURA 121 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES TRASMONTANA, VILA REAL.....	194
FIGURA 122 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES PRIMAVERA, HORTA, AÇORES	194
FIGURA 123 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES BUSSACO, LUSO.....	195
FIGURA 124 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES PROVIR, VISEU.....	195
FIGURA 125 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES RAIANA, IDANHA A NOVA E GARRAFA DOS REFRIGERANTES DELTA, CASTELO BRANCO	196

FIGURA 126 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES BISPO, MIRA DAIRE	196
FIGURA 127 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES FRUTÁGUA, RIO MAIOR	196
FIGURA 128 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES INVICTA, PORTO.....	197
FIGURA 129 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES FRUTEX, PORTO	197
FIGURA 130 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES SUPOL, VILA REAL	198
FIGURA 131 – GARRAFA DOS REFRESCOS MADEIRA DRY, MADEIRA	198
FIGURA 132 – CÁPSULA METÁLICA DOS REFRIGERANTES CRISTALINA, SOITO	199
FIGURA 133 – GARRAFA DAS GASOSAS <i>LA CASERA</i>	199
FIGURA 134 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES CRISTALINA, SOITO	200
FIGURA 135 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES CAMOR, AVEIRO	200
FIGURA 136- GARRAFA DAS LARANJADA CASTELO, BRAGANÇA	201
FIGURA 137 – GARRAFA DA LARANJADA BARROSA, TÁBUA	201
FIGURA 138 GARRAFA DA LARANJADA VALE DE BESTEIROS, CAMPO DE BESTEIROS	202
FIGURA 139 – GARRAFA DA GASOSA CONDESTÁVEL, ABRUNHOSA DO MATO	202
FIGURA 140 – GARRAFA DA GASOSA GLACIAL, SETÚBAL.....	203
FIGURA 141 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES GENIAL, AVEIRO	203
FIGURA 142 – GARRAFA DA LIMONADA GASOSA AVENIDA, SANTIAGO DO CACÉM	204
FIGURA 143 – RÓTULO DOS REFRIGERANTES PORTO SOBREIRO, CADIMA	204
FIGURA 144 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES TÓ SUMO, PÓVOA DE VARZIM	205
FIGURA 145 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES BRIGANTINA, BRAGANÇA.....	205
FIGURA 146 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES SUMO VITE, PORTO.....	206
FIGURA 147 – RÓTULO DOS REFRIGERANTES FORMOSINHA, VALE FORMOSO.....	206
FIGURA 148 – RÓTULO DOS REFRIGERANTES IMPERIAL, TABUAÇO	207
FIGURA 149 – ILUSTRAÇÃO PIN UP “ <i>I’LL SAY SO</i> ”, DÉCADA DE 40, ROLF ARMSTRONG	207
FIGURA 150 – CALENDÁRIO PARA 1946	208
FIGURA 151 – <i>SALUTE MAGAZINE</i> , MARÇO DE 1948	208
FIGURA 152 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES FORMOSINHA, VALE FORMOSO	209
FIGURA 153 – GARRAFA DE GASOSA CHIQUITA, BELMONTE	209
FIGURA 154 – GARRAFA DE LIMONADA GASOSA CATRAIA, FUNDÃO	210
FIGURA 155 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES FLOR DO SOR, PONTE DE SOR	210
FIGURA 156 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES TRICANA, FIGUEIRA DA FOZ	211
FIGURA 157 – GARRAFA DE GASOSA MINHOTA, FIGUEIRA DA FOZ	211
FIGURA 158 – RÓTULO DA LARANJADA DE VIDAGO, VIDAGO.....	212

FIGURA 159 – RÓTULO DOS REFRIGERANTES SERRANITA, LOUSÃ	212
FIGURA 160 – BILHETE POSTAL ILUSTRADO, ONDE FIGURA UM DESENHO DO CASTELO DE BELMONTE, 1938	213
FIGURA 161 – RÓTULO DA LARANJADA POLO, BELMONTE	213
FIGURA 162 – SELO COMEMORATIVO DO V CENTENÁRIO DO NASCIMENTO DE PEDRO ALVARES CABRAL 1468-1968.....	213
FIGURA 163 – BILHETE POSTAL ILUSTRADO, IGREJA MATRIZ DE MONCORVO.....	214
FIGURA 164 – RÓTULO DA LARANJADA A TORRE, MONCORVO.....	214
FIGURA 165 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES BAIANA, BELMONTE	215
FIGURA 166 – GARRAFA DA LARANJADA D. FUAS ROUPINHO, PORTO DE MÓS	215
FIGURA 167 – GARRAFA DA LIMONADA BALUARTE, CAMPO MAIOR.....	216
FIGURA 168 – GARRAFA DA LARANJADA ESPADA, VILA NOVA DE OURÉM	216
FIGURA 169 – GARRAFA DA GASOSA AQUEDUTO, ELVAS.....	217
FIGURA 170 – GARRAFA DE LARANJADA FONTELINA, VISEU	217
FIGURA 171 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES PRAZERES, VALE DE PRAZERES.....	218
FIGURA 172 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES SERRA DA ESTRELA, GOUVEIA	218
FIGURA 173 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES GRUTINA, MIRA DE AIRA	219
FIGURA 174 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES INFANTE, VISEU	219
FIGURA 175 – ESTÁTUA DO INFANTE DA AUTORIA DE JOAQUIM MARTINS CORREIA, 1960.....	220
FIGURA 176 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES CALIPOLENSE, VILA VIÇOSA.....	220
FIGURA 177 – ESTÁTUA EQUESTRE DE D. JOÃO IV DA AUTORIA DE FRANCISCO FRANCO, 1940.....	221
FIGURA 178 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES CONDESTÁVEL, ABRUNHOSA DO MATO	221
FIGURA 179 – CAPA DA CRÓNICA DO CONDESTÁVEL DE PORTUGAL DA AUTORIA DE MARTINS BARATA, 1936	222
FIGURA 180 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES ALTO MINHO, MONÇÃO	222
FIGURA 181 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES JOSICOL, CARTOXO	223
FIGURA 182 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES PRIMAVERA, HORTA, AÇORES	223
FIGURA 183 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES ALGARVIA, VILA REAL DE SANTO ANTÓNIO.....	224
FIGURA 184 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES MASSANO, ESTREMOZ	224
FIGURA 185 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES VITAL, ALENQUER	225
FIGURA 186 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES OLÍMPIO, CASTELO DE VIDE	225
FIGURA 187 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES REGUENGOS, REGUENGOS DE MONSARAZ	226
FIGURA 188 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES OURIQUE, OURIQUE	226
FIGURA 189 – GARRAFA DA LARANJADA IMPÉRIO, ALJUBARROTA	227

FIGURA 190 – ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DA LARANJADA TÂMEGA, 1949	227
FIGURA 191 – ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DOS REFRIGERANTES TRASMONTANA, 1968	228
FIGURA 192 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES S. PEDRO, SEIXAL	228
FIGURA 193 – CARTAZ DAS FESTAS POPULARES DE S. PEDRO, SEIXAL	229
FIGURA 194 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES STº. ANTÓNIO, PÓVOA DE VARZIM	229
FIGURA 195 – CARTAZ DAS FESTAS DE STº. ANTÓNIO E S. TIAGO, PÓVOA DE VARZIM	230
FIGURA 196 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES SÃO TOMÉ, MIRA	230
FIGURA 197 – CARTAZ DAS FESTAS DE S. TOMÉ, MIRA.....	230
FIGURA 198 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES S. SEBASTIÃO, VALE DE PRAZERES.....	231
FIGURA 199 – CARTAZ DAS FESTAS EM LOUVOR DE MÁRTIR S. SEBASTIÃO, VALE DE PRAZERES.....	231
FIGURA 200 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES SÃO TIAGO, SANTIAGO DO ESCOURAL	232
FIGURA 201 – CARTAZ DAS GRANDIOSAS FESTAS E FEIRA ANUAL, SANTIAGO DO ESCOURAL	232
FIGURA 202 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES SANTA RITA, CAMINHA	233
FIGURA 203 – CARTAZ DAS FESTAS DE SANTA RITA DE CÁSSIA, CAMINHA.....	233
FIGURA 204 – GARRAFA DOS REFRIGERANTES SANTA LUZIA, VIANA DO CASTELO	234
FIGURA 205 – CARTAZ DAS FESTAS DE SANTA LUZIA, VIANA DO CASTELO.....	234
FIGURA 206 – GARRAFA DOS REFRIGERANTE SÃO JORGE, CANTANHEDE	235
FIGURA 207 – CARTAZ DAS FESTAS DE SÃO JORGE, LEMEDE, CANTANHEDE	235

Lista de abreviaturas e siglas

BA.....	BARBOSA & ALMEIDA
CC	CENTÍMETROS CÚBICOS
CEE.....	COMUNIDADE ECONÓMICA EUROPEIA
CERGAL.....	CERVEJAS DE PORTUGAL
CIREL.....	CONSÓRCIO INDÚSTRIAL DE REFRIGERANTES PORTUGUESES
CITCEM	CENTRO INVESTIGAÇÃO TRANSDISCIPLINAR CULTURA, ESPAÇO E MEMÓRIA
CM	CABO MONDEGO
COPEJA	COMPANHIA PORTUGUESA DE CERVEJAS
CUFP	COMPANHIA UNIÃO FABRIL PORTUENSE
CV	COMPANHIA VIDREIRA
DGEMN.....	DIREÇÃO GERAL DOS EDIFÍCIOS E MONUMENTOS NACIONAIS
DR	DOUTOR
DS	DÂMASO DOS SANTOS
EFTA.....	EUROPEAN FREE TRADE ASSOCIATION
EST.....	ESTIMATIVA
FC.....	FERREIRA CUSTÓDIO
FL	FOLHA
FP.....	FÁBRICA PORTUGÁLIA
G. & H. HALL LDA	GEORGE & HENRY HALL LIMITADA
J.A.F.	J. A. FERNANDES
ORG.	ORGANIZADOR
P.....	PATAIAS
REFRIPLÁS.....	INDÚSTRIAS REUNIDAS DE REFRIGERANTES E PLÁSTICOS
RG	RICARDO GALLO

RL..... REGO LAMEIRO
S.A..... SEM AUTOR
S.P..... SEM PÁGINA
SB SANTOS BAROSA
SCC SOCIEDADE CENTRAL DE CERVEJAS
UNICER UNIÃO CERVEJEIRA
UPREL UNIÃO DOS PRODUTORES DE REFRIGERANTES DE
ESTARREJA LIMITADA
VP VIDREIRA PORTUGUESA
ZCL..... ZONA DE COMÉRCIO LIVRE

Introdução

A existência de refrigerantes em Portugal e o seu consumo são hoje um dado adquirido nos nossos hábitos alimentares quotidianos. De facto, se interrogarmos as gerações mais jovens acerca dos refrigerantes que conhecem, certamente dir-nos-ão as marcas das grandes multinacionais da atualidade. Todavia, tanto a *Coca-Cola*, como a *Pepsi*, a *Seven Up* ou até mesmo a Sumol, que hoje nos são profundamente familiares, correspondem a um pequeno número do vasto leque de opções que se poderiam encontrar em Portugal durante a centúria passada¹. É então necessário questionarmos acerca das origens da indústria de bebidas no nosso país, cujas raízes se encontram envoltas em considerável mistério, tanto pela falta de fontes como pela falta de estudos sobre o tema. O grande número de unidades fabris que existiram em Portugal e a diversidade formal das suas embalagens, apresentam características próprias que se encontram presentemente por identificar, necessitando então de um estudo aprofundado sobre o tema. Consideramos ainda que estas últimas representam o testemunho físico da produção de uma indústria já desaparecida e que, como tal, se justifica o seu reconhecimento e valorização. De facto, as embalagens de refrigerante são não só o produto de práticas industriais ultrapassadas, mas também um documento para a história do *design* português, ilustrativas de um arco temporal de cerca de 110 anos. Neste sentido, a relevância do presente projeto justifica-se pela necessidade de conhecer e valorizar a história da indústria nacional de refrigerantes e da sua produção, para que esta não seja relegada ao esquecimento.

A importância do nosso tema é ainda alicerçada pelo crescente interesse que se vive atualmente na recuperação das marcas do passado, sobretudo das que acompanharam as gerações nascidas no século XX. De facto, o apego emocional às memórias de infância, e que através do olhar atual nos soam sempre felizes, transportam-nos imediatamente para espaços, para pessoas, e também para marcas que associamos a essas vivências. A sua recordação nostálgica por parte de um público que lhes era fiel, originou não só o reavivar, mas também a reinvenção de muitas das indústrias que as produziam. Tal

¹ PARRA, 2011: 12.

como sintetiza a página *web* de *A Vida Portuguesa*, estes produtos “relembrem o quotidiano de uma época” mantendo “as mesmas embalagens originais”². Os exemplos cada vez mais numerosos, como a pasta dentífrica Couto, os sabonetes Ach Brito, os lápis Viarco ou as sapatilhas sanjo assinalam esta mesma tendência sem, no entanto, abandonarem a imagem gráfica pela qual são recordadas. Apesar da maioria das indústrias de refrigerante em Portugal já não se encontrar em funcionamento, observa-se, por parte das que ainda subsistem, um certo acompanhamento deste ressurgimento. Efetivamente, registam-se algumas marcas que, através de ações publicitárias ou do lançamento de embalagens comemorativas, recorreram à imagem gráfica dos seus mais



Figura 1 – Garrafas comemorativas dos refrigerantes Bussaco

marcantes produtos do século XX. Destaca-se o caso da Sociedade de Refrigerantes Bussaco, fundada em 1921³, que lançou no presente ano de 2020 uma edição comemorativa das garrafas de laranjada e de refrigerante de ananás (figura 1)⁴. No fundo, trata-se de inovação pela tradição. Dado que as marcas procuram cada vez mais conhecer a sua história e promover-se através desta, podemos considerar que o projeto *Garrafas de refrigerante, Formas, imagens e a sua circulação na indústria portuguesa entre 1870 e 1980* apresenta uma dimensão mais prática do que inicialmente se poderia pensar. Neste sentido, o tema do presente projeto pode aliar a vertente científica, a qual se propõe

² A Vida Portuguesa Desde Sempre. Disponível em:

<https://www.avidaportuguesa.com/pt/sobre>

Acedido a: 18/09/2020.

³ Sociedade de Refrigerantes do Buçaco Lda. Disponível em:

<http://www.srb.pt/historial/>

Acedido a: 18/09/2020.

⁴ S. R. Buçaco Lda. Disponível em:

<https://www.facebook.com/Sociedade.Refrigerantes.Bussaco>

Acedido a: 28/09/2020.

cumprir desde o princípio, a um lado mais ligado às aplicações, voltado para a recuperação de marcas portuguesas icónicas de bebidas refrigerantes.

a. Estado da Arte

As garrafas de refrigerante constituem um marco industrial em Portugal, compreendendo diferentes características morfológicas e gráficas ao longo dos séculos XIX e XX. Para perceber a sua diversidade é necessário entender o tema de forma lata, englobando questões de contexto industrial, geográfico e até político, não se resumindo simplesmente a uma análise isolada de *design*. Neste sentido, para o tema em estudo encontramos dois campos bibliográficos distintos, um primeiro referente ao universo industrial e, um segundo, focado na garrafa e nos seus componentes formais.

Relativamente ao primeiro campo, destaca-se o artigo *Soft Drinks, Their Origins and History*⁵, da autoria de Colin Emmins. Este aborda algumas questões essenciais sobre o aparecimento dos refrigerantes e dos processos de gaseificação artificial que lhes estão associados. Como obra basilar, destaca-se o trabalho *Unicer, Uma Longa História*⁶, da autoria de Gaspar Martins Pereira. Apesar de ser direccionado para a história da indústria cervejeira, em particular da UNICER, acaba por responder a muitas das questões por nós levantadas. De facto, são aqui abordados os aspetos relativos ao surgimento dos refrigerantes em Portugal e das unidades onde eram fabricados, processos de produção e distribuição, aspetos formais do vasilhame e evolução gráfica dos seus rótulos. No entanto, e devido às características desta empresa, das suas instalações, métodos de produção, volume de capital e de negócio e, por fim, das singularidades das suas garrafas, estas características não podem ser tidas como universais a todas as indústrias que fabricavam refrigerantes durante a cronologia abrangida. Ainda ligada à indústria cervejeira, refira-se a dissertação de mestrado em História Contemporânea “*A Nacionalização que se Deseja*” *Notas para uma Breve História da Indústria Cervejeira Nacional: do Estado Novo às Nacionalizações Revolucionárias*⁷, da autoria de Filipe

⁵ EMMINS, 1991.

⁶ PEREIRA, 2014.

⁷ SILVA, 2012.

Guimarães da Silva. Este trabalho foca-se no percurso cervejeiro português, desde o século XIX até aos anos 80 do século XX segundo uma leitura política das transformações da indústria. A promiscuidade entre a indústria de refrigerantes e a de cerveja durante os finais do século XIX e durante os alvares do século XX torna estes trabalhos académicos particularmente importantes, pois descrevem uma realidade fabril que é, em parte, semelhante. Particularmente importante é a obra *Elites e Indústrias no Alentejo (1890-1960) Um estudo sobre o comportamento económico de grupos de elite em contexto regional no Portugal contemporâneo*⁸, da autoria de Paulo Eduardo Guimarães. O capítulo 4.3.2. intitulado *Os Refrigerantes*, revelou-se fulcral para a compreensão do funcionamento e estruturação das unidades fabris familiares e na definição dos momentos cronológicos considerados chave no percurso industrial deste setor.

Pelo contrário, o segundo campo bibliográfico revela-se particularmente incipiente. Refira-se como mais relevante a dissertação de mestrado em Comunicação e Multimédia, *Rótulos Portugueses de 1930 a 1980*⁹, da autoria de Cátia Milene Azevedo Esteves. Esta pretende traçar um percurso evolutivo dos rótulos portugueses de águas, cerveja e refrigerantes na cronologia referida, acompanhada de análises gráficas e de marketing. No entanto, acaba por não responder ao que se propõe, ao não apresentar uma relação concreta entre o contexto histórico e o tema abordado. Incorre também em generalizações, pois parte da história e do percurso evolutivo dos rótulos da empresa Sociedade Central de Cervejas, e amplia-os para uma escala nacional. Nota-se, neste sentido, um desconhecimento do tema abordado, ao apresentar micro realidades bem documentadas como práticas universais. A escala industrial de refrigerantes durante o século XX é, salvo raros exemplos, regional. Também as noções contemporâneas de marketing, design e o efeito destes no consumidor, são aplicadas ao contexto social e económico do século XX resultando, por isso, anacrónicas. Ao focar-se exclusivamente na evolução do design dos rótulos, o estudo acaba por excluir os fatores que os condicionam e que realmente permitem que este se transforme. A

⁸ GUIMARÃES, 2006.

⁹ ESTEVES, 2012.

própria ideia de rótulo expressa ao longo do texto parte sempre do princípio que a sua conceção física seja em papel, afirmando que a produção, neste suporte, foi hegemónica durante os 50 anos que o estudo desenvolve. Ainda assim, nota-se uma rica exposição gráfica de rótulos que permite levantar questões importantes para o seu estudo. A autora revela também que durante o trabalho de pesquisa se deparou com problemas semelhantes aos que apresentamos, nomeadamente a falta de informação científica sobre o tema. É ainda necessário compreender o suporte físico onde o refrigerante é comercializado, a garrafa de vidro. Para esse efeito salientamos a dissertação de mestrado em Design de Equipamento, intitulada *Design & Vidro, A Herança da Indústria Nacional da Marinha Grande*¹⁰, da autoria de Aurora Faustino Gato. São aqui explanados os momentos evolutivos da produção vidreira nacional, o que permite uma tentativa de datação cronológica do vasilhame analisado. Este trabalho revela-se, deste modo, fundamental para a compreensão da produção vidreira no nosso país. Este tema é importante para o estudo das garrafas de refrigerante, dado ser a produção de vidro de embalagem que torna esta indústria possível. Também a dissertação de mestrado em Comunicação e Arte *Identidade do Vinho do Porto, Pela Tradição da sua Embalagem*¹¹, da autoria de Magda Soares Barata, se revelou útil do ponto de vista da análise formal do vasilhame. Apesar de ser direccionada para garrafas de vinho do Porto, podem aqui ser estabelecidas algumas pontes entre as suas características formais e as das garrafas de refrigerante. Esta dissertação auxiliou ainda na definição de uma estratégia metodológica de classificação e de interpretação das embalagens, quer dos seus aspetos morfológicos, quer dos seus aspetos gráficos. Para compreender a tipologia das garrafas de pirolito destaca-se o artigo *Codd (Marble-In-The-Neck) Soda-Water Bottles, Then and Now!*¹² da autoria de Cecil Munsey. É aqui estudada a invenção, patenteação e evolução formal da garrafa de pirolito no mundo britânico, mas onde se podem traçar paralelismos com os modelos portugueses. Este artigo, apesar de responder à realidade

¹⁰ GATO, 2017.

¹¹ BARATA, 2009.

¹² MUNSEY, 2010.

inglesa e do mundo britânico, acaba também por fornecer pistas sobre a introdução dos refrigerantes em Portugal.

Já um pouco fora do tema de estudo mas crucial para a interpretação e compreensão do *design* gráfico utilizado no vasilhame, destaca-se a obra *Foi Você que Pediu uma História da Publicidade?*, de Luís Trindade¹³. Foi, neste projeto, particularmente importante para a análise do corpo feminino na publicidade, quais as suas utilizações e valências.

b. Objetivos, problemáticas e questões metodológicas

No início da elaboração deste projeto foram estabelecidos os objetivos estruturantes da sua orientação. Pretende-se, primeiramente, contribuir para a expansão e sistematização do conhecimento sobre a temática selecionada, o estudo das garrafas de refrigerante e do contexto industrial em que estas se inserem, realidades, até ao momento, praticamente desconhecidas. Neste sentido, o presente projeto pretende realizar uma análise panorâmica desse mesmo contexto procurando, num segundo momento, examinar em detalhe as formas e as imagens inerentes à produção destes objetos, as embalagens de refrigerante. É então necessário ter como ponto de partida a própria embalagem e atentar, numa cronologia longa, à sua evolução, tanto do recipiente propriamente dito como do rótulo que lhe é aplicado. Pretende-se através desta análise, compreender quais as motivações e os agentes de mudança que propiciam as alterações formais e gráficas do objeto, mas também demonstrar a sua importância como contributo para a história industrial portuguesa dos séculos XIX e XX.

Este projeto pretende ainda apresentar um modelo de organização e catalogação formal destas embalagens numa grelha com as várias tipologias classificativas de cada uma. É ainda proposto um modelo de inventariação do vasilhame por unidade fabril onde se pretende identificar e inventariar as embalagens que cada fábrica comercializava.

¹³ TRINDADE, 2008.

Quando iniciei o projeto de investigação tinha já conhecimento de muitas das problemáticas e questões metodológicas que este acarretava, e das quais, sem uma longa exposição ao objeto de estudo, não me seria possível superar de forma científica. O primeiro grande obstáculo com que nos deparamos foi a quase total inexistência de informação relativa ao tema e a dificuldade em encontrar e por vezes identificar o próprio objeto de estudo. O facto de as embalagens de refrigerante nunca terem sido reconhecidas e valorizadas, enquanto elemento patrimonial ou de interesse científico, levou à sua progressiva destruição ao longo dos anos. Efetivamente, quando as unidades fabris que as engarrafavam encerraram durante as décadas de 80 e 90, acabaram por se desfazer de grande parte do seu vasilhame e arquivos. São recorrentes os casos de aberturas de grandes valas onde as garrafas eram depositadas e de seguida enterradas. Destaque-se também a sua venda a centros de reciclagem e respetiva destruição, ou ainda, a sua refundição em fábricas vidreiras. A dificuldade em encontrar o próprio objeto de análise torna-se então evidente, pois mesmo nas situações em que este nos surge, encontra-se, na maioria dos casos, desprovido do seu contexto histórico. Neste sentido, a elaboração do presente projeto não pode ser desvinculada do âmbito do colecionismo, pois é o único meio que fornece uma amostra significativa de garrafas de refrigerante passível de ser estudada.

Apesar do objeto ser em si mesmo uma fonte, a sua descontextualização acarreta uma nova problemática inerente ao desenrolar do projeto. Como o principal método de análise resulta da sua observação direta, esta pode muitas das vezes carecer de fundamento documental mais aprofundado. De facto, as informações que a embalagem nos fornece, relativas à sua fábrica vidreira, local de produção e proprietário, são muito escassas, permitindo apenas traçar um perfil sintético do objeto. Questões cruciais como enquadramento cronológico, permanecem assim, na maioria dos casos, uma incógnita. Como muitas das marcas demoraram a consolidar a imagem das suas embalagens, surgem-nos frequentemente vários exemplares distintos do ponto de vista morfológico e imagético. A datação por nós utilizada resulta então da comparação desses mesmos modelos, tornando-se possível apontar quais os objetos mais recuados ou mais aproximados do ponto de vista cronológico. No entanto, esta análise não

permite datações exatas optando-se, nos casos em que estas não são fornecidas pela bibliografia, por estimar ou então por omitir a cronologia dos objetos. Por outro lado, todos os exemplares cuja cronologia foi encontrada aparecem devidamente identificados no texto.

A bibliografia recolhida revela-se profundamente insuficiente para a realização de um estudo sobre o tema em questão, problemática que nos acompanhou ao longo de todo o projeto. O facto de ser uma indústria relativamente recente e com características regionais pode ser uma justificação para a fraca incidência, por parte dos autores, no estudo de garrafas de refrigerante e das fábricas que as produziram. Também, como o objeto de estudo não é fácil de ser encontrado, pode ter permanecido oculto perante o olhar dos pesquisadores ou, simplesmente, pode nunca ter despertado a sua curiosidade científica. Quanto ao conteúdo das obras recolhidas, estas focam-se essencialmente na história da indústria cervejeira, por ser a mais antiga, mais bem documentada, de escala e dimensão nacional e por ainda se encontrar em funcionamento. Neste sentido, e tendo unicamente como fonte bibliográfica os estudos recolhidos, não é possível traçar um perfil do objeto em estudo. Estes são, em primeiro lugar, escassos, demasiado direcionados para uma pesquisa específica, ou abordam o tema de forma superficial.

Por fim, é de destacar a situação extraordinária que se viveu no presente ano, devido aos entraves provocados pela pandemia de covid19. Os quatro meses em que me mantive afastado do meu objeto de estudo e de muitas fontes e bibliografia necessárias revelaram-se profundamente prejudiciais para a continuidade do meu processo de investigação. Como é necessário utilizar a própria garrafa como fonte, a coleção particular que detenho destes objetos iria propiciar uma amostra de estudo significativa para dar continuidade ao processo de investigação e, à qual não me foi possível ter acesso em permanência. Perante a rarefação bibliográfica, a consulta de fontes primárias, perspetivava-se também crucial, sendo necessário consultar jornais, almanaques, entre outros, que apenas se encontravam disponíveis em bibliotecas e, por isso, impossíveis de serem consultados durante o período de quarentena. Resultou desta conjuntura, a dificuldade em referenciar algumas das figuras presentes neste

trabalho. De facto, a figura 49, a figura 57 e a figura 58, como foram retiradas do jornal O Vilarrealense num momento ainda preliminar deste estudo, apresentam a sua referência incompleta, pois não foi possível confirmar o ano, o número e a página dessa mesma fonte. Relativamente à bibliografia existente, a obra de referência principal apenas poderia ser presencialmente consultada na Biblioteca da FLUP pois não era passível de ser requisitada, o que atrasou o meu trabalho de investigação mesmo depois do término da quarentena.

Relativamente à metodologia seguida para a elaboração deste trabalho, e perante as limitações anteriormente expressas, teríamos obrigatoriamente de ter como ponto de partida a embalagem. De facto, as informações por esta disponibilizada, e cuja maior expressão é a imagem, podem ser lidas segundo três valências distintas. A primeira valência por nós definida corresponde à embalagem enquanto forma de ilustrar a bibliografia. Segundo esta visão, a imagem do objeto apresenta-se como a materialização do próprio corpo bibliográfico, indo sempre de encontro ao que neste é referido. A segunda valência corresponde à embalagem como forma de corroborar a bibliografia. Neste campo, a imagem do objeto adquire uma maior autonomia face aos estudos já existentes, pois comprova, ou não, o que neles é referido. Por fim, a terceira valência corresponde à embalagem enquanto construtora de novas leituras e de revisão de dados anteriores. A imagem do objeto passa a apresentar-se como fonte primordial para a estruturação do texto científico, devido à inexistência de bibliografia com que possa ser articulada. Assim sendo, e como não poderia deixar de ser, garante-se ao longo de todo o texto que o objeto de estudo seja a peça central da investigação.

Utilizou-se a coleção particular que possuímos destes objetos com o propósito de analisar um conjunto que fosse representativo, tanto da perspetiva numérica como cronológica. De facto, dispomos de um universo de cerca de 1100 exemplares de embalagens portuguesas de refrigerante, cujo objeto mais recuado é atribuível à década de 70 do século XIX e o mais recente aos princípios da década de 80 do século XX. Foi a partir destas balizas temporais que se definiu o período em análise, apresentando-se então como marcos simbólicos as datas de 1870 e 1980. Desta forma abarca-se quase na totalidade o tempo de laboração das indústrias de refrigerantes no nosso país,

enquadrando os momentos assinaláveis para o seu princípio, evolução e declínio. Para além da seleção fotográfica por nós executada, foram ainda utilizadas imagens provenientes da plataforma *Portal dos Clássicos, Frascofilia e Garrafas*, sobretudo quando referentes a objetos mais antigos. Também a dissertação de mestrado *Rótulos portugueses de 1930 a 1980* e o estudo *Unicer, Uma Longa História*, forneceram importantes imagens, sobretudo no que concerne a rótulos de bebidas refrigerantes. No entanto, e devido à inexistência de exemplares relativos às décadas de 80 e 90 na presente coleção e nas plataformas e bibliografias referidas, optámos por excluir estas duas décadas da análise formal por falta de informação passível de ser observada e tratada. O presente estudo fica então delimitado à realidade industrial portuguesa e a um arco temporal de cerca de 110 anos.

A partir deste ponto procuramos identificar todas as unidades fabris, insulares e continentais, até ao período mais recuado onde nos foi possível chegar. Desta forma pudemos desenvolver uma visão de conjunto através da perceção de uma realidade fabril, até certo ponto, transversal a todo o território. Para isso, tivemos ainda em consideração os testemunhos dos antigos proprietários das seguintes indústrias: Fábrica de Refrigerantes Vilarealense, Vila Real; Fábrica de Refrigerantes Stadium, Chaves; Fábrica de Refrigerantes Brigs, Bragança; Fábrica de Refrigerantes Maravilha, Mirandela; Fábrica de Refrigerantes Golfinho, Lamego; do antigo funcionário da Fábrica de Refrigerantes Ribeirinha, Mirandela e de alguns antigos taberneiros do distrito de Bragança, Vila Real e Guarda.

No campo bibliográfico e, perante a sua rarefação, optámos por uma pesquisa por fontes primárias, destacando-se o *Inquérito Industrial de 1881 – Visita às Fábricas do Distrito Administrativo do Porto*¹⁴, organizado pela Comissão Central Diretora do Inquérito Industrial e que, porventura, é também a mais antiga fonte analisada. Esta é particularmente relevante pois corresponde a um registo coevo dos aspetos funcionais e produtivos das indústrias em atividade na cidade do Porto durante o último quartel do século XIX, onde se inserem também as de refrigerante. Refiram-se também as consultas

¹⁴ Comissão Central Diretora do Inquérito Industrial, 1881.

realizadas na Biblioteca Pública Municipal do Porto, no Arquivo Histórico Municipal do Porto, no Arquivo Municipal de Vila Real e no Arquivo Municipal de Bragança. Aqui procurou-se recolher anúncios publicitários que nos ajudassem a situar cronologicamente o consumo de algumas bebidas gaseificadas, a tipologia do vasilhame e o seu *design* gráfico. Destaque-se como publicações representativas o *Almanach do Jornal de Notícias* (1915-1940)¹⁵ e o jornal *O Vilarealense* (1880-atualidade)¹⁶. Para além da publicidade recolhida, procurou-se ainda identificar a data de fundação de algumas das indústrias apresentadas ao longo deste trabalho através de documentação de carácter arquivístico, tais como pedidos de licença, correspondência, documentos manuscritos e memórias descritivas ou justificativas.

Foi utilizado o novo acordo ortográfico para a redação deste trabalho, excetuando nas situações em que se registam transcrições de citações, onde optamos por conservar a grafia original. Quanto à norma bibliográfica, usamos uma adaptação da APA seguida pelo CITCEM, (Centro de Investigação Transdisciplinar Cultura, Espaço e Memória), tendo sido remetida para nota de rodapé.

c. Organização dos Capítulos

O presente projeto encontra-se organizado num único volume, composto por dois capítulos orientadores, respetivos subcapítulos, e ainda pelos apêndices. Procurou-se aplicar uma visão crítica e reflexiva, de cujo corpo teórico é a sua materialização. No que concerne à estrutura deste, optou-se, para o primeiro capítulo, por uma visão cronológica, enquadrando o objeto de estudo num tempo e espaço e, para o segundo, por uma visão temática, procedendo à leitura das suas formas e imagens.

¹⁵ Disponível em:

<http://bibliotecas.cm-porto.pt/ipac20/ipac.jsp?session=16011C17C667F.90464&profile=bmp&source=~!horizon&view=subscriptionsummary&uri=full=3100024~!59097~!0&ri=1&aspect=subtab13&menu=search&ipp=20&spp=20&staffonly=&term=almanaque+jornal+de+noticias&index=.GW&uindex=&aspect=subtab13&menu=search&ri=1>

Acedido a: 20/09/2020.

¹⁶ O VILAREALENSE, nº43 (28/12/1968).

De facto, no Capítulo 1 – *A Indústria de Bebidas Refrigerantes em Portugal*, pretendemos contextualizar toda a sua realidade fabril, num arco temporal aproximado de 180 anos e numa geografia tanto continental como insular. O ponto que se segue, 1.1. - *O Modelo Inglês como Matriz de Expansão das Bebidas Gaseificadas*, principia com a invenção e evolução dos próprios refrigerantes e da sua universalização através do Império Colonial Britânico. No 1.2. - *Primeira Fase, do Século XIX à Primeira Guerra Mundial*, procura-se traçar um perfil industrial das bebidas gaseificadas em Portugal, durante a cronologia apontada. É aqui apresentada uma proposta de introdução dos refrigerantes no nosso país e da evolução das unidades fabris ao longo do século XIX e da primeira quinzena do século XX. O ponto 1.2.1. – *As Importações de Matérias-primas, o Caso do Vasilhame e do Açúcar*, surge em complemento do tópico anteriormente referido. São aqui expressas as deficiências da balança comercial portuguesa no que respeita aos produtos necessários para o fabrico de refrigerantes, em particular do vasilhame e do açúcar. No 1.3. - *Segunda Fase, dos Anos 20 aos Anos 50*, aborda-se o segundo momento de percurso das unidades fabris de refrigerantes no nosso país. O ponto 1.3.1. – *A Proliferação das Indústrias de Bebidas Refrigerantes* trata esse mesmo momento, em que se regista um aumento significativo deste tipo de indústrias e se aventam os motivos para tal expansão. No 1.3.2. – *As Marcas Estrangeiras no Portugal Salazarista*, enunciam-se as marcas estrangeiras representadas no nosso país e procura-se, em consonância com o capítulo anterior, as justificações para a sua presença. O ponto 1.4. – *Terceira Fase, dos Anos 60 à Década de 90*, enuncia o momento de declínio das unidades fabris portuguesas produtoras de refrigerante. O 1.4.1. – *Concentração das Unidades Industriais e o seu Encerramento no Final do Milénio*, vai de encontro à premissa expressa anteriormente, procurando perceber a relação entre a política internacional e a fixação de marcas estrangeiras no nosso mercado enquanto causadores do declínio da indústria nacional deste sector.

Por fim, no Capítulo 2 – *Forma e Grafismo, Análise de Design das Embalagens*, pretende-se compreender quais as características, mutações e justificações dos aspetos formais do vasilhame e dos seus rótulos. Este capítulo é iniciado com o ponto 2.1. – *A Garrafa, Função e Forma*, onde se explicita a sua função, particularidades formais e

justificações para as mesmas. No 2.2. - *O Rótulo na Indústria Portuguesa de Refrigerantes*, dá-se enfoque às suas diferenças e motivações gráficas, desde aspetos considerados mais simples, como os estritamente formais, até às questões temáticas, e que adiante elencamos. Destaca-se o ponto 2.2.1. – *O Papel das Oficinas Litográficas e de Pirogravação*, onde se tenta aprofundar o papel destas instituições no grafismo dos rótulos de refrigerante. No ponto 2.2.2. – *A Cópia Parcial da Imagem de Marcas mais Fortes ou Credíveis*, é tratada a apropriação imagética de rótulos de empresas concorrentes com o intuito de se fazer passar pela mesma. O ponto 2.2.3. – *Laranjas e Limões, o Arquétipo do Natural*, procura justificar a utilização recorrente destes ícones no *design* dos rótulos de refrigerante. No 2.2.4. – *A Exploração da Figura Feminina*, abordam-se as várias valências e opções gráficas que englobam o corpo da mulher, acompanhadas, para tal, de propostas justificativas. No ponto 2.2.5. – *Rótulos de Refrigerante de Matriz Gráfica Regionalista*, deu-se enfoque aos aspetos gráficos em cuja origem se encontrem elementos icónicos das regiões onde as unidades fabris estão implementadas. O 2.2.5.1. – *A Política do Estado Novo e as Opções Gráficas dos Rótulos* corresponde a um subponto da temática anteriormente abordada, procurando justificar estas escolhas com o ambiente político que se vivia na época em Portugal. Segue-se o ponto 2.2.6. – *Expressões de Religiosidade no Design dos Rótulos*, onde se procura identificar e estabelecer uma relação entre a religiosidade popular e a transposição desta para a iconografia dos rótulos de refrigerante. Por fim, surge o ponto 2.2.7. – *A Seleção do Nome da Marca*, que encerra o corpo de investigação deste projeto. Pretende-se aqui apresentar uma justificação para os nomes das marcas de refrigerante, as suas motivações e origens mais comuns.

Por fim destacam-se as *Considerações finais*, que encerram o corpo textual teórico do presente trabalho. Procura-se aqui enunciar, de forma sintética, não só as conclusões por nós obtidas, mas também apresentar alguns dos pontos temáticos não tratados neste trabalho e que podem compreender investigações futuras.

No ponto *Fontes e Referências*, apresenta-se de forma sistematizada as fontes e referências da informação utilizada na presente dissertação. Este campo encontra-se

organizado em três alíneas, sendo estas: *a. Fontes Primárias*, *b. Referências Bibliográficas* e *c. Sítios em Linha*.

No ponto *Fonte das Imagens*, apresenta-se uma tabela estruturada em dois campos, onde se pretende clarificar a origem das imagens exibidas ao longo da dissertação. No primeiro campo, *Numeração das Figuras*, é inscrito o respetivo número de cada uma. A numeração apresentada tem correspondência com o segundo campo, *Fonte das Figuras*, onde é referida a fonte de onde estas foram retiradas. As figuras não referenciadas nesta tabela correspondem a objetos pertencentes à coleção particular do autor. Este modelo organizativo permite ainda aliviar a mancha gráfica do corpo de texto, facilitando assim a sua leitura.

Quanto aos apêndices, estes têm como intento dispor alguma da informação tratada através de um modelo de análise mais operativo. Iniciam-se com uma nota preambular onde se esclarece a forma de organização e de leitura dos conteúdos aí apresentados. No Apêndice 1 foram colocadas as figuras respetivamente numeradas, da 67 a 207, que, por impossibilidade de formatação, não conseguimos introduzir no corpo de texto. O apêndice 2 apresenta um conjunto de quatro documentos textualmente transcritos que não se justificava inserirem-se em corpo de texto e que aqui decidimos reproduzir integralmente. No apêndice 3 apresenta-se uma tabela onde se pretende catalogar o vasilhame de um ponto de vista exclusivamente morfológico. Por fim, no apêndice 4, procedeu-se a uma organização do vasilhame por unidade fabril, onde são descritas todas as suas particularidades.

1. A Indústria de Bebidas Refrigerantes em Portugal

1.1. O Modelo Inglês como Matriz de Expansão das Bebidas Gaseificadas

Na génese dos refrigerantes modernos, encontra-se uma bebida semelhante à limonada, produzida em contexto medicinal que, devido às suas características de conservação e riqueza em vitamina C, fazia parte da dieta dos marinheiros britânicos. Era por isso utilizada na prevenção e tratamento do escorbuto em viagens marítimas de longa duração. Na segunda metade do século XVIII iniciaram-se as primeiras experiências com gás carbónico, desenvolvidas por cientistas franceses, mas sobretudo ingleses. Durante a década de 60 da mesma centúria, o cientista inglês Joseph Priestley encontrou o processo de incorporar, de forma artificial, gás em águas de nascente, abrindo as portas para a criação das limonadas gasosas¹⁷. A partir de finais do século XVIII e princípios do XIX, Inglaterra começa progressivamente a afirmar-se como a pioneira na produção de águas gaseificadas, muito fruto do avanço tecnológico da revolução industrial. Um dos melhores exemplos reside na figura do alemão Jacob Schweppes, que inicia o seu fabrico de águas gaseificadas em 1783 na Suíça, mas que rapidamente se transfere para Londres¹⁸. É provável que experiências de mistura de águas gaseificadas com extratos de limão e açúcar fossem já comuns, no entanto, a primeira referência surge apenas em 1833¹⁹. Certo é que durante a primeira metade do século XIX, as limonadas gasosas consolidaram-se no mercado de venda livre, saindo do meio exclusivamente medicinal. Com a expansão do seu consumo, os produtores de limonadas gasosas e de outras bebidas a ela associadas, como a *ginger beer*, aumentaram exponencialmente por toda a Inglaterra²⁰. No entanto, as bebidas gaseificadas que agora conquistavam o mercado, geraram novos problemas ao nível do seu engarrafamento. A pressão causada pelo gás dentro das garrafas levava muitas das vezes à sua explosão, sobretudo quando a rolha que as vedava secava. Em 1809, o

¹⁷ EMMINS, 1991: 8.

¹⁸ MALLÉN, 2011: 78.

¹⁹ EMMINS, 1991: 11.

²⁰ Idem: 12.

irlandês William Hamilton inventou uma garrafa de forma oval (figura 2), morfologicamente semelhante a uma ânfora, e que, como tal, não se conseguia sustentar em pé. Desta forma, o seu conteúdo líquido ficava em permanente contacto com a



Figura 2 – Garrafa Hamilton da J. Schweppe & C.⁹



Figura 3 - Sifão

rolha, evitando assim que esta secasse²¹. Outra das soluções desenvolvidas durante a primeira metade desse século foi o sifão (figura 3). Esta garrafa de grandes dimensões, tinha acoplado no topo um sistema metálico para manter a pressão no seu interior e dosar a bebida consoante o pretendido. Os sifões eram especificamente utilizados para limonada gasosa ou

para outras misturas de bebidas gaseificadas com sabor. Devido às suas proporções, eram sobretudo utilizados em ambientes caseiros ou em estabelecimentos de consumo público²². Novas tentativas de vedar eficazmente o gás foram surgindo em Inglaterra ao longo de todo o século XIX, mas a solução mais eficiente, chegaria apenas nos finais do terceiro quartel dessa centúria. Em 1872, o engenheiro britânico Hiram Codd, desenvolveu e patenteou uma garrafa capaz de vedar o gás sem os inconvenientes da garrafa oval de Hamilton²³. A *Codd Bottle* (que no caso português designaremos apenas como pirolito²⁴) conseguia sustentar-se em pé e utilizava um berlinde para vedar o gargalo (figura 4). Este sistema fazia uso da pressão efervescente

²¹ MUNSEY, 2010: 2.

²² EMMINS, 1991: 18.

²³ MUNSEY, 2010: 4.

²⁴ GATO, 2017: 101.



Figura 4 – Codd Bottle

causada pelo gás para fixar o berlinde no topo da garrafa junto a uma borracha, deixando de ser necessário a utilização de rolhas de cortiça²⁵. A garrafa de matriz britânica apresentava dois apertos, um na base do pescoço e outro no próprio pescoço, impedindo assim que o berlinde se movimentasse livremente pelo seu interior. Esta garrafa alcançou rapidamente grande sucesso tendo sofrido mutações formais por parte de outras indústrias concorrentes que não queriam pagar pelo uso da patente²⁶. No entanto, a sua liberalização logo em 1874, permitiu que todos os fabricantes vidreiros produzissem a *Codd Bottle*²⁷, facilitando assim a sua dispersão. Estas eram frequentemente gravadas em alto-relevo com o nome da empresa proprietária e com o nome da firma que as produziu. Este processo permitia a sua correta identificação

e demarcação das concorrentes, facilitando também a devolução ao proprietário quando consumida. O seu custo de produção era assim particularmente dispendioso, quer pelo número de moldes como pela grande percentagem de vidro usado. Neste sentido, sempre que uma garrafa não era devolvida, pois não existia nenhuma obrigação em fazê-lo, representava um grande prejuízo para a companhia²⁸. Em 1880, Hiram Codd incita então a criação de um sistema de tara para cada garrafa. Desta forma era atribuída uma pequena quantia simbólica por cada garrafa entregue, estimulando assim a sua recolha e devolução. Este sistema, iniciado em Londres, vai progressivamente difundir-se por toda a Inglaterra e depois pelo mundo²⁹.

²⁵MUNSEY, 2010: 6.

²⁶ Idem: 17.

²⁷ Idem: 8.

²⁸ Idem: 12.

²⁹ Idem: 12.

Apesar dos três exemplos citados terem coexistido por longos períodos, a *Codd Bottle* parece distanciar-se dos restantes, para se afirmar como um marco industrial.³⁰ De facto, e tal como hoje acontece com a garrafa de *Coca-Cola*, supõe-se que a *Codd Bottle* seria facilmente reconhecível em grande parte do mundo como um símbolo visual. O século XIX é, por tradição, o período colonial Inglês, onde o Império Britânico tinha lugar em todos os continentes habitáveis e, com ele, a implementação dos seus modelos³¹. Pode-se então supor que a chave do sucesso mundial da *Codd Bottle*, resida no próprio sistema colonial, associado à liberalização da sua patente. Efetivamente, dado muitas das colónias britânicas, ou países da sua esfera diplomática, importarem esta garrafa ou produzirem-na livremente no seu território, a *Codd Bottle* alcançou grande dispersão global. A partir de evidências materiais, observa-se a sua utilização, para além do Reino Unido, na Europa Continental, na Ásia, na Índia e na África do Sul³². É muito provavelmente com as comunidades britânicas residentes em Portugal que a *Codd Bottle* surge no nosso país, para engarrafar as limonadas gasosas e algumas águas gaseificadas.

1.2. Primeira Fase, do Século XIX à Primeira Guerra Mundial

Portugal e Inglaterra apresentam uma relação comercial bastante antiga, no entanto, a partir do último quartel do século XVII, começou a traduzir-se como uma situação de quase dependência. Esta relação prolongou-se durante o século seguinte e teve novo fôlego durante os primeiros decénios do século XIX³³. O domínio económico britânico no nosso país refletiu-se sobretudo no sector industrial e nas atividades que com ele se relacionavam diretamente. Desde que os ingleses se estabeleceram em Portugal no século XVI, afirmaram-se progressivamente numa das principais atividades de produção nacional, o vinho do Porto³⁴. Esta atividade abrangia o negócio que ia desde a sua produção direta até à sua comercialização num sistema mercantil, potenciado pela

³⁰ EMMINS, 1991: 17.

³¹ MANTERO, 2020: 134.

³² MUNSEY, 2010: 20.

³³ CASTRO, 1972: 5.

³⁴ Idem: 17.

própria marinha britânica³⁵. Portugal ocupava assim uma posição subalterna no tráfego marítimo com o exterior, onde continuava a predominar a marinha inglesa³⁶. A sua dominação no comércio português teve especial impacto nas regiões de produção e exportação de vinho, sendo estas a zona do Douro/Porto, termo de Lisboa e ilha da Madeira³⁷. No caso portuense, a comunidade britânica aí estabelecida era na sua maioria constituída por comerciantes e negociantes de vinho do Porto, encarregues de o enviar para Inglaterra. Para além deste negócio, comercializavam outros produtos de origem agrícola e industrial. Este clima mercantil favorável contribuiu para o aumento e prosperidade da comunidade inglesa na cidade³⁸. Também em Lisboa, a comunidade britânica tinha um importante papel na sociedade, gerindo em 1770 cerca de 102 casas de negócio³⁹. No entanto, ao contrário das comunidades estabelecidas no Porto ou na Madeira, a sua atividade mercantil era mais ampla do que o comércio de vinho, negociando em produtos de natureza variada⁴⁰. Tal como no continente, também a presença inglesa na ilha da Madeira é bastante antiga, remontando os primeiros contactos ao século XV. Durante o século XVII consolidaram-se as relações com as ilhas britânicas, sobretudo no que toca à exportação do vinho da Madeira⁴¹. A partir do segundo quartel do século XIX, o principal negócio da ilha situava-se já em torno do vinho, correspondendo a Grã-Bretanha à sua principal consumidora e exportadora⁴². A comunidade inglesa na Madeira foi adquirindo especial relevância na própria expressão económica da ilha, sobretudo no século XIX⁴³. Estas comunidades residentes, tanto no continente como nas ilhas, mantinham manifestações de cariz cultural de matriz inglesa.

³⁵ CASTRO, 1972: 18.

³⁶ Idem: 25.

³⁷ PEREIRA, 2014: 56.

³⁸ RIBEIRO, 2001: 211.

³⁹ FONSECA, 2015: 182.

⁴⁰ Idem: 183.

⁴¹ Disponível em (Baubeta, 2018): http://aprenderamadeira.net/a-madeira-vista-pelos-ingleses/?fbclid=IwAR1OtosHQfURUgvQZoO4wOfQVgaBORGpxGG7fq8FabpPDiRRiE5SxK5E6_M
Acedido a: 03/02/2020.

⁴² CÂMARA, 2002: 96.

⁴³ Disponível em (Baubeta, 2018): http://aprenderamadeira.net/a-madeira-vista-pelos-ingleses/?fbclid=IwAR1OtosHQfURUgvQZoO4wOfQVgaBORGpxGG7fq8FabpPDiRRiE5SxK5E6_M
Acedido a: 03/02/2020.

Professavam, na sua maioria, a religião anglicana o que obrigava a terem espaços de culto e de enterramento próprios⁴⁴. Afirmavam nas novas arquiteturas edificadas as correntes neopalladianas e neoclássicas⁴⁵. Tinham espaços reservados de reunião, tanto de negócio como de lazer, denominados feitorias, onde também se faziam as *soirées*⁴⁶. É natural que entre manifestações culturais e privilégios quisessem manter hábitos bem mais prosaicos, como o de consumir cerveja, *ginger beer*, gasosa e limonada gasosa. É precisamente nestes três locais, Porto, Lisboa e Madeira que se vão instalar as primeiras unidades industriais de fabrico destas bebidas. É ainda de salientar que, apesar de bem representada, a comunidade inglesa não era a única em Portugal, destacando-se ainda, as comunidades estrangeiras de alemães, de franceses, de holandeses, de belgas, entre outros.

Num país marcadamente vinícola, estas bebidas apresentavam-se como uma certa novidade para o paladar português. Na verdade, o vinho continuava a ser encarado como parte crucial da alimentação portuguesa, considerando-se não ter qualquer efeito nefasto para a saúde⁴⁷. O debate sobre as consequências do seu consumo manteve-se até à primeira metade do século XX, sendo frequentes os discursos políticos de apologia vínica. Já durante o Estado Novo, surgiu o chavão “Beber vinho, é dar de comer a um milhão de portugueses”, o que revela a própria posição estatal perante a prevalência do consumo de vinho⁴⁸. No que respeita ao consumo de cerveja, este manteve-se praticamente nulo até cerca de 1860, tendo depois disso ganhado alguma expressão nos meios urbanos. No entanto, a sua utilização restringia-se apenas ao espaço público, uma vez que se encontrava ausente dos hábitos domésticos. No espaço rural, a sua liberalização só se deu já na década de 60 do século XX⁴⁹. Com exceção de algumas franjas da sociedade, pode-se então deduzir que não seriam os portugueses os principais consumidores de cerveja, mas sim as comunidades estrangeiras, sobretudo

⁴⁴ RIBEIRO, 2001: 212/213.

⁴⁵ ALVES, 1987: 615.

⁴⁶ RIBEIRO, 2001: 214.

⁴⁷ CASCÃO, 2011: 68.

⁴⁸ Idem: 69.

⁴⁹ Idem: 70.

inglesas e alemãs⁵⁰. Por outro lado, se o consumo de cervejas não singrou precocemente entre nós, o uso de limonadas parecia relativamente comum. Numa passagem do livro *Sketches of Portuguese Life, Manners, Costume and Character*, de 1826, da autoria de G. B. Whittaker, este afirma que “se um português entra numa loja de bebidas para saciar a sede, pede uma limonada”⁵¹.

Para percebermos esta questão, é necessário atentar às referências mais antigas relativas à produção e consumo destas bebidas no nosso país. Estas fazem alusão à instalação de unidades fabris de dimensão variável em Lisboa no final do século XVIII, onde se produzia em simultâneo, cerveja, genebra, *ginger beer*, água de soda e limonada⁵². Podemos observar que as bebidas produzidas têm manifestamente grande tradição em Inglaterra, pioneiros no seu desenvolvimento em moldes industriais⁵³. A designação genérica de «limonada», não nos permite saber se já seria gaseificada, mas dada a cronologia em questão, é natural que não levasse gás carbónico. É ainda de assinalar que, durante o século XIX e princípios do século XX, a produção deste tipo de bebidas gaseificadas, alcoólicas ou não, andou profundamente associada em Inglaterra⁵⁴, algo que seria natural transpor-se para novos mercados. Efetivamente, o fabrico de refrigerantes no nosso país esteve também ligado às fábricas de cerveja, tendo sofrido a sua emancipação apenas na primeira metade do século XX. Outro ponto importante é a referência a industriais estrangeiros na origem laboral destas unidades⁵⁵, sendo por isso sugestivo, que alguns deles pudessem ser ingleses ou do norte da Europa, por estarem mais familiarizados com estas bebidas. Com efeito, durante a primeira metade do século XIX, as fábricas de que se conhece alusão pertenciam, de forma geral, a cidadãos estrangeiros, apesar de não necessariamente ingleses. Neste período, as referências a unidades fabris deste género são escassas, o que se pode justificar pela sua própria organização rudimentar. Correspondiam a estruturas de diminuta dimensão

⁵⁰ PEREIRA, 2014: 65.

⁵¹ *Apud* PEREIRA, 2014: 65.

⁵² PEREIRA, 2014: 59.

⁵³ EMMINS, 1991: 8.

⁵⁴ *Idem*: 11.

⁵⁵ PEREIRA, 2014: 59

e sem grande capital, produzindo apenas localmente e por equipamentos obsoletos⁵⁶. Estas deficiências crónicas levavam à sua reduzida durabilidade, com um funcionamento muitas das vezes sazonal, de maior incidência nos meses de verão e com o cessar de produção nos meses de inverno⁵⁷. Entenda-se como exemplo a fábrica portuense de cerveja, genebra e *ginger beer*, de José Joaquim Pires Abreu e João António Iglésias. Esta encontrava-se instalada na Rua Nova dos Ingleses desde 1846, na própria habitação do primeiro⁵⁸, o que revela a precariedade das instalações.



Figura 5 – Anúncio publicitário de J. H. Jansen, 1865



Figura 6 - Anúncio publicitário de J. H. Jansen, 1867

⁵⁶ SILVA, 2012: 6.

⁵⁷ PEREIRA, 2014: 84.

⁵⁸ Idem: 68.

É também nesta época que vemos surgir em Lisboa algumas das mais importantes unidades cervejeiras da capital. Em 1834 surge a Fábrica da Cerveja Trindade, instalada no antigo convento da Santíssima Trindade e tendo como proprietário o galego Manuel Moreira Garcia⁵⁹. No entanto, dada a cronologia, é pouco provável que tenha também começado por produzir limonadas gasosas. No ano de 1855 inicia-se a laboração da fábrica *Michael Gerards & C.ª*, na rua do Tesouro Velho e que através da mão do seu sócio dinamarquês John Henri Jansen se torna numa das mais importantes do país. Começou por ser uma empresa cervejeira, revelando assim que o fabrico e comércio de bebidas refrigerantes ocorreu apenas mais tarde. A unidade fabril muda-se em 1860 para o n.º 30 da rua do Alecrim, agora com o nome de Fábrica de Cerveja Jansen⁶⁰. Esta empresa instalou-se também no Porto, no entanto, regista-se



uma discrepância entre as datas assinaladas para o início do seu funcionamento. De facto, a comissão de inquérito industrial de 1881 refere que a fábrica se encontrava em funcionamento há dezoito anos⁶¹, situando-a, portanto, em 1863. Por outro lado, um anúncio pertencente ao *Comércio do Porto* e datado de treze de fevereiro de 1865 (figura 5), descreve: “J. H. Jansen, participa ao respeitável público que desde hoje começa a venda da mencionada cerveja, assim como de limonada gazosa, na sua fábrica na rua da Piedade n.º 154 – Porto”⁶², remetendo a sua abertura para esse mesmo ano de 1865. Independentemente destas questões, é a partir do presente anúncio publicitário à Fábrica de Cerveja Jansen no Porto, que nos surge a mais antiga referência a «limonadas gasosas» no nosso país.

Figura 7 – Sifão da J. Destaca-se um outro anúncio publicitário, pertencente ao H. Jansen, Lisboa *Almanaque Portuense* e datado de 1867, referindo que as fábricas

⁵⁹ SILVA, 2012: 6.

⁶⁰ ESTEVES, 2012: 25.

⁶¹ Portugal Comissão Central Diretora do Inquérito Industrial, 1881: 191.

⁶² PEREIRA, 2014: 87.



Figura 8 – Garrafa de pirolito da J. H. Jansen, Lisboa

da *J. H. Jansen & C^o*. produziam cerveja, limonadas gasosas e águas gasosas, segundo o método inglês e francês (figura 6)⁶³, o que ilustra a relevância desta companhia no plano nacional. O Inquérito Industrial de 1881 confirma esta perspetiva, descrevendo a unidade portuense como a mais importante de toda a cidade⁶⁴. Relativamente à sua produção fabril, o inquérito apenas acrescenta o engarrafamento de limonadas gasosas e águas gasosas em sifões⁶⁵, existindo também evidências físicas de que a fábrica de Lisboa também os utilizava (figura 7). Regista-se ainda, por parte desta última, a utilização de pirolitos, tal como atesta a figura 8. A sua datação pode ser atribuída aos finais do século XIX ou aos princípios do século XX. Novamente em 1867, tem-se registo de um anúncio publicitário à fábrica de João Vicente Branco (figura 9), situada no número 82/90 da rua da Restauração, no Porto. Esta anunciava o fabrico de cerveja, genebra, aguardente, licor, *cognac* e limonada gasosa⁶⁶.



Figura 9 – Anúncio publicitário da Fábrica de João Vicente Branco

⁶³ PEREIRA, 2014: 87.

⁶⁴ Portugal Comissão Central Diretora do Inquérito Industrial, 1881: 191.

⁶⁵ Idem: 191.

⁶⁶ PEREIRA, 2014: 76.

Se até aqui as referências a fábricas de bebidas gaseificadas são escassas e pontuais, a partir dos finais do terceiro quartel do século XIX, o número de fontes disponíveis aumenta, tanto ao nível da documentação escrita como do vasilhame existente. Pode-se então supor que seria um tipo de indústria em expansão e que nesse sentido necessitasse também de maior regulamentação. Com efeito, é legislado neste período, um conjunto de medidas de foro industrial, englobando também as fábricas de bebidas.

A 18 de Maio de 1872, uma nova lei viria colectar os fabricantes de cerveja ou bebidas gasosas em 30\$000 reis anuais, se empregassem até cinco operários, e em 60\$000 reis, acima de cinco operários⁶⁷.

Esta atualização legislativa traduz uma nova preocupação governamental no que respeita à regulamentação e reconhecimento deste sector, e que se pode justificar com o seu aparente crescimento. O Inquérito Industrial de 1881 vai de encontro a este plano, correspondendo a um levantamento descritivo de todas as fábricas que se encontravam a laborar no distrito do Porto nesse ano. O capítulo XIX, referente a cerveja e bebidas gasosas, revela que se encontravam em funcionamento sete unidades fabris dentro da cidade do Porto, correspondendo estas às fábricas de J. H. Jansen, na rua do Mello; George Henry Corker, na rua da Liberdade; João Francisco do Lago, na rua da Boavista; Philomena, na rua do Bonjardim; J. Vilela, na rua do Bonjardim; Agostinho Moreira dos Santos, na rua da Piedade e de Pascoal Otéro, na rua da Restauração. A maioria destas unidades afirmava-se primeiramente como produtora de cerveja, cabendo às limonadas gasosas um papel menor no volume individual de produção de cada uma delas. Apenas na fábrica de Agostinho Moreira dos Santos o volume de limonada gasosa superava no dobro o de cerveja. Ainda assim, destacam-se as fábricas de George Henry Corker e de J. Vilela enquanto produtoras exclusivamente de limonadas gasosas. Algumas destas unidades, para além das já citadas bebidas, acumulavam ainda a destilação de aguardente e o engarrafamento de sifões⁶⁸. No geral, mantinham as condições e

⁶⁷ PEREIRA, 2014: 79.

⁶⁸ Portugal Comissão Central Diretora do Inquérito Industrial, 1881: 191.

processos de laboração já descritos anteriormente. Eram de dimensões modestas, com pouco asseio e funcionavam com mão-de-obra reduzida, entre um e seis trabalhadores. A sua produção continuava inconstante e as que fabricavam cerveja e limonada gasosa apenas o faziam durante os meses de verão, encerrando durante o resto do ano⁶⁹. Dois anos depois do Inquérito Industrial de 1881, surge referenciada a Fábrica da Piedade no Porto, propriedade do alemão Maximiliano Schreck e Frederico Vintchel⁷⁰. Em 1884, a fábrica era já pertença exclusiva do primeiro, passando a designar-se *M. Schreck & C^o*. Nesse mesmo ano anunciava cerveja, gasosas nacionais e limonadas inglesas, sendo estas descritas como “de superior qualidade e com preços em conta”⁷¹. Permanece a dúvida se fabricavam limonadas à *maneira inglesa* ou se seriam importadas das ilhas



britânicas. Ainda assim, revela o prestígio que as bebidas deste tipo, oriundas de Inglaterra, apresentavam no nosso país. As garrafas utilizadas pela *M. Schreck & C.^o* (figura 10) fogem da imagem formal do pirolito convencional, podendo, no entanto, enquadrar-se na sua lógica funcional. Estas apresentam uma forma cilíndrica sem qualquer aperto, estreitando apenas no topo para dar lugar ao gargalo. Em vez de um berlinde em vidro como dispositivo de selagem, optou-se pela sua substituição em prol de uma bala de madeira envolta com um aro de borracha. A bala andava livremente dentro da garrafa acabando por se tornar pouco prática no momento de servir a limonada gasosa. Este tipo de vasilhame, patenteado pela empresa londrina *Barrett & Ellers*, é particularmente importante pois ilustra a luta por uma afirmação formal entre os vários modelos de origem britânica disponíveis no mercado.

Figura 10 – Garrafa de tipo Barrett da M. Schreck & C.^o, Porto

É sobretudo a partir da segunda metade do século XIX e durante os primeiros anos do século XX que vemos gradualmente

⁶⁹ PEREIRA, 2014: 84.

⁷⁰ SILVA, 2012: 6.

⁷¹ PEREIRA, 2014: 100.

surgir as primeiras grandes indústrias do sector das cervejas e bebidas refrigerantes no nosso país. Muitas das já anteriormente citadas unidades, com destaque para as das regiões de Porto e Lisboa, acabaram por se unir, formando companhias maiores, com maior capital e capacidade de investimento. Por outro lado, e com o acirrar do mercado durante o final da centúria de oitocentos⁷², as que não o fizeram ditaram por vezes o seu próprio encerramento. Primeiro a Companhia União Fabril Portuense e mais tarde a Sociedade Central de Cervejas, afirmaram-se durante grande parte do século XX como dominadoras do mercado de consumo. No Porto, o clima de concorrência que se vivia neste sector nos finais do século XIX originou a fusão das fábricas portuenses da Piedade (fábrica central), Melo, M. Achvek & C.^a, J.J. Chentrino & C.^a, J.J. Persival & C.^a, M.



Schreck e ainda uma fábrica de Ponte da Barca⁷³. Via-se assim a 7 de março de 1890 o nascimento oficial da CUFP, que com um capital inicial de 125 contos de réis, se colocava no topo da hierarquia das bebidas gaseificadas. Começou a laborar apenas com quinze trabalhadores, produzindo em pequena escala cerveja, limonadas gasosas e gelo. O seu objetivo passava por investir rapidamente não só neste tipo de produção, mas também estender-se ao mercado dos vinhos, licores, conhaques e outras bebidas alcoólicas⁷⁴. A segunda metade da década de 90 marcou o início de um período de reorganização e de modernização, onde a CUFP recentrou novamente os seus esforços na produção de cervejas e refrigerantes⁷⁵. Substitui as importações de cerveja por uma produção própria, tentando imitar as variedades

Figura 11 – Garrafa de pirolito W. & E. Reid, Madeira existentes e dá continuidade às gamas de gasosas nacionais, limonadas de frutas e sifões⁷⁶. No entanto, o grande impulso modernizador e de expansão de produção ocorreu apenas na

⁷² SILVA, 2012: 6.

⁷³ Idem: 6.

⁷⁴ PEREIRA, 2015: 8.

⁷⁵ PEREIRA, 2014: 144.

⁷⁶ Idem: 124.



Figura 12 Garrafa de pirolito Payne & Son, Madeira

viragem do século, com a construção da fábrica da Piedade em 1903 e da fábrica Leão em 1914, mantendo-se a primeira em atividade até 1964⁷⁷. No advento da primeira guerra mundial, a CUFP, cobria já todo o mercado do norte do país, com vendas em quase todas as freguesias nortenhas e nas principais cidades da zona centro. O Sul era de facto uma zona de difícil penetração, sendo dominado nesta altura pelos produtos das fábricas Jansen, Trindade e Germânia⁷⁸. Esta última tinha sido criada em 1878 no interior de um pátio em Arroios, por dois ex-funcionários da Jansen, José Varela e Jacinto Franco e por António Monteiro⁷⁹. Originalmente com o nome de Fábrica Leão, passa a chamar-se em 1912 de Germânia, depois

de se ter fundido com a Companhia Portuguesa de Cervejas. No entanto, durante a primeira guerra mundial e com o crescente sentimento antigermânico, em 1916, a fábrica volta a alterar o seu nome, agora para Portugália⁸⁰. Vão

ser principalmente estas três indústrias que antes da constituição da Sociedade Central de Cervejas, vão representar os principais concorrentes da CUFP.

Podemos observar que o número de industriais ingleses neste ramo foi até agora praticamente inexistente. Por outro lado, durante o último quartel do século XIX, vão-se tornar parte integrante do sector, sobretudo na ilha da Madeira. As causas que levaram a este súbito interesse pelo fabrico de cervejas e bebidas gaseificadas são difíceis de apurar. No entanto, levanta-se a hipótese de poderem estar relacionadas com o surgimento da praga de filoxera no nosso país. Depois das devastações causadas pelo oídio a partir dos anos 50 do



Figura 13 – Garrafa de pirolito Miles, Madeira

⁷⁷ PEREIRA, 2015: 9.

⁷⁸ PEREIRA, 2014: 173.

⁷⁹ SILVA, 2012: 7.

⁸⁰ ESTEVES, 2012: 25.



Figura 14 – Garrafa de grés da W. & E. Reid, Madeira



Figura 15 – Garrafa de laranja da Atlantic Brewery, Madeira

século XIX⁸¹, a chegada de uma nova peste pode ter colocado em causa os esforços de recuperação e desacreditado o potencial do sector. Dado que o principal negócio das comunidades inglesas no nosso território assentava no comércio de vinho⁸², a quebra das produções vinícolas resultantes da praga⁸³ pode ter originado uma procura por outros negócios. A ilha da Madeira corresponde à área com maior número de industriais ingleses, sendo conhecidas as fábricas de W. & E. Reid (figura 11), Payne & Son (figura 12) e Henry Price Milles (figura 13). São, no entanto, desconhecidas as datas de fundação das duas primeiras

fábricas referidas, assim como dados sobre os seus proprietários. Apesar de tudo, há algumas pistas que as garrafas destas empresas nos podem fornecer. Destaca-se o aperto único no pescoço das garrafas de pirolito (*Codd Bottle*) o que as remete necessariamente para o século XIX. Acresce ainda a sua própria tipologia, dado que estas garrafas só foram patenteadas em Inglaterra em 1872. Posicionam-se desta forma algures no último quartel de oitocentos. A garrafa da empresa W. & E. Reid ajuda a confirmar esta cronologia, apresentando no seu verso a gravação “*Codd Patent London*”. Sabe-se também que esta empresa, para além da limonada gasosa, fabricava ainda *ginger beer*, tal como nos revela a garrafa de grés da figura 14. Das três fábricas assinaladas, a que se encontra melhor documentada é a de Henry Price Milles. Este deixou Inglaterra em 1856 com a sua família e chegou à ilha da Madeira no mesmo ano. Com doze anos começou o seu trabalho como aprendiz na empresa *Rutherford & Brown* e ficou sob a tutela do primeiro. A firma dedicava-se ao comércio de vinho da Madeira, sobretudo para exportar. Devido à crise da filoxera, os Rutherford deixam a ilha em 1872 e estabelecem-se em

⁸¹ PEREIRA, 1989: 318.

⁸² CASTRO, 1972: 17.

⁸³ CÂMARA, 2002: 92; PEREIRA, 1989: 322.



Londres com um negócio de importação de vinhos⁸⁴. Apesar da produção vinícola na Madeira não ter sido tão afetada como na crise do oídio, os vinhedos madeirenses foram profundamente devastados pelo inseto⁸⁵. O lugar vago deixado pelos Rutherford foi então aproveitado por Milles para comprar a própria companhia⁸⁶. Coincidentemente, no mesmo ano de 1872, Milles cria na ilha da Madeira a fábrica *Atlantic Brewery*⁸⁷, que, para além de cerveja⁸⁸, produzia laranjada (figura 15), *pale ale* (figura 16) e limonada gasosa (figura 17). A fundação desta fábrica em plena crise de filoxera pode relacionar-se com a expansão para um mercado de bebidas independente da praga. Esta suposição é, no entanto, difícil de

Figura 16 – Garrafa de *pale ale* da *Atlantic Brewery*, corroborar devido à falta de informação que relacione estes dois temas.

Madeira Também no continente existiam alguns industriais ingleses com negócio no sector das bebidas gaseificadas. Destaca-se no Porto a Fábrica Inglesa a Vapor, de George Henry Corker, situada no número 28 da rua da Liberdade. É difícil perceber quando começou a laborar, mas presume-se que a fábrica não seja anterior a 1877. Esta data é apontada como a inicial através de dois pedidos de licenciamento de obra, datados de oito de novembro desse mesmo ano. O primeiro corresponde a um pedido de acrescento de piso ao edifício da rua da Liberdade (figura 18), correspondente aos números 24-26-28-30⁸⁹. O segundo, também com a mesma data, destina-se à alteração de um armazém, recentemente arrendado



Figura 17 – Garrafa de pirolito da *Atlantic Brewery*, Madeira

⁸⁴ Disponível em: <https://www.madeirawinecompany.com/miles.html>

Acedido a: 15/02/2020.

⁸⁵ CÂMARA, 2002: 92.

⁸⁶ Disponível em: <https://www.madeirawinecompany.com/miles.html>

Acedido a: 15/02/2020.

⁸⁷ Idem.

⁸⁸ SILVA, 2012: 7.

⁸⁹ Plantas de Casas, 1877: 164.

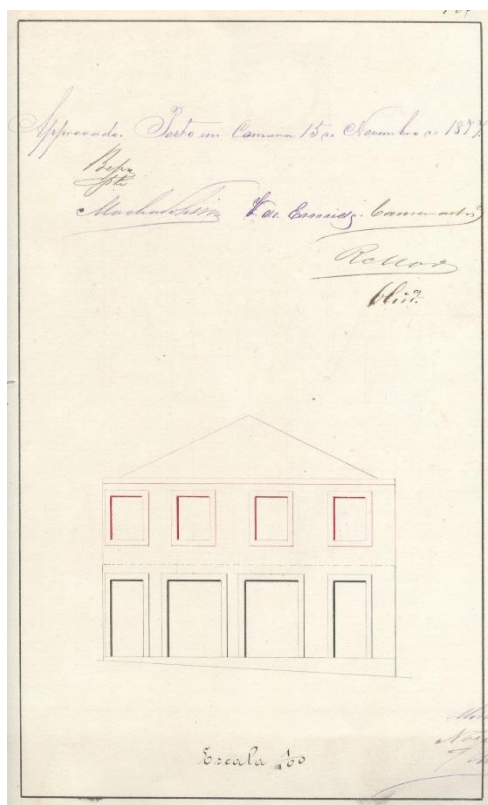


**Figura 18 – Presumível alçado da
Fábrica Inglesa a Vapor, Porto**

produção, bem expresso no próprio nome da indústria. À semelhança do que acontecia com a empresa *M. Schreck & C^o*, as garrafas comercializadas pela Fábrica Inglesa a Vapor eram também de tipo *Barrett* (figura 19), revelando que a sua utilização não seria isolada ou meramente pontual. A presença destas garrafas no nosso país permite afirmar que a garrafa de pirolito, apesar de predominante, não era utilizada em exclusivo.

O caso lisboeta, por uma questão logística e de maior escassez de fontes, apresenta-se particularmente problemático no que respeita à referenciação de fábricas inglesas. Ainda assim

por Corker nessa rua, “para recolher os trens do seu estabelecimento”⁹⁰. Estes documentos permitem supor que Corker se encontrava neste período em processo de início de atividade. No Inquérito Industrial de 1881, referente à cidade do Porto, a sua fábrica é descrita como notável, tanto pelo asseio das instalações como pela maquinaria mecânica empregue no fabrico das limonadas gasosas. Uma máquina a vapor com três cavalos de força produzia energia para um gerador e o correspondente reservatório de gás, três engarrafadoras mecânicas e para uma máquina de lavagem de garrafas, também mecânica⁹¹.

Distanciava-se assim das suas congéneres pelo carácter inovador da sua linha de



**Figura 19 – Garrafa tipo
Barrett da Fábrica Inglesa
a Vapor, Porto**

⁹⁰ Plantas de Casas, 1877: 167.

⁹¹ Portugal Comissão Central Diretora do Inquérito Industrial, 1881: 191.

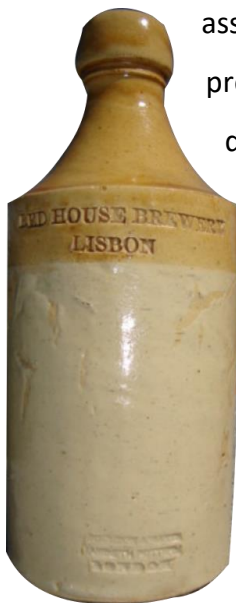


Figura 20 – Garrafa de grés da Red House Brewery, Lisboa

assinala-se a *Red House Brewery*, de proprietário desconhecido, mas presumivelmente de origem britânica. A existência desta cervejaria é-nos dada a partir de uma garrafa de grés de *ginger beer* (figura 20), onde se encontra gravado na pasta cerâmica o nome da firma seguida do fabricante londrino. É difícil estabelecer uma cronologia com base unicamente na garrafa, mas pode apontar-se para a segunda metade do século XIX. Levanta-se também a questão se esta unidade industrial também fabricaria limonadas gasosas, sendo até ao momento impossível de o confirmar. Nos finais dessa centúria surge ainda referenciada a fábrica *G. & H. Hall Lda*. Fundada em 1891 pelo industrial

inglês George Hall e pelos seus filhos George Hall e Henry Hall, a fábrica localizava-se na antiga Quinta da Brasileira em Lisboa. Encontrava-se instalada nuns “barracões lá construídos” e utilizava, à semelhança das suas congéneres, máquinas industriais inglesas. Em 1951 esta unidade encontrava-se já a laborar na Quinta de Pina Manique anexa ao baluarte de Santa Apolónia. É descrita nesta data como tendo sido a primeira a produzir pirolitos no nosso país, afirmação a ser considerada com cautela⁹². Certo é que a indústria *G. & H. Hall Lda*. fabricava limonadas gasosas (engarrafadas em pirolitos) e água tônica⁹³ (figura 21). É natural que existissem à época mais unidades fabris em Lisboa de industriais ingleses sendo aqui apenas possível registar estes dois casos.



Figura 21 – Garrafa da G. & H. Hall, Lisboa

⁹²NEVES, 1952: 40.

⁹³ Disponível em:

<http://garrafaspirogravadascomhistoria.blogspot.com/2017/01/garrafa-de-agua-tonica-g-h-hall-lda.html>

Acedido a: 28/02/2020.

1.2.1. As Importações de Matérias-primas, o Caso do Vasilhame e do Açúcar

Durante a primeira fase da indústria de bebidas refrigerantes em Portugal podem-se observar alguns aspetos importantes no que respeita à importação de matérias-primas. Na verdade, tanto os sectores dos refrigerantes como das cervejas encontravam-se profundamente dependentes das importações para o fabrico e comercialização das suas bebidas⁹⁴. Recorrendo novamente ao Inquérito Industrial de 1881 para o Porto e tomando como exemplo os produtos consumidos na fábrica Jansen, pode retirar-se que quase todos vinham do exterior. Na sua produção de limonadas gasosas, a Jansen importava ácido sulfúrico, ácido cítrico, essência de limão, açúcar e as próprias garrafas (incluindo sifões)⁹⁵. Para além destes bens, também os rótulos impressos em papel eram, neste período, comprados ao estrangeiro⁹⁶. Esta dependência era replicada nas restantes fábricas, chegando a comissão de inquérito a lamentar que a maioria destes produtos não se produzisse no nosso país. Desta forma, estavam sujeitos ao pagamento de taxas aduaneiras sempre que entravam na fronteira. As taxas praticadas levavam ao encarecimento dos produtos importados originando por vezes queixas dos industriais de bebidas. Atentando ao caso da fábrica de limonadas gasosas de Agostinho Moreira dos Santos, este reclama sobre o aumento da taxa sobre os sifões tendo passado de 2 réis o quilo para 160 réis o quilo⁹⁷. A dependência do exterior causava ainda flutuações de mercado, sobretudo nos períodos de conflito ou crise. Durante a primeira guerra mundial, existiu uma dificuldade crónica de abastecimento do nosso mercado pois não produzíamos as matérias-primas necessárias nem as conseguíamos importar⁹⁸. Outro caso semelhante aconteceu já durante a segunda grande guerra, que originou a subida de preços dos concentrados de sumos italianos e portugueses. Tornou-se então mais rentável passar a importar, a partir de 1944, concentrados espanhóis do que os de produção nacional⁹⁹. Estes problemas da

⁹⁴ PEREIRA, 2014: 85.

⁹⁵ Idem: 86.

⁹⁶ Idem: 123.

⁹⁷ Idem: 85.

⁹⁸ Idem: 176.

⁹⁹ Idem: 268.

balança comercial portuguesa revelam a deficiência da nossa produção industrial, cujos casos da indústria vidreira e sacarina explanaremos de seguida.

O vasilhame corresponde a uma das principais preocupações de qualquer indústria de bebidas¹⁰⁰, sendo necessário obedecer em quantidade e qualidade ao mercado de consumo. As fábricas de limonada gasosa ficam assim dependentes das indústrias vidreiras para uma aquisição regular do seu vasilhame. As garrafas até aqui descritas no nosso país, tanto de pirolito como de tipo *Barrett*, têm como proveniência Inglaterra e eram sobretudo fabricadas em Londres. O porquê de se optar pela sua importação em detrimento da produção nacional é de difícil resposta, pois entre 1888 e 1949 verificou-se em Portugal um verdadeiro *boom* industrial no sector vidreiro¹⁰¹, abarcando assim a cronologia em questão. Para além disso, os impostos exigidos pela entrada de produtos britânicos nas nossas fronteiras, aumentaram no contexto do ultimato Inglês. O valor a pagar pelas garrafas importadas quadruplicou, aumentando de 5 réis para 20 réis por quilo¹⁰², parecendo assim pouco compensador adquiri-las a Inglaterra. Esta situação pode, no entanto, justificar-se pela definitiva mecanização da produção de vidro de embalagem (garrafas) em Portugal ter ocorrido apenas em 1947¹⁰³. Apesar de se registar o aumento de fábricas vidreiras a partir dos finais do século XIX, a maioria não teve grande duração, aguentando dois ou três anos de laboração e acabando por falir¹⁰⁴. A própria evolução do mercado para uma perspectiva cada vez mais consumista requeria a “mobilização de milhões de garrafas que a indústria vidreira nem sempre conseguia garantir nos prazos pretendidos pelas fábricas de refrigerantes”¹⁰⁵. Para agravar esta situação, o tabelamento dos preços do vasilhame nacional tendia a uniformizar-se com os produtos que eram importados¹⁰⁶, resultando numa clara procura pelas garrafas inglesas de melhor qualidade. Também o caso de a

¹⁰⁰ PEREIRA, 2014: 451.

¹⁰¹ GATO, 2017: 99.

¹⁰² PEREIRA, 2014: 123.

¹⁰³ GATO, 2017: 101.

¹⁰⁴ Idem: 100.

¹⁰⁵ PEREIRA, 2014: 451.

¹⁰⁶ Idem: 123.

matriz formal destas garrafas ser de origem britânica, pode ter influenciado os industriais nacionais a importá-las diretamente do seu país de origem. Neste sentido, a importação de vasilhame inglês revelava-se compensadora mesmo com os valores das taxas aduaneiras. Só a partir da primeira metade do século XX, com a transição dos processos semiautomáticos para automáticos, é que as fábricas vidreiras nacionais conseguiram ganhar capacidade competitiva com as inglesas. De facto, vemos estabelecerem-se durante esse período empresas como a Ricardo Gallo, Santos Barosa e Barbosa & Almeida, que se encontravam nos finais da década de 40 já plenamente automatizadas¹⁰⁷. Datará provavelmente desta fase o início da produção de garrafas nacionais de pirolito, que diferem das inglesas por apresentarem dois apertos no pescoço. A marca dos seus fabricantes é facilmente distinguida pelas siglas SB, Santos Barosa; RG, Ricardo Gallo; CV, Companhia Vidreira, entre outras¹⁰⁸. Com efeito, vão ser sobretudo as duas primeiras fábricas referidas que vão passar a abastecer de vasilhame o mercado nacional até quase ao final do século.

A questão da indústria sacarina é, em certo sentido, semelhante ao apontado anteriormente para a indústria vidreira. Reflete, no entanto, um problema ainda maior que se traduz na deficiência da produção de açúcar e da sua refinação para consumo¹⁰⁹. A produção de açúcar português durante a transição do século XIX para o século XX localizava-se nos arquipélagos dos Açores, Madeira¹¹⁰, Cabo Verde e nas então colónias de Angola e Moçambique¹¹¹. Apesar da sua grande dispersão geográfica, o resultado prático das plantações sacarinas era claramente insuficiente para o abastecimento do mercado nacional, necessitando assim de importar açúcar do estrangeiro¹¹². Por uma questão de competitividade de preços, o açúcar importado, tanto por refinar como já refinado, era comprado a Inglaterra e à cidade alemã de Hamburgo, em detrimento do

¹⁰⁷ GATO, 2017: 101.

¹⁰⁸ Idem: 102.

¹⁰⁹ ALVES, 1997: 395.

¹¹⁰ CÂMARA, 2002: 162.

¹¹¹ ALVES, 1997: 400.

¹¹² CÂMARA, 2002: 162.

açúcar brasileiro¹¹³. No entanto, o ultimato inglês de 1890 veio prejudicar os preços do açúcar britânico, tal como aconteceu no vasilhame e noutros produtos daqui oriundos¹¹⁴. Durante as primeiras décadas do século XX começa-se a incentivar políticas protecionistas, referentes às plantações nacionais de açúcar. Estimula-se ainda a plantação de beterraba sacarina, pois apresentava uma capacidade de extração maior do que a cana-de-açúcar. Com a primeira guerra mundial, volta novamente a existir carestia de açúcar, agravando o mercado nacional já por si dependente das importações do exterior¹¹⁵. Para empresas de maior dimensão como a CUFP, esta conjuntura foi catastrófica, chegando a cancelar durante algum tempo o fabrico de gasosas e refrigerantes¹¹⁶. É natural que situações semelhantes tivessem acontecido a mais indústrias de bebidas gaseificadas no nosso país. Durante a ditadura militar de 1926 e no que mais tarde viria a ser o Estado Novo, a questão do abastecimento de açúcar via produção nacional, passou a ser entendida como prioritária. A década de 30 revelou-se um “balão de oxigénio” no que respeita à balança comercial portuguesa através do estímulo da produção sacarina, resultando assim na supressão da sua compra ao estrangeiro. No entanto, com o advento da segunda guerra mundial, Portugal teria novamente de recorrer à importação deste bem, fruto não só da guerra, mas do próprio aumento do seu consumo¹¹⁷. A partir de 1943, o sector dos refrigerantes foi novamente afetado pela escassez de açúcar, que tinha de ser racionado pelas várias indústrias. Atentando novamente ao caso da CUFP, a sua produção de refrigerantes, com destaque para as laranjadas, entrou em declínio, pois o açúcar fornecido pelo grémio dos armazenistas correspondia apenas a uma pequena percentagem do que era necessário. Optou-se pela sua substituição por mosto de uva tendo obtido, no entanto, resultados profundamente insatisfatórios. As principais queixas residiam no próprio sabor da bebida, mas também se registam casos do rebentamento de algumas garrafas,

¹¹³ ALVES, 1997:395.

¹¹⁴ PEREIRA, 2014: 123.

¹¹⁵ ALVES, 1997:400.

¹¹⁶ PEREIRA, 2014: 176.

¹¹⁷ ALVES, 1997:401.

originando devoluções por parte dos agentes comerciais. Em 1944 abandonou-se a utilização de mosto de uva tendo-se retornado à importação de açúcar¹¹⁸. A década de 50 trouxe parte da estabilidade comercial anterior, com Portugal novamente a incentivar a sua produção, no entanto, nunca mais viríamos a obter a autossuficiência sacarina da década de 30¹¹⁹.

1.3. Segunda Fase, dos Anos 20 aos Anos 50

1.3.1. A Proliferação das Indústrias de Bebidas Refrigerantes

O impacto económico da Primeira Grande Guerra na nossa indústria de bebidas gaseificadas levou ao encerramento de algumas fábricas deste sector. A dificuldade em arranjar linhas de abastecimento estáveis, a falta de produtos e a quebra nas vendas representou uma sentença de morte para muitas delas. Tenha-se como exemplo a fábrica portuense Leão, construída pela CUPP na rua da Restauração em 1914, e que fruto do conflito bélico viria a fechar logo em 1916¹²⁰. No entanto, depois do final da guerra, mas sobretudo a partir de 1920, Portugal vai beneficiar de um crescimento económico, com retorno também para as indústrias de refrigerantes¹²¹. A Ditadura Nacional, instituída depois da revolução de 28 de maio de 1926,¹²² vai também implementar medidas protecionistas, numa tentativa de reestruturação financeira¹²³. É neste contexto de pós-guerra e de conturbação na política nacional que se vão gerar as primeiras grandes alterações no sector e que, através de uma vaga inicial de indústrias, se marcou a transição para uma nova etapa na história dos refrigerantes portugueses.



Figura 22 – Garrafa da limonada José Teodósio da Silva, Montijo

¹¹⁸ PEREIRA, 2014: 244.

¹¹⁹ ALVES, 1997:402.

¹²⁰ PEREIRA, 2015: 9.

¹²¹ PEREIRA, 2014: 183.

¹²² ALVES, 1997: 401.

¹²³ PEREIRA, 2014: 225.

A indústria de bebidas gaseificadas tinha revelado durante os últimos trinta anos do século XIX uma tendência crescente. Não obstante, foi apenas durante a década de 20 do século XX que estas se começaram a multiplicar por todo o país, saindo progressivamente da esfera quase exclusiva de Lisboa e do Porto. A sua banalização parece não ter ocorrido em simultâneo por todo o território nacional, destacando-se assim algumas regiões como pioneiras de um primeiro momento de industrialização. O caso alentejano enquadra-se nesta perspetiva, e por se encontrar bem estudado, constitui uma base de análise representativa para todo o período em análise em Portugal. Com efeito, foi apenas depois da Primeira Guerra Mundial que se iniciou no Alentejo a produção de refrigerantes, apresentando nesta década dezassete pedidos de registos de fábrica, com picos em 1925 e 1930¹²⁴. Destaca-se a Empresa de Refrigerantes da Serra d'Ossa Lda. fundada no Redondo entre 1925¹²⁵ e 1928¹²⁶, não sendo estas datas consensuais. Foi constituída uma sociedade com quatro sócios investidores, destacando-se Joaquim Brandoa Furtado, sócio maioritário, e João Martins Barrancos¹²⁷. Também na Estremadura são estabelecidas duas fábricas nesta altura, uma no Montijo, fundada por José Teodósio da Silva em 1920 (figura 22) e outra no Barreiro, fundada por J. Gouveia em 1927 (figura 23), tal como indicado nos seus rótulos. Na Beira Litoral refira-se a Sociedade de Refrigerantes Bussaco, fundada em 1921 por José Dias Carvalho e situada no Bairro da Estação, no Luso¹²⁸. Por último, na região do Minho, conhece-se a existência da Empresa dos Refrigerantes Bom Jesus Lda. e da Fábrica de Refrigerantes Cristal, de A. Menici Malheiro (figura 24)¹²⁹, ambas situadas em Braga. A primeira foi fundada em 1918 (figura 25) e é a



Figura 23 – Garrafa dos Refrigerantes J. Gouveia, Barreiro

¹²⁴ GUIMARÃES, 2006: 203.

¹²⁵ Idem: 204.

¹²⁶ REI, 2007: 271.

¹²⁷ Idem: 271.

¹²⁸ Sociedade de Refrigerantes Buçaco, Lda. Disponível em:

<http://www.srb.pt/historial/>

Acedido a: 18/04/2020.

¹²⁹ Almanach do Jornal de Notícias, 1924: 61.

partir de 1926 anunciada no *Almanach do Jornal de Notícias* (figura 26)¹³⁰. A Fábrica Cristal é publicitada no mesmo almanaque entre 1924 e 1926, sendo por isso a sua fundação atribuível aos princípios da década de 20. Estas pequenas unidades que começavam a proliferar pelo país apareciam sobretudo ligadas a outros estabelecimentos comerciais. Os seus proprietários eram muitas vezes merceeiros ou comerciantes grossistas que, para além desta sua atividade, criavam uma marca própria de refrigerantes¹³¹. Pode-se justificar esta prática pelo facto do consumo destas bebidas se manter sazonal, vendendo-se quase exclusivamente nos meses de verão, sendo então a sua produção encarada como um negócio complementar¹³². Este aspeto será particularmente evidente a partir dos finais da década de 40, como adiante explicitaremos. Na sua grande maioria, estas fábricas correspondiam a um negócio familiar, empregando pouca gente e com uma escala reduzida, tanto física como de distribuição. Assim, a comercialização de refrigerantes restringia-se, de forma genérica, aos concelhos e aldeias limítrofes à fábrica¹³³. A implantação destas unidades era também frequente em zonas com poços artificiais¹³⁴, nascentes termais ou cursos de água pois aproveitavam a sua captação direta para o fabrico das bebidas. Numa memória descritiva referente à Fábrica de Refrigerantes Mirtalina, em Mértola, é referido que no ano de 1951 a vila ainda não dispunha de água canalizada tendo de recorrer a um poço¹³⁵. Note-se que a rede pública de saneamento básico só se começou a tornar numa realidade palpável para todo o país a partir da década de 70¹³⁶. Durante os anos 20 assiste-se também à evolução das grandes companhias de cervejas e de refrigerantes, com uma estrutura económica e fabril bem diferente das anteriores unidades citadas. Em 1921, depois de uma reforma, a Portugália muda de nome para Companhia Produtora de Malte e Cerveja Portugália. No ano seguinte, em março de

¹³⁰ Almanach do Jornal de Notícias, 1926: 270.

¹³¹ GUIMARÃES, 2006: 207/208.

¹³² Idem: 203.

¹³³ Idem: 203.

¹³⁴ Idem: 207.

¹³⁵ Idem: 207.

¹³⁶ PATO, 2016: 38/39.

1922 é criada a Companhia de Cervejas Coimbra e em 1923 forma-se a Companhia de Cervejas Estrela, sucessora da Sociedade de Cervejas Lda. em Lisboa¹³⁷.



Figura 24 – Anúncio publicitário da Fábrica de Refrigerantes Cristal, Braga, 1924



Figura 25 – Empresa dos Refrigerantes Bom Jesus, Lda. Fundada em 1918



Figura 26 - Anúncio publicitário da Empresa dos Refrigerantes Bom Jesus, Lda. Braga, 1926

¹³⁷ SILVA, 2012: 7.



Figura 27 – Anúncio publicitário da Fábrica de Cerveja Leão, Porto, 1915

O novo processo de industrialização trouxe também alterações no que respeita à gama de bebidas produzidas, refletindo-se no vasilhame utilizado para as engarrafar. Se, até aqui, no sector dos refrigerantes apenas se referiu a produção de gasosas ou limonadas gasosas, vemos surgirem, ainda durante a Primeira Guerra, as laranjadas. Esta bebida à base de água, açúcar, essência de laranja, ácido cítrico e gás carbónico, acabou por se popularizar durante o século XX e tornou-se num elemento crucial da produção das indústrias de refrigerantes. A mais antiga referência recolhida data de 1915 e corresponde a um



Figura 28 – Rótulo da Laranjada Invicta, Porto

anúncio publicitário da Fábrica de Cerveja Leão, propriedade da CUFP, onde se assinala a venda da Laranjada “Delícia” (figura 27)¹³⁸. Já durante a década seguinte, a CUFP regista a 28 de maio de 1921 uma nova marca de laranjada, a Laranjada Invicta (figura 28), sendo considerada a melhor bebida da empresa logo a seguir à cerveja Cristal¹³⁹. O

¹³⁸ PEREIRA, 2014: 169.

¹³⁹ Idem: 214.

seu lançamento no mercado havia sido previsto para 1917, mas fruto do conflito bélico tal decisão teve de ser adiada¹⁴⁰. Em 1926 surge-nos uma nova referencia a este tipo de bebida, através de um anúncio publicitário, já aqui citado, da Laranjada Bom Jesus, fabricada pela Empresa dos Refrigerantes Bom Jesus, Lda. Braga (figura 26)¹⁴¹. É assim sugestivo que as laranjadas tivessem surgido ainda durante a primeira década do século XX, mas que a sua popularidade e generalização só se tivesse dado a partir dos anos 20 em diante. Apesar do aparecimento das laranjadas na gama dos refrigerantes, regista-se por outro lado o abandono de algumas bebidas até aqui de produção comum. Com efeito, o consumo de bebidas como o *ginger beer* parece ter desaparecido entre nós com a transição para o século XX, justificado pela ausência de referências a partir daí. É também durante este período que a produção de refrigerantes se emancipa da de cerveja. Enquanto no século XIX era comum observar-se o fabrico conjunto destas bebidas, cumulativamente com o *ginger beer*, aguardente, entre outros, a partir do século XX, as novas unidades criadas vão-se distanciar desta ampla gama de produção. É difícil dizer o que motivou a mudança, mas pode-se apontar o facto de o mercado cervejeiro já se encontrar profundamente controlado pela SCC e pela CUFP, algo que não sucedia com o dos refrigerantes¹⁴². O seu complexo processo de fabrico e as normas a que este estava sujeito poderiam também desencorajar os proprietários das pequenas unidades a produzirem cerveja. Seria então mais fácil dedicarem-se à produção de laranjadas, limonadas gasosas, xaropes e bebidas licorosas,¹⁴³ pois apresentavam processos de confeção idênticos e ainda pouco regulamentados. Outra hipótese levantada prende-se com os hábitos de consumo, visto que a cerveja só se liberalizou no interior do país a partir dos anos 60 do século XX¹⁴⁴. Considerando que neste período as fábricas se começaram a instalar um pouco por todo o território, o consumo de cerveja poderia não justificar assim a sua produção, não sendo, portanto, um negócio rentável. Neste sentido, as grandes companhias cervejeiras deram continuidade à sua

¹⁴⁰ PEREIRA, 2014: 214.

¹⁴¹ Almanach do Jornal de Notícias, 1926: 270.

¹⁴² PEREIRA, 2014: 440.

¹⁴³ GUIMARÃES, 2006: 207.

¹⁴⁴ CASCÃO, 2011: 70.

produção de cerveja e refrigerante, enquanto todas as outras optaram pelo fabrico desta última.

As alterações no mercado de bebidas obrigaram a mudanças no que respeita ao vasilhame utilizado. No entanto, para a cronologia em análise e também mais tarde para a década de 30, desconhece-se com exatidão as tipologias de garrafas destinadas a cada bebida. A inexistência de material facilmente datável e o facto de os rótulos em papel serem perecíveis elimina destas duas décadas a possibilidade de criar uma imagem sólida das embalagens em circulação. Ainda assim, podem-se apontar algumas hipóteses relativas à forma e ao tipo de vidro. As laranjadas, devido às suas propriedades e características físicas começaram por ser engarrafadas em embalagens próprias, que as protegiam dos raios solares. Com efeito, sabe-se que a partir da década de 40 era já uma prática comum o uso de dois tipos de vidro para bebidas específicas, ainda que não correspondesse a nenhuma regra ou normativa. O vidro escuro, de cor âmbar ou verde, para cervejas e laranjadas e o vidro neutro para as gasosas e limonadas gasosas¹⁴⁵. Desta forma, protegia-se a cerveja e a laranja dos raios ultravioleta enquanto as limonadas gasosas não necessitavam de cuidados adicionais. As garrafas de vidro escuro eram em tudo semelhantes às de vinho, altas e cilíndricas, mas apenas com 300cc de capacidade (figura 29), onde lhes era depois colado um rótulo de papel barato identificativo do conteúdo. Eram utilizadas desde o princípio do século XX para o engarrafamento de cerveja sendo provável que tenham também sido adotadas nessa altura para as laranjadas¹⁴⁶, tal como se verifica nos exemplares que conhecemos. Quando se tratava de gasosa ou limonada gasosa, as garrafas utilizadas eram estreitas e compridas ou então de pirolito, ambas de vidro incolor. É também durante a primeira década do século XX, que provavelmente se inicia a utilização do sistema de encapsulamento com carga no nosso país,



Figura 29 – Garrafa de cerveja e de laranja

¹⁴⁵ PEREIRA, 2014: 451.

¹⁴⁶ PEREIRA, 2015: 10.



Figura 30 – Anúncio publicitário das Águas de Castelo de Moura, 1916



Figura 31 – Garrafa da Cerveja Cristal, Porto

e que veio substituir a vedação por meio de rolha. Este sistema, patenteado em 1892 pelo irlandês William Painter e conhecido no mundo britânico como *Crown Cork*, correspondia a uma pequena cápsula metálica descartável forrada a cortiça no seu interior e que vinha pôr termo definitivo aos problemas de selagem do vasilhame¹⁴⁷. A mais antiga referência observada para o uso deste tipo de encapsulamento em Portugal surge, numa publicidade de 1916 do *Almanach do Jornal de Notícias* (figura 30)¹⁴⁸. Aqui, encontra-se representada uma garrafa das Águas de Castelo de Moura e que já aparece com cápsula metálica. No caso dos refrigerantes, a notícia mais recuada data de 1926, presente no anúncio publicitário da Laranjada Bom Jesus (figura 26). É aqui pedido aos consumidores que “examinem

sempre a cápsula e o rótulo”¹⁴⁹, revelando assim o uso deste sistema. No entanto, esta transição não foi imediata, nem transversal a todas as bebidas. Pode-se notar que na década de 20 ainda se utilizavam rolhas de cortiça nas garrafas de cerveja (figura 31), tendo sido substituídas por cápsula, apenas nos princípios dos anos 30 (figura 32). A introdução deste sistema de encapsulamento não veio, no entanto, interferir com a continuidade da garrafa de pirolito, que permaneceria em circulação¹⁵⁰. Com o avançar do século, assistimos ao desaparecimento de garrafas anteriormente comuns, como o caso do sifão. Efetivamente, a partir do século XX deixa de se publicitar a sua venda, algo que se comprova também através da inexistência de exemplares posteriores ao século XIX. Na

¹⁴⁷ Phaidon Design Classics, Vol. 1, s.p.

¹⁴⁸ Almanach do Jornal de Notícias, 1916: 221.

¹⁴⁹ Almanach do Jornal de Notícias, 1926: 270.

¹⁵⁰ GUIMARÃES, 2006: 206.



verdade, o seu abandono por parte das unidades fabris é de difícil explicação. Se compararmos com a indústria espanhola de bebidas refrigerantes, à época bastante idêntica à nossa, pode-se observar que a venda de gasosas em sifão foi uma constante durante todo o século XX¹⁵¹. Correspondiam mesmo a parte importante do vasilhame para a gama de bebidas comercializadas pelas fábricas, fossem elas de pequena, média ou grande dimensão¹⁵². Assim, o abandono do engarrafamento e comercialização de sifões no nosso país parece ficar de momento sem explicação. Regressando ao caso português, as opções de distribuição das várias tipologias de vasilhame, passavam pela sua colocação em grades de madeira¹⁵³. Estas apresentavam, por norma, divisórias interiores com lugar para vinte e quatro garrafas

Figura 32 – Garrafa da Cerveja Portugália, Lisboa (figura 33). Outra das opções, passava pela substituição dessa grelha, por palha, evitando assim que as garrafas entrassem em contacto direto (figura 34). Apesar dos inconvenientes da sua utilização, devido à falta de higiene e aos cuidados acrescidos de manutenção, as grades em madeira mantiveram-se em uso até aos anos 50 do século XX¹⁵⁴.



Figura 33 – Grade em madeira com divisórias interiores

¹⁵¹ MALLÉN, 2011: 89/90.

¹⁵² Idem: 86/87/88.

¹⁵³ PEREIRA, 2014: 453.

¹⁵⁴ Idem: 453.



Figura 34 – Grade em madeira sem divisórias interiores

Com o início da década de 30, a economia portuguesa viveu por um lado o impacto negativo da Grande Depressão, mas também a implementação de políticas de reestruturação económica, que o Estado Novo começava então a colocar em prática¹⁵⁵. Apesar dos efeitos da crise se terem revelado passageiros, com um pico apenas em 1931¹⁵⁶, esta parece ter tido algumas repercussões no sector das bebidas. As grandes empresas de cerveja e de refrigerantes, que sofriam já de problemas estruturais e de concorrência desleal, viram o seu estado financeiro agravado devido à depressão económica. Com exceção da Companhia Produtora de Malte e Cerveja Portugália, fábricas como a Companhia de Cervejas Estrela, Fábrica de Cervejas Trindade, Fábrica de Cerveja Jansen e Companhia de Cervejas de Coimbra, chegaram a 1933 em total estado de falência¹⁵⁷. A Grande Depressão, não sendo necessariamente a causa da bancarrota destas empresas potenciou certamente a sua decadência. Para responder a este problema comum é acordada uma coligação fabril, um pouco à semelhança do que acontecera em 1890 com a fundação da CUF. Assim, a 21 de julho de 1934 cria-se a Sociedade Central de Cervejas, que reunia as empresas anteriormente referidas. No entanto, a sua absorção iria mesmo ditar o encerramento de algumas delas. A Fábrica de Cervejas Trindade acaba por ser desmantelada e a Fábrica Jansen cessa funções em

¹⁵⁵ PEREIRA, 2014: 225.

¹⁵⁶ Idem: 190.

¹⁵⁷ SILVA, 2012: 8.

1936¹⁵⁸. Ainda assim, é com a criação desta empresa que fica definido o grande binómio comercial de cervejas e refrigerantes, com a região Sul e Centro a serem dominadas pela SCC e a região Norte a ser dominada pela CUFP. A década de 30 termina então marcada por uma guerra comercial entre estas duas firmas, mas onde, no campo dos refrigerantes, a laranjada Invicta ganhava como a preferida dos consumidores¹⁵⁹. No que respeita às pequenas indústrias e se atentarmos de novo ao caso alentejano, podemos perceber que nesta década se assinalou um decréscimo do número de pedidos de licenças fabris. Se durante os anos 20 esta indústria revelou uma tendência crescente, a partir de 1930 o número de novos registos oscilava apenas entre dois ou três por ano¹⁶⁰. Por outro lado, o volume de cancelamentos de atividade chegou mesmo a atingir um pico, ainda que pouco significativo, em 1934¹⁶¹, com um total de três encerramentos¹⁶². É difícil perceber qual o papel que a Grande Depressão desempenhou no abrandamento deste sector, mas não é descabido supor que o declínio da atividade fabril se justifique em parte pelo próprio *crash* financeiro. Uma vez que o fabrico de refrigerantes era algo sazonal e que não se encontrava isolado do restante círculo de negócios dos seus proprietários¹⁶³, pode ter-se revelado, nesta altura, um tipo de indústria supérflua ou pouco rentável. Por outro lado, e apesar do impacto da grande depressão, a resposta pode residir na própria política de reestruturação económica do estado. A 3 de janeiro de 1931 é lançado um decreto que visava o condicionamento industrial, numa perspetiva de defesa económica¹⁶⁴. Este pretendia evitar a desnacionalização fabril, regular a concorrência, corrigir a distribuição geográfica das indústrias, melhorar as obsoletas técnicas de produção e a insalubridade laboral e habitacional dos seus trabalhadores¹⁶⁵. Também a instalação de novas unidades, o reapetrechamento das já existentes e a transferência de licenças de produção a nacionais ou estrangeiros,

¹⁵⁸ SILVA, 2012: 9.

¹⁵⁹ PEREIRA, 2014: 238.

¹⁶⁰ GUIMARÃES, 2006: 203.

¹⁶¹ Idem: 203.

¹⁶² Idem: 205.

¹⁶³ Idem: 203.

¹⁶⁴ PEREIRA, 2014: 225.

¹⁶⁵ Idem: 225.



Figura 35 – Rótulo da Laranja Romária, Porto



Figura 36 – Rótulo da Cidra Invicta, Porto



Figura 37 – Rótulo da Lima Invicta, Porto

passavam agora a depender da autorização do Ministro do Comércio e Comunicações. Desta forma, protegiam-se os interesses das indústrias já existentes e dificultava-se o surgimento de nova concorrência. Esta política procurava assim “disciplinar a produção e limitar a oferta, para sustentar a queda dos preços e os efeitos negativos na estrutura produtiva”¹⁶⁶. À luz desta política, e analisando novamente os números do caso alentejano, pode-se concluir que para lá dos efeitos nefastos da grande depressão, foi sobretudo a atitude regulamentadora do estado que veio colocar um travão na expansão industrial. Por outro lado, vemos os poderes das companhias já existentes fortalecidos através da limitação da concorrência e subsequentemente de verem os seus mercados ampliados. É durante este clima que empresas como a CUFP se consolidam, acabando até por lançar novas marcas de bebidas. Com efeito, entre 1937 e 1938 é registada uma nova gama de bebidas refrigerantes para além da marca Invicta, sendo estas, os refrigerantes Romária (figura 35), Cidra Invicta (figura 36) e a Lima Invicta (figura 37). Estas duas últimas, enquanto sabores novos, tentavam ao mesmo tempo beneficiar da imagem de qualidade já conseguida pela laranja Invicta¹⁶⁷. Acabaram assim por granjear algum sucesso junto dos consumidores, mas nunca comparável ao prestígio da laranja Invicta, que apresentava o maior volume de vendas da companhia na área dos refrigerantes¹⁶⁸. O refrear da expansão industrial não

¹⁶⁶ PEREIRA, 2014: 227.

¹⁶⁷ Idem: 276.

¹⁶⁸ Idem: 277.

configurou a sua total estagnação, de facto, deparamo-nos com novas fábricas, embora em menor número, surgidas nesta altura. Observe-se o exemplo da Fábrica de Refrigerantes Maravilha, fundada em torno de 1935 no lugar de Alto das Golfeiras, Mirandela¹⁶⁹. Ainda como exemplo, refira-se a Empresa Industrial de Refrigerantes Lda. fundada em Mértola em 1936 e mais tarde conhecida como Mirtilina. Apesar das políticas de melhoria industrial, o modelo desta empresa ilustra bem as condições em que a produção de refrigerantes continuava a ser exercida. A sua estrutura fabril é representativa das pequenas unidades existentes em todo o país. Esta encontrava-se instalada numa pequena “casa térrea construída com paredes de taipa e telha algarvia”¹⁷⁰. Só mais tarde, é que a ação reguladora do estado põe termo a este tipo de laboração. Com o aproximar da década de 40, estala na Europa um novo conflito, que escala rapidamente para proporções mundiais. No entanto, apesar da desorganização dos circuitos comerciais e da carestia de matérias-primas, subsequente do próprio conflito, o período da Segunda Grande Guerra correspondeu a um momento de desenvolvimento da indústria nacional. Ferreira Dias Júnior, então Subsecretário de Estado, do Comércio e Indústria, afirmava mesmo que as dificuldades da guerra vieram estimular a produção industrial portuguesa, sobretudo ao nível da substituição das importações. É na continuidade desta linha que defendia ainda a criação de novas unidades fabris e a modernização das já existentes¹⁷¹. No entanto, os efeitos da guerra foram naturalmente sentidos e refletiam-se na própria produção industrial. As grandes unidades de cerveja e refrigerantes, como a SCC e a CUF, sofreram nesta altura com a falta de matérias-primas¹⁷². No caso desta última, registou-se entre 1943 e 1944 um acentuado declínio da produção e por sua vez das vendas de refrigerantes. Apesar de as laranjadas continuarem como produtos preferenciais por parte dos consumidores, registou-se nesse último ano uma quebra de 24% no volume geral de vendas. Algumas marcas, como a Cidra Invicta e a Lima Invicta, apresentavam já uma produção pouco significativa,

¹⁶⁹ A data de fundação foi obtida através de registo oral de um antigo funcionário não tendo sido possível sustentá-la documentalmente.

¹⁷⁰ GUIMARÃES, 2006: 206.

¹⁷¹ PEREIRA, 2014: 313.

¹⁷² SILVA, 2012: 13.

tendo por isso sido abandonadas a partir de 1944¹⁷³. Para amortizar as quebras na receita foram aumentados os preços dos refrigerantes de venda ao público, o que ajudou provisoriamente a equilibrar a balança¹⁷⁴. É provável que também as fábricas mais pequenas se tivessem ressentido com a guerra. Se atentarmos no caso alentejano, conclui-se que o volume de novos registos foi, durante este período, especialmente baixo. Entre 1939 e 1945 o número de licenciamentos para novas fábricas foi de apenas onze, resultando numa média de 1.8 registos por ano. Não sendo no plano geral um número necessariamente reduzido, ilustra a tendência decrescente que se vinha sentindo desde a década de 30¹⁷⁵. Por outro lado, no que concerne aos cancelamentos de licenças, este número foi muito reduzido, apenas com um encerramento em 1939 e outro em 1941¹⁷⁶. É assim difícil perceber qual o real impacto da Segunda Guerra na pequena indústria, mas, atentando aquilo que são as suas características estruturais, é possível que tenha sido pouco significativo.



Figura 38 – Garrafa granitada da CUFP, Porto

No que respeita ao vasilhame utilizado, este parece corresponder à lógica anteriormente referida, com garrafas de vidro escuro para laranjadas e de vidro neutro para gasosas, onde se inseriam também os pirolitos¹⁷⁷. Por outro lado, esta diferenciação não correspondia a uma regra restrita. Se as limonadas gasosas eram quase sempre engarrafadas em vasilhame de vidro incolor, era frequente as laranjadas alternarem com outros tipos de vidro. Com efeito, parece ser na década de 30 que surge uma nova tipologia de garrafas destinadas a laranjada, as garrafas em alto-relevo. Entre 1937 e 1938 a CUFP lança no mercado um novo modelo de garrafa para usar nos refrigerantes Romaria, Cidra Invicta e Lima Invicta, a garrafa granitada¹⁷⁸ (figura 38), tendo alcançado de imediato grande

¹⁷³ PEREIRA, 2014: 282.

¹⁷⁴ Idem: 282.

¹⁷⁵ GUIMARÃES, 2006: 203.

¹⁷⁶ Idem: 205.

¹⁷⁷ PEREIRA, 2014: 451.

¹⁷⁸ As questões relativas ao seu *design* e matrizes formais serão exploradas no capítulo 2.1.

êxito por parte dos consumidores¹⁷⁹, o que se explica facilmente pela sua forma peculiar. Esta tipologia difere dos exemplos de garrafas de pirolito já citados anteriormente, que também exibiam *lettering* alto relevado, por serem as primeiras a tentar definir uma imagem como forma de *marketing*. A garrafa granitada da CUFP é sobretudo importante pois corresponde à mais antiga referência documentada cronologicamente desta tipologia. Permite assim estabelecer um período inicial concreto para a circulação destes modelos de vasilhame, a partir da década de 30¹⁸⁰.

Com o findar da Segunda Guerra Mundial, a indústria nacional de refrigerantes registou uma segunda vaga de proliferação¹⁸¹. É sobretudo durante a transição da década de 40 para a década de 50 que se verifica o maior número de pedidos de licença para novas unidades fabris. Parece ter sido neste período que o fabrico de refrigerantes se vulgarizou verdadeiramente por todo o território. Tenha-se como exemplo o distrito de Bragança, onde se observa a partir da década de 50 um aumento das unidades fabris. Apesar de não ter sido possível encontrar os pedidos de licenciamento destas unidades, tivemos acesso à correspondência entre o Governador Civil de Bragança ou, em caso de impedimento, do seu secretário, e os Presidentes das Câmaras Municipais onde as fábricas iriam ser inauguradas. O primeiro documento¹⁸², datado de 26 de abril de 1952, autoriza a afixação do edital onde se anunciava a exploração de uma fábrica de refrigerantes e torrefação de cacau em Bragança pela firma José Maria Gomes & Filhos. O segundo documento¹⁸³, datado de 31 de março de 1953, autoriza a afixação de um edital onde se publicita a instalação de uma fábrica de refrigerantes com exclusão de vinhos na vila de Moncorvo, explorada por António Júlio Camelo. Refira-se ainda uma carta de Daniel Gonçalves¹⁸⁴, fundador da empresa Laranjadas Castelo, em Bragança, que pede ao Presidente da Câmara Municipal da mesma cidade para licenciar os dizeres publicitários presentes na sua furgonete e na sua fábrica. O documento datado de 29 de

¹⁷⁹ PEREIRA, 2014: 276.

¹⁸⁰ Idem: 282.

¹⁸¹ Idem: 440.

¹⁸² Ver Apêndice 2, Documento 1.

¹⁸³ Ver Apêndice 2, Documento 2.

¹⁸⁴ Ver Apêndice 2, Documento 3.



Figura 39 – Copo comemorativo da Fábrica de Refrigerantes Cristalina, Soito

Condestável, fundada em 1954 pela Sociedade Irmãos Abrantes¹⁸⁹. O segundo é o da Fábrica de Refrigerantes Cristalina, e cuja fundação em 1946 nos é dada através de um copo alusivo ao seu vigésimo quinto aniversário (figura 39). O último caso é o da Empresa de Refrigerantes Altamira, fundada a 19 de fevereiro 1947¹⁹⁰. À semelhança do exemplo anterior, conhecemos a data da sua constituição através de uma brochura, concebida para acompanhar uma medalha comemorativa da empresa (figura 40). A lista de fábricas que surgiram nesta altura é, porém, mais extensa tendo-se selecionado apenas alguns exemplos da expansão do sector.



Figura 40 – Medalha comemorativa da Empresa de Refrigerantes Altamira, Viana do Castelo

¹⁸⁵ GUIMARÃES, 2006: 203.

¹⁸⁶ Idem: 204.

¹⁸⁷ Idem: 205.

¹⁸⁸ Idem: 204.

¹⁸⁹ Disponível em (Tavares, 2017): <https://www.cmmangualde.pt/atividade-municipal/gabinete-gestao-do-patrimonio-cultura/o-nosso-patrimonio/>

Acedido a: 27/03/2020.

¹⁹⁰ Ver Apêndice 2, Documento 4.

A ausência de normas reguladoras de higiene e de salubridade, de equipamentos básicos e de processos de fabrico, facilitou o crescimento destas unidades que apareciam no mercado com produtos de baixo preço e de péssima qualidade¹⁹¹. Mantinham instalações e métodos de produção antiquados, em tudo idênticos aos já identificados nas décadas anteriores. Também os tipos de negócio a que as fábricas de refrigerantes estavam associadas, sobretudo mercearias e comércios grossistas, traduziam-se numa total aleatoriedade de produtos à qual o nosso tempo não está habituado¹⁹². O exemplo mais paradigmático desta prática surge num recibo da Quinta da Fontinha em Alfarelos, no concelho de Soure. A firma que a administrava, Serafim de Sá & Filhos Lda. apresentava-se como fábrica de refrigerantes e urnas funerárias com serração de madeiras e carpintaria, estabelecimento de todos os artigos para agricultura e agentes das tintas *Robbialac* e *Dyrup* (figura 41). Nesta cronologia abundam casos como este, podendo destacar-se ainda a Fábrica de Refrigerantes e Xaropes Trancoso, de Albino Augusto Inácio e que também vendia vinhos, mercearias, louças, papelarias e outros artigos (figura 42). Por último, a já citada firma José Maria Gomes & Filhos, que para além de fabricar os refrigerantes Brigantina, era detentora de uma torrefação de cacau com produção de chocolates, era agente de distribuição de material elétrico, depositária da Companhia União Fabril e possuía ainda um armazém de mercearias (figura 43).



Figura 41 - Recibo da Quinta da Fontinha, Alfarelos

¹⁹¹ PEREIRA, 2014: 440.

¹⁹² GUIMARÃES, 2006: 203.



Figura 42 – Anúncio publicitário da Fábrica de Refrigerantes e Xaropes Trancoso, Trancoso



Figura 43 – Anúncio publicitário da firma José Maria Gomes & Filhos, Bragança

Para além da falta de regulamentação, outro dos problemas prendia-se com a questão do vasilhame. Se, por um lado, a progressiva automatização das fábricas vidreiras nos finais dos anos 40 pode ser associada à ascensão da indústria de refrigerantes, ao tornar o vasilhame mais acessível e competitivo¹⁹³, por outro lado, o custo de compra das garrafas era na verdade bastante elevado para as pequenas unidades fabris de gestão familiar, e por isso muitas vezes difícil de suportar. A garrafa enquanto unidade era mais cara que o próprio conteúdo líquido que lhe era destinado. Neste sentido, quando uma fábrica vendia o seu refrigerante ao público, a garrafa não era de tara perdida, o que implicava a sua devolução por parte do consumidor¹⁹⁴. Apesar

¹⁹³ GATO, 2017: 101.

¹⁹⁴ PEREIRA, 2014: 451.

deste processo, existiam perdas. Para evitar comprar novo vasilhame, visto que este, quando engarrafado, apenas levava um rótulo de papel, as pequenas empresas começaram a reutilizar outras garrafas avulsas que iam aparecendo em circulação e que por qualquer motivo lhes eram devolvidas¹⁹⁵. Este processo chegou ao caos, no sentido em que existem fábricas de que hoje se conhecem os rótulos, mas que se desconhece a tipologia de garrafas a que estes eram destinados. Destas destaca-se a Fábrica de Refrigerantes J.A.F. no Sabugal (figura 44), cujo vasilhame utilizado era todo diferente. É provável que as garrafas em alto-relevo, e mais tarde as pirogravadas, não tenham surgido unicamente como criação estética, mas também como tentativa de dificultar a sua apropriação por parte de outras empresas. Em Inglaterra durante o século XIX e princípios do XX, ocorreu um fenómeno que pode apontar nessa direção, ainda que em moldes um pouco diferentes.



Figura 44 – Garrafa de Limonada gasosa Castelina, Sabugal

Criaram-se garrafas de pirolito “anti ladrão”, que podiam ser em vidro colorido ou em alto-relevo, e por vezes as duas em simultâneo, para evitar a sua utilização pelas companhias concorrentes¹⁹⁶. Esta lógica de funcionamento correspondia assim a um mecanismo de resposta a um problema concreto, num mundo industrial que começava a ganhar forma. Voltando ao caso português, observa-se que esta situação era particularmente grave para as empresas de grande dimensão. Num relatório realizado em 1950 pelo administrador da CUFP José António Martins, é destacada a apropriação de garrafas granitadas por parte de outras indústrias, que as utilizavam para os seus próprios refrigerantes de inferior qualidade. Desta forma a CUFP começou a perder vendas sobretudo no sul do país onde os consumidores, induzidos em erro pela garrafa, reclamavam da má qualidade da bebida. Este relatório indica-nos ainda as fábricas e marcas que recorriam a esta prática, sendo estas: Refrigerantes Concha; Fábrica Primavera; Refrigerantes Quintas; Refrigerantes Esqui; Refrigerantes A

¹⁹⁵PEREIRA, 2014: 440.

¹⁹⁶MUNSEY, 2010: 13.



Figura 45 – Garrafa da Laranjada Invicta com as letras «FP»

Primavera; Refrigerantes Aliança e os Refrigerantes S. Jorge. São então colocados um conjunto de processos judiciais a estas fábricas e feita uma forte campanha publicitária para recuperar as vendas no Sul¹⁹⁷. Do exemplo da garrafa granitada da CUFP pode-se retirar que os modelos em alto-relevo, embora não fossem inteiramente eficazes quanto à sua inutilização por parte de outras firmas, cumpriam bem a função identificativa da marca. Apesar da acérrima luta da CUFP contra esta prática, que considerava ser de uma concorrência desleal e criminosa¹⁹⁸, acabavam também por reutilizar garrafas de outras empresas. Destaca-se um caso

ocorrido com a marca Laranjada Invicta, que surgiu numa garrafa com as letras «FP» gravadas, iniciais de «Fábrica Portugália» (figura 45). Esta situação aparentemente singular pode naturalmente ser resultante de um lapso de seleção de vasilhame, ainda assim, não deixa de representar um acontecimento caricato quando comparado com a política da empresa. A conjuntura caótica que se vivia no mercado de refrigerantes levou a CUFP a organizar um relatório onde se expunham os principais problemas do sector. Concluído em 1951, elencava algumas deficiências já aqui referidas, sendo estas; as péssimas condições de asseio e higiene das instalações fabris e da produção de bebidas, o baixo custo dos refrigerantes que destabilizava a concorrência e a inércia da Direção Geral das Indústrias em encontrar uma resolução¹⁹⁹. Com efeito, as críticas levantadas pela CUFP, tiveram repercussões governamentais, tendo sido nomeada em 1953 uma Comissão de Estudo para a Regulamentação dos Refrigerantes²⁰⁰. Aqui participou o ainda administrador-delegado da companhia, João Sanguinetti Talone²⁰¹, como representante dos industriais do Norte. A comissão pretendia sobretudo, à luz das normas modernas

¹⁹⁷ PEREIRA, 2014: 440.

¹⁹⁸ Idem: 440.

¹⁹⁹ Idem: 440.

²⁰⁰ Idem: 441.

²⁰¹ PEREIRA, 2015: 15.

de higiene e salubridade, elaborar regras de produção e de comercialização dos refrigerantes. Neste sentido, as pequenas unidades fabris ou se reestruturavam ou seriam obrigadas a encerrar. Prevvia-se ainda a extinção da garrafa de pirolito²⁰², cujo sistema de selagem não apresentava as mesmas características higiénicas da já banalizada carga. Para além disso, devido à sua forma complexa e às reentrâncias no interior, correspondia a um tipo de vasilhame difícil de lavar. Estas deficiências industriais identificadas pela comissão de inquérito correspondiam a práticas potencialmente perigosas para a saúde pública, precisamente pela sua falta de higiene. Note-se, no entanto, que a razão prioritária talvez se possa prender com a concorrência desregrada que as pequenas fábricas ofereciam às grandes indústrias, obrigando-as a constantes baixas de preço e a perda de vendas²⁰³. Os resultados da comissão são entregues em 1954 ao Ministério da Economia, mas não obtiveram a repercussão pretendida. As tão necessárias reformas legislativas do sector iriam surgir apenas em 1959, cinco anos depois da entrega do inquérito²⁰⁴. Ainda assim, parece ter existido alguma ação reguladora por parte do Estado durante o princípio dos anos 50. A 11 de março de 1952 é aprovada a lei nº 2:052²⁰⁵, onde se visava corrigir muitos dos excessos do condicionamento industrial das décadas anteriores, através da liberalização de alguns sectores. Procurava-se equilibrar a iniciativa privada com a ação reguladora do Estado, apresentando como metas a concorrência regrada, o rigor produtivo e o equilíbrio económico²⁰⁶. Por outro lado, o aumento de regras crescentes de salubridade e funcionalidade levaram ao encerramento de muitas unidades, favorecendo naturalmente as mais bem equipadas²⁰⁷. No Alentejo existiam já notícias de encerramentos por motivos higiénicos, como aconteceu com a Fábrica de Refrigerantes Universo Lda. entre 1949 e 1950²⁰⁸, no entanto, o pico de encerramentos ocorreu

²⁰² PEREIRA, 2014: 441.

²⁰³ Idem: 440.

²⁰⁴ Idem: 441.

²⁰⁵ Diário do Governo n.º 56/1952, Série I de 11/03/1952: 387.

²⁰⁶ PEREIRA, 2014: 317.

²⁰⁷ GUIMARÃES, 2006: 204.

²⁰⁸ Idem: 206.

precisamente em 1952 com um total de nove alvarás cancelados²⁰⁹. Apesar destes pequenos progressos, o primeiro grande momento legislador da indústria de refrigerantes surgiu apenas a 25 de fevereiro de 1959, com o Decreto-Lei nº 42:159²¹⁰. Reconhece-se aqui a caducidade da antiga legislação, que “contava com mais de vinte anos”. O gabinete do Ministério da Economia executa então uma descrição do estado em que esta atividade se encontrava para poder definir a estratégia de ação.

A indústria de refrigerantes deve distribuir-se, actualmente, por mais de quatrocentos e cinquenta estabelecimentos, com uma produção anual de, aproximadamente, oitenta milhões de garrafas, com o valor de mais de 50000 contos. Trata-se, em regra, de pequenas e médias unidades industriais, deficientemente instaladas, utilizando água e outras matérias-primas de salubridade duvidosa e com uma linha de produção higienicamente condenável²¹¹.

Efetivamente, as análises laboratoriais realizadas a alguns refrigerantes, revelaram problemas graves quanto à inocuidade de muitos deles, sendo perentório uma mudança de toda a estrutura fabril. A nova lei apresentada dividia-se em cinco capítulos, sendo estes, I) Disposições Gerais; II) Das Matérias Primas; III) Das Características Dos Refrigerantes; IV) Das Embalagens; V) Das Sanções. No capítulo inicial apresentou-se pela primeira vez a definição de refrigerante enquanto bebida não fermentada de validade considerável. Foram também delimitadas as diferenças entre refrigerante, refrigerante natural e sumo reconstituído, tendo cada um deles graus diferentes de artificialidade. Estas designações estavam dependentes da percentagem de pasta de fruta ou da ausência dela, só podendo ser encontradas na embalagem correspondente. Desta forma pretendia-se eliminar a publicidade enganosa que era comumente feita aos produtos²¹². No que concerne às matérias-primas, os cuidados foram sobretudo dirigidos para a qualidade da água, tendo de ser reconhecidamente pura e bacteriologicamente testada. Também se estipulavam o tipo de químicos a usar de entre a gama de adoçantes, corantes, ácidos, conservantes, óleos e essências, entre

²⁰⁹ GUIMARÃES, 2006: 205.

²¹⁰ Diário do Governo nº 43/1959, Série I de 25/02/1959: 218.

²¹¹ Idem: 218.

²¹² Idem: 218.

outros, tal como a dosagem prevista para cada um deles. O terceiro capítulo diz respeito às características dos refrigerantes, de entre as quais as propriedades organoléticas. Era então necessário que o seu conteúdo fosse facilmente percebido pelos sentidos. De acordo com o refrigerante ou sumo apresentado, estes obedeciam a regras de cor, de cheiro e de sabor. A outra característica prende-se com as qualidades físicas e químicas do próprio refrigerante. As embalagens deveriam obedecer a algumas características já enunciadas anteriormente, como a necessidade de serem vedadas hermeticamente e de impedirem as alterações do seu conteúdo. Passavam ainda a ser obrigadas a apresentar a marca do produto, a firma ou nome do fabricante, a denominação da fábrica e a composição dos principais constituintes. Para além destas normas, os fabricantes ficavam ainda impedidos de fazer qualquer outra referência na embalagem a marcas ou empresas paralelas. Por fim, o quinto capítulo classifica os delitos fruto do incumprimento das normas apresentadas, distribuídos entre falsificação de géneros alimentares e falta de asseio e higiene²¹³. O Decreto-Lei entrou de imediato em vigor e concedia um prazo de quatro anos para as unidades procederem às adaptações e melhorias. Apesar do tempo disponibilizado, era previsível que muitas destas empresas viessem a encerrar. Com efeito, findo o prazo estabelecido, entre 1963 e 1965, a maioria das fábricas existentes acabou mesmo por fechar portas²¹⁴. No Alentejo, a ação fiscalizadora do Estado levou ao cancelamento de muitos dos velhos alvarás²¹⁵, originando um total de sete encerramentos durante o seu pico em 1965²¹⁶. No entanto, esta atitude reguladora não ditou o fim da pequena indústria de refrigerantes, pelo contrário, redesenhou um novo ciclo de progresso industrial, principiado na década de 60.

Depois da Segunda Guerra Mundial e durante os anos 50, o leque de bebidas parece ter aumentado. De facto, observa-se o aparecimento de um novo sabor, o refrigerante de ananás. A mais antiga referência, por nós identificada, surge num cartaz

²¹³ Diário do Governo nº 43/1959, Série I de 25/02/1959: 219.

²¹⁴ Diário do Governo n.º 84/1964, Série I de 08/04/1964: 484.

²¹⁵ GUIMARÃES, 2006: 204.

²¹⁶ Idem: 205.

de 1946 da Fábrica de Refrigerantes Golfinho, Lamego (figura 111), onde se anuncia a venda deste sabor. Segue-se a Sumol, com o lançamento em 1958 do Sumol Ananás²¹⁷, da CUFP, com o lançamento em 1961 da Invicta Ananás, que granjeou à época grande sucesso²¹⁸, e, por fim, da *Canada Dry*, que comercializava, também em 1961, uma bebida com sabor a ananás²¹⁹. A partir dos presentes exemplos podemos deduzir que a introdução desta bebida na estrutura produtiva das fábricas ocorreu de forma gradual, consolidando-se, a longo prazo, no mercado português. No que concerne às garrafas que lhes eram destinadas, estas parecem ser em tudo semelhantes às de vidro verde utilizadas para as laranjadas. Para além do aparecimento do refrigerante de ananás, também o vasilhame sofreu algumas alterações durante este período. A automatização da indústria vidreira nacional, através de uma maior capacidade técnica, liberalizou, em certo sentido, um conjunto de variedades formais nas garrafas da sua produção. Com efeito, sobretudo a partir da década de 50, começaram a aparecer no mercado várias garrafas distintas, tanto para gasosa como para laranja. No entanto, a maior mudança correspondeu talvez à substituição do rótulo em papel por rótulo pirogravado. Este processo a quente permitia a impressão de um rótulo permanente a cores na superfície da garrafa. O sistema era relativamente simples e de acordo com a capacidade económica da empresa que o encomendava, podia ser aplicada uma impressão monocroma, bicroma ou policroma nas garrafas. Desta forma era impossível apagar a marca da empresa do seu suporte físico e assim, dificultar a sua reutilização por parte de outras. No entanto, e à semelhança do que acontecia com as garrafas em alto-relevo, as garrafas pirogravadas não impediam a sua apropriação. Com o lançamento deste tipo de impressão nas garrafas da CUFP, ainda em 1957²²⁰, foram inúmeras as companhias que as reutilizaram. A companhia chegou a colocar vários processos judiciais em 1959 pelo uso indevido das suas garrafas. Destacam-se as firmas lisboetas Sumus e Licores

²¹⁷ Sumol História. Disponível em:
<http://www.sumolworld.com/pt/historia/#historicalSlide2>

Acedido a: 28/03/2020.

²¹⁸ PEREIRA, 2014: 446.

²¹⁹ O Vilarealense. (ver alínea b. da introdução).

²²⁰ PEREIRA, 2014: 453.

Orgia que se limitavam “a colar o rótulo dos seus produtos por cima do rótulo pirogravado”²²¹. É provável que as garrafas pirogravadas representem a maior fatia do vasilhame utilizado, devido à sua larga utilização por parte das empresas de refrigerante e ao seu amplo período de utilização. Não obstante, apresentavam também alguns problemas, justificados pela impossibilidade de alteração dos seus rótulos. As imposições colocadas às características físicas do vasilhame, expressas no Decreto-Lei nº 42:159 de 1959²²², obrigavam a que para além da marca e da fábrica, estivesse também presente a composição do conteúdo líquido. Muitas das empresas tiveram de encomendar novas garrafas pirogravadas pois as que se encontravam em circulação não obedeciam a estes critérios. No caso de grandes empresas como a CUFP, chegou-se mesmo a mover influências para que as suas garrafas pudessem continuar em circulação²²³. Estes problemas pontuais não impediram as garrafas pirogravadas de se afirmarem no mercado em quantidade e em longevidade de circulação. Estas foram produzidas e comercializadas de grosso modo até à década de 80 do século passado, quando voltaram a ser substituídas por garrafas com rótulo em papel. Uma outra importante mudança que o Decreto-Lei veio impor, foi o fim da garrafa de pirolito que devido ao seu sistema de selagem, nunca passaria os requisitos de uma inspeção. É provável que tenha continuado em circulação até à década de 60, mas pode-se apontar este período como data da sua extinção.

1.3.2. As Marcas Estrangeiras em Portugal Durante o Estado Novo

Verificou-se até aqui, a ascensão de uma indústria de bebidas refrigerantes distintamente nacional, constituída sobretudo por pequenas fábricas de gestão familiar e com uma reduzida escala de produção e de distribuição²²⁴. Surgem ainda neste sector alguns exemplos de grandes sociedades industriais portuguesas, que conseguiam cobrir com os seus produtos todo o território nacional ou, pelo menos, parte dele. Pode-se

²²¹ PEREIRA, 2014: 441.

²²² Diário do Governo nº 43/1959, Série I de 25/2/1959: 218.

²²³ PEREIRA, 2014: 453.

²²⁴ GUIMARÃES, 2006: 203.

então observar uma aparente inexistência de marcas estrangeiras no nosso mercado que, por outro lado, detinham já longa presença noutros países europeus, justificável com a própria política protecionista do Estado Novo. Com efeito, o estímulo dado à produção nacional e as restrições colocadas à importação de produtos, atrasaram, de forma genérica, a entrada das grandes multinacionais estrangeiras. Assim sendo, o sector dos refrigerantes no nosso país encontrava-se, até este período, relativamente protegido da concorrência externa²²⁵. Apesar do mercado nacional se caracterizar essencialmente como de autoconsumo, através da total prevalência de marcas nacionais, existiram algumas que se conseguiram introduzir no nosso país e cujos exemplos se encontram de seguida explanados.



Figura 46 – Garrafa de Laranjina “C”

Um caso paradigmático é o da Laranjina “C” (figura 46), que embora correspondesse a uma das marcas mais fortes das décadas de 60 e 70 em Portugal, tinha a sua origem em Valência, Espanha. É então necessário recuar a 1924, data em que encontramos o primeiro exemplar da antepassada da Laranjina “C”, a *Naranjina* (figura 48). Esta bebida, desenvolvida pelo químico Agustín Trigo Mezquita nos seus laboratórios farmacêuticos, surgiu como resposta à crise dos citrinos na região de Valência²²⁶. A sobreprodução de laranjas e de limões levou à queda flagrante dos seus preços a partir dos anos 20, e cujos excedentes o Dr. Trigo quis utilizar para a indústria alimentar, em especial, nos refrigerantes. A *Naranjina* correspondia a uma bebida gaseificada, à base de sumo de laranja ou de limão, encontrando-se estes sob a forma de concentrado num pequeno doseador²²⁷. Este servia em simultâneo de tampa à própria garrafa, que aliás, mimetizava formalmente em pequena escala. Para além do sucesso da bebida, que se vendia em

²²⁵ Disponível em (Tavares, 2017): <https://www.cmmangualde.pt/atividade-municipal/gabinete-gestao-do-patrimonio-cultura/o-nosso-patrimonio/>

Acedido a: 12/04/2020.

²²⁶ LORÉN, 2016: 51.

²²⁷ Idem: 51.



**Figura 48 - Garrafa de
Naranjina**

farmácias, drogarias e cafés de toda a Espanha²²⁸, a garrafa alcançou também grande êxito, devido ao seu invulgar formato de Laranja. Com efeito, esta acabou por ser registada, tal como o seu conteúdo e o seu doseador. Não se conhece a data do seu registo mas, visto existir uma patente de 1925 para a tampa e outra do mesmo ano para o sumo natural de laranja e limão²²⁹, é provável que o registo do frasco tenha sido feito na mesma altura. A garrafa da *Naranjina* atesta esta mesma informação através da frase em alto-relevo "*Producto Frasco Y Tapon Patentado*". Em 1935 o produto acabou por ser apresentado ao empresário francês Léon Beton, que inicia, com o nome de Orangina, a sua produção imediata em França, segundo receita de Agustín Trigo Mezquita.

A versão oficial da marca refere que existiu uma negociação entre ambos, se bem que muitos defendem tratar-se apenas de uma cópia da *Naranjina*. Certo é que a Orangina alcançou grande sucesso, não só em França, mas também na Argélia francesa a partir de 1936²³⁰. Em Portugal, o início do percurso da *Naranjina* é, de certa forma, incerto, conhecendo-se até ao momento unicamente um anúncio no Diário de Lisboa, datado de 5 de junho de 1933. Este publicita, "Combata o Calor Tomando «NARANJINA» Refresca, Nutre e Tonifica"²³¹. É então provável que as garrafas fossem importadas de Espanha e revendidas por algum grossista no nosso país, visto manterem o nome em espanhol. O verdadeiro momento de introdução da *Naranjina* em Portugal, enquanto produção nacional, ter-se-á dado algures depois da Segunda Guerra Mundial, através da empresa Francisco Alves & Filhos Lda, que detinha já a marca de refrigerantes



**Figura 47 – Garrafa
da Laranjada**

²²⁸ LORÉN, 2016: 52/53.

²²⁹ Idem: 64.

²³⁰ Idem: 55.

²³¹ Diário de Lisboa, nº3793 (05/06/1933): 5.



Figura 49 – Anúncio Publicitário da Laranjina

e Filhos, garantindo, no entanto, a propriedade do seu registo. Neste período inicial, a bebida foi apresentada apenas como «Laranjina», verificando-se uma tradução direta do nome da marca. Efetivamente, atentando também no aspeto formal das garrafas nesta cronologia, tanto a *Naranjina* como a Laranjina eram profundamente idênticas, reproduzindo, esta última, quase por completo a sua matriz espanhola (figura 49). Devido à falta de informação, é difícil estabelecer com precisão uma data ou até mesmo a década de adoção do nome “Laranjina C”, ainda assim pode-se apontar conjeturalmente a década de 50 para tal mudança. Os anúncios publicitários existentes, sobretudo a partir dos anos 60, parecem apontar nessa direção, referindo-se já à marca pelo nome pela qual ficou conhecida. A projeção da Laranjina C parece ter subalternizado a própria marca que a acolheu. Com efeito, nas garrafas mais tardias dos refrigerantes Convento surge pirogravado no seu reverso “engarrafado nas instalações da Laranjina C” e gravado em alto-relevo no sopé do pescoço “Laranjina C”, revelando assim que nos anos 60/70, esta era já a marca de referência da empresa Francisco Alves & Filhos Lda. Apesar das sucessivas estilizações, a imagem característica da garrafa da Laranjina C manteve-se praticamente inalterada, durante quase todo o seu percurso no nosso país, tendo adotado um formato mais convencional a partir de 1976 (figura 50).

Convento, na Venda do Pinheiro, Mafra (figura 47). Desconhecem-se os moldes desta transição, mas é natural que tenha ocorrido através de um processo semelhante ao da já referida Orangina. Desta forma, o Dr. Trigo teria cedido a patente, não só da bebida, mas também da própria garrafa, a Francisco Alves



Figura 50 – Anúncio publicitário da Laranjina “C”, 1976

Outra das marcas estrangeiras introduzidas no nosso país foi a alemã Sinalco, cuja história remonta a 1902. Foi inventada pelo naturopata Friedrich Eduard Bilz e pelo industrial Franz Hartmann, com o nome de “Bilz-Brause” (Bilz-Limonada). O produto consistia numa bebida não alcoólica, à base de essências de frutas tropicais de onde aliás lhe advém o nome atual. Efetivamente, em 1905, a marca escolhe a expressão latina *sine alcohole*, com o propósito de criar um nome mais sonante e apelativo, transformando-a em Sinalco. O seu sucesso internacional é consagrado a partir de 1907, apresentando, quatro anos depois, sessenta e sete agências espalhadas por todo o mundo²³². No entanto, foi apenas na década de 50 que a imagem icónica da sua garrafa se cristalizou como um marco identificativo, adotando um formato alongado, estriado na base e no pescoço e com rótulo pirogravado (figura 52)²³³. É precisamente nesta década que a Sinalco se introduz no nosso país, através de uma parceria com a CUFP, encarregada de a produzir. O seu lançamento em Portugal deu-se logo em 1953 e deveria ser explorado segundo condições impostas pelo fornecedor do produto base²³⁴. A Sinalco foi comercializada nas já populares garrafas granitadas da CUFP, distinguindo-se das restantes marcas da mesma empresa através de uma gargantilha em papel colocada no pescoço da garrafa (figura 51). Não deixa de ser curiosa esta opção de vasilhame, dado enquadrar-se cronologicamente no período de consolidação da imagem internacional da Sinalco. A CUFP parece ter investido bastante não só na sua representação publicitária, chegando alguns cartazes



**Figura 52 –
Garrafa Sinalco**



Figura 51 – Gargantilha Sinalco

²³² Disponível em:
<https://sinalco.com/worldwide/en/german/history/>

Acedido a: 15/04/2020.

²³³ Idem.

²³⁴ PEREIRA, 2014: 446.

até aos nossos dias, mas também no seu preço, que se apresentava à época como concorrencial. No entanto, a marca não teve grande aceitação no nosso mercado e a sua produção acabou mesmo por ser interrompida²³⁵. A Sinalco, tendo um aparente abandono em Portugal continental, não teve o mesmo destino em Angola. Na então colónia portuguesa, a marca era fabricada e distribuída pela Sociedade de Refrigerantes Ideal Lda. com sede em Luanda, tal como se pode constatar através do seu rótulo. O vasilhame comercializado apresentava-se com a imagem icónica definida nos anos 50, o que pode remeter a sua produção já para as décadas de 60 ou 70 (figura 53) e que demonstra aqui a sua continuidade. Apesar da sua projeção mundial, a Sinalco parece não ter tido, no nosso país, um papel relevante, tendo sido então relegada para o abandono.



Figura 53 – Garrafa Sinalco, Angola

A *Canada-Dry* foi também uma das marcas estrangeiras que surgiu no nosso país durante o período do Estado Novo. Foi fundada durante a viragem do século XIX para o século XX pelo farmacêutico John J. McLaughlin em Toronto, no Canadá e começou por se designar *McLaughlin Belfast Style Ginger Ale*. Esta bebida não alcoólica apresentava uma cor escura com um forte sabor a gengibre e correspondia a uma versão ainda não aperfeiçoada decorrente das suas primeiras experiências realizadas na década de 90 do século XIX²³⁶. O grande momento de viragem deu-se em 1904 quando, depois de vários aperfeiçoamentos, a bebida adquiriu o seu sabor final. No entanto, o nome definitivo surgiu apenas no ano seguinte, passando a chamar-se *Canada Dry Pale Ginger Ale*. O início da comercialização internacional deu-se logo em 1907 com a exportação de garrafas para os Estados Unidos da América²³⁷ e com a sua fixação definitiva nesse país em 1922, através da construção de uma fábrica em Nova Iorque²³⁸. Durante a década de 30 foi desenvolvido um programa de expansão mundial, que tinha como objetivo a

²³⁵ PEREIRA, 2014: 446.

²³⁶ MUNSEY, 2011: 8.

²³⁷ Idem: 9.

²³⁸ Idem: 15.



Figura 54 – Garrafa *Canada Dry* da *Spur Cola*

abertura de fábricas em centros populacionais para evitar as despesas das exportações de grande distância²³⁹. Também a gama de bebidas foi amplamente aumentada, sobretudo a partir das décadas de 30 e 40. Para além do *Pale Dry Ginger Ale*, conhecido à época como o champanhe dos Ginger Ale, surgiram em 1948 duas bebidas que se tornariam icónicas, a *Hi Spot* e a *Spur Cola*²⁴⁰. Foi também nesta data que a *Canada Dry* se tornou numa empresa americana, estabelecendo a sua produção essencialmente nos Estados Unidos da América²⁴¹. É neste contexto de grande crescimento empresarial que, em 1958, a *Canada-Dry* se introduz

em Portugal²⁴², instalando-se em Santa Iria da Azóia através de um contrato realizado com a fábrica Imperial²⁴³. No mesmo ano dá-se o lançamento em Lisboa dos seus refrigerantes a baixo

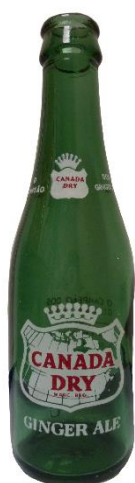


Figura 55 – Garrafa *Canada Dry* de *Ginger Ale*

preço, alcançando de imediato sucesso no mercado português e com as principais firmas nacionais, como a CUFP, a ressentirem-se no seu volume de vendas²⁴⁴. Como principais razões do seu êxito, pode-se apontar primeiramente a novidade dos seus produtos a preços reduzidos e que as sucessivas campanhas publicitárias faziam questão de acentuar. Em 1961, a marca apresentava um leque de oito bebidas disponíveis no nosso país, sendo estas; Laranjada, *Spur Cola* (figura 54), *Ginger Ale* (figura 55), Creme Soda (baunilha), *Hi-Spot*, Água Tónica (figura 56), Ananás e *Soda-Club*²⁴⁵.

Apesar de estar longe dos 22 produtos vendidos nos Estados Unidos da América na mesma cronologia,²⁴⁶ não deixa de revelar por parte da *Canada Dry* um considerável investimento no nosso

²³⁹ ZIECK, 2005: 62.

²⁴⁰ LOCKHART, 2010: 456.

²⁴¹ MUNSEY, 2011: 11.

²⁴² PEREIRA, 2014: 446.

²⁴³ Idem: 625.

²⁴⁴ Idem: 446.

²⁴⁵ O Vilarealense. (ver alínea b. da introdução).

²⁴⁶ MUNSEY, 2011: 27.



mercado. De facto, a partir do contrato realizado com a fábrica Imperial²⁴⁷, procurou-se abastecer todo o país, necessitando para isso de distribuidores e de retalhistas. Ilustrativo deste caso é um anúncio publicitário presente no jornal local “O Vilarealense”, que revela a existência de seis distribuidores da *Canada Dry* só na região norte, cinco no distrito de Vila Real e um no distrito de Bragança. As localidades referidas, são: Vila Real, via Lito & Filho; Chaves, via Augusto Pedro Simões; Peso da Régua, via José Gouveia Alves; Murça, via José Maria Meireles; Pinhão, via Saraiva & Filhos Lda. e por fim Mirandela, via Alfredo Maria Ferreira (figura 57)²⁴⁸. Para além da sua

Figura 56 - Garrafa *Canada Dry* de Água Tónica

variedade de produtos e capacidade distribuidora, há que referir as constantes campanhas publicitárias executadas desde a sua entrada em Portugal. Destaca-se um concurso promovido pela

marca em 1961 e que a partir de cápsulas premiadas se poderia ganhar, como primeiro prémio, uma viagem à Alemanha com alojamento de uma semana inteiramente paga, para visitar as instalações da *Canada Dry* em Offenbach. Os vencedores podiam ainda ganhar prémios no valor de até mil escudos, meia libra em ouro ou sacos de tipo avião (figura 58)²⁴⁹. Naturalmente que um concurso desta dimensão só estaria ao alcance de uma grande multinacional, que tentava no seu quarto ano em Portugal conquistar o mercado nacional. Relativamente às garrafas utilizadas no nosso país, apenas se conhecem três para esta cronologia, correspondendo estas à *Spur Cola* (figura 54), *Ginger Ale* (figura 55) e Água Tónica (figura 56). No entanto, dada a sua semelhança gráfica e morfológica com as suas congéneres americanas, é possível que as restantes seguissem a mesma linha. O percurso da *Canada Dry*



Figura 57 Anúncio publicitário da *Canda Dry*

²⁴⁷ PEREIRA, 2014: 625.

²⁴⁸ O Vilarealense. (ver alínea b. da introdução).

²⁴⁹ O Vilarealense. (ver alínea b. da introdução).

conheceu um sentido ascendente até aos finais dos anos 70, quando em 1978, no decorrer de um plano de reestruturação, a UNICER (União Cervejeira, antiga CUPF) adquiriu o polo fabril de Santa Iria da Azóia²⁵⁰. A fábrica foi então reconvertida para a produção dos refrigerantes Frisumo, tendo-se renegociado o fim dos contratos de licenciamento com a *Canada Dry*²⁵¹. A produção de refrigerantes *Canada Dry* voltaria a ser retomada em 1982, pela mesma fábrica, mas agora com um contrato mais vantajoso para a UNICER. A gama foi, no entanto, restringida a três bebidas, *Spur Cola*, *Ginger Ale* e Água Tônica, agora relegados a um segundo plano de importância dentro dos objetivos da companhia²⁵². Quanto à bebida que mais sucesso causou, pode-se talvez destacar a *Spur Cola*, cuja forma da garrafa, alongada e relevada na base, se conservou durante todo o seu tempo de comercialização em Portugal enquanto imagem icónica da *Canada Dry* (figura 54).

MAIS QUALIDADE

Beba SPUR o saboroso refresco de cola da CANADA-DRY e conheça a Alemanha (Frankfurt e as grandes fábricas CANADA-DRY em Offenbach) voando nos confortáveis aviões da

AVIANCA

Com viagens e alojamentos para Uma Semana totalmente pagos pela

CANADA-DRY

Veja sempre o interior das cápsulas de todos os refrigerantes CANADA-DRY e poderá receber prémios até Mil Escudos além de Meias Libras em ouro e sacos de tipo avião.

A palavra CANADA-DRY gravada no interior das cápsulas destes dois deliciosos refrigerantes permitir-lhes-á disputar, em condições a anunciar em breve, uma viagem à Alemanha e outra à Itália desde que apresente nos nossos escritórios, até ao dia 30 de Setembro de 1961, a cápsula que a tal o habilite

Peça em toda a parte a nova laranjada **CANADA-DRY (Fábula)** — «a brisa refrescante» de delicioso sabor e superior qualidade! **Fábula** leva-o a Roma nos gigantescos clippers a jacto da

PAN AMERICAN

Fábula oferece-lhe ainda 4 dias de estadia em Roma

Absolutamente gratis!!!

LARANADA
SPUR COLA
GINGER ALE
CREME SODA
(Beuñilha)
HI-SPOT
(Limonada)
ÁGUA TÓNICA
ANANÁS
SODA-CLUB

Melhor SABOR

Figura 58 - Anúncio publicitário da *Canda Dry*, 1961

²⁵⁰ PEREIRA, 2014: 628.

²⁵¹ Idem: 628.

²⁵² Idem: 678.

A aparente abertura do regime à entrada e fixação destas marcas no nosso país, não deve ser entendida como um total ato liberalizador. Com efeito, o Estado Novo continuava a proibir um conjunto de marcas que, por determinado motivo, eram consideradas opostas aos valores que este pretendia exacerbar. Um destes casos é o da *Coca-Cola*, cujo curto percurso em Portugal constituiu um marco incontornável da indústria de refrigerantes. Ainda que durante o Estado Novo o percurso da *Coca-Cola* represente, na prática, uma história de ausência, são de assinalar as suas tentativas de introdução no nosso mercado e os supostos motivos da sua proibição. O seu início encontra-se envolto em incógnita, sendo difícil discernir a realidade factual, da lenda que se gerou em torno da bebida. Segundo Luís Pedro Martinez Moitinho de Almeida foi o seu pai o primeiro revendedor de *Coca-Cola* em Portugal, iniciando a sua atividade na década de 20. As garrafas e garrafões eram importadas diretamente dos Estados Unidos da América, apresentando já estabelecida a sua imagem icónica, e distribuídas pelos vários estabelecimentos lisboetas, de entre os quais a Pastelaria Versailles. Moitinho de Almeida revela-nos ainda que a *Coca-Cola* se vendia “a um ritmo animador”²⁵³, o que pressupunha uma receptividade ao produto por parte dos portugueses. Em 1927, o escritor Fernando Pessoa acabaria por escrever o primeiro *slogan* da *Coca-Cola* em Portugal, durante o período em que trabalhava para a agência publicitária J. Walter Thompson. A frase, que se tornaria icónica, “primeiro estranha-se, depois entranha-se”, facilitaria, porém, a proibição desta bebida no nosso país. Os motivos são difíceis de esclarecer, mas o registo oficial relaciona-os com a associação à folha de coca e por conseguinte à cocaína. O então Diretor de Saúde de Lisboa, Ricardo Jorge, atribuía o problema à suposta toxicidade do produto, dado que era extraído da mesma planta que um estupefaciente e que, como tal, não poderia ser comercializado. Segundo Moitinho de Almeida, o *slogan* de Fernando Pessoa acentuava ainda esta mesma imagem, visto descrever o processo de habituação às drogas²⁵⁴. Por outro lado,

²⁵³ Disponível em (Sobral, 2011):

<https://www.publico.pt/2011/05/08/jornal/maldita--cocacola-21979251>

Acedido a: 19/05/2020.

²⁵⁴ Idem.

se o produto não continha cocaína, o facto de se chamar *Coca-Cola*, correspondia a uma publicidade enganosa, como tal, as garrafas foram apreendidas e atiradas ao mar²⁵⁵. A questão da referência «coca» no nome da marca, parece, assim, ter tido um papel crucial para a sua proibição no nosso país. Com efeito, são conhecidas algumas marcas, sobretudo nacionais, que a partir dos anos 50 começaram a produzir refrigerantes do género «cola» e que se terão, provavelmente, inspirado na *Coca-Cola*. Destaca-se o caso da Invicta Cola, lançada no verão de 1955 pela CUF, que obteve de imediato grande sucesso de vendas. Era inicialmente comercializada em garrafa granitada e a partir de 1956, naquela que se tornaria a sua garrafa icónica, a garrafa pirogravada de 0,33cc²⁵⁶. Para além da CUF, existiam também outras empresas que comercializavam refrigerantes de «cola» (figura 59), destacando-se a Cola Fontelina, Viseu; Cola Lara, Lamego; A Sempre Vencedora Cola, Lisboa; Bi-Cola, Sesimbra; Refresco Jota Cola, Monção; Janeca Cola, Vila Nova da Barquinha; *Spur Cola* (figura 54), Santa Iria da Azóia; Cristacola, Soito, entre outras.



Figura 59 – Da esquerda para a direita: Cola Fontelina, Viseu; Cola Lara, Lamego; Bi-Cola, Sesimbra;

²⁵⁵ Disponível em (Sobral, 2011):

<https://www.publico.pt/2011/05/08/jornal/maldita--cocacola-21979251>

Acedido a: 19/05/2020.

²⁵⁶ PEREIRA, 2014: 446.

As receitas e composições não seriam naturalmente as mesmas que a da marca americana, como é o caso de A Sempre Vencedora Cola, que, tal como podemos observar no seu rótulo, utilizava uma patente da companhia alemã *Duning & Krausse*. Ainda assim, pode-se presumir que teriam um gosto de alguma forma idêntico. No entanto, a utilização do sufixo «cola» nas marcas nacionais não foi pacífica para a *Coca-Cola Company* que o contestou, sobretudo junto das grandes empresas, por terem uma maior influência comercial. Foi o caso da CUFP e que, devido a um conflito com o representante da *Coca-Cola* em Portugal, acabaria mesmo por mudar o nome da Invicta Cola para Invicta Negra. Porém, a permanência do nome «cola» noutras marcas do mercado, levou a direção da empresa a restabelecer-lhe, em dezembro de 1962, a designação original²⁵⁷. Este desentendimento com a marca americana levanta, na verdade, algumas questões, que se prendem com o seu papel efetivo em Portugal. Dado não existir *Coca-Cola* no nosso país, parece confuso que exista um representante dos seus interesses. Infelizmente não foi aventada nenhuma hipótese sólida para este caso, mas pode-se supor que estivesse relacionado com o consumo da bebida nas então colónias portuguesas. Com efeito, a *Coca-Cola* era consumida em Angola e Moçambique, chegando a estes territórios via África do Sul. Certo é que, no continente, esta bebida se manteve proibida até à queda da ditadura em 1974, momento em que se tentou uma primeira reintrodução em Portugal. A tentativa levada a cabo pelo príncipe russo Alexander Makinsky, à época representante da *Coca-Cola* na Europa, acabou, no entanto, por não surtir efeito. Segundo Luís Trindade, não terá sido o movimento revolucionário a constituir o impedimento à entrada da marca americana, mas sim o próprio período conturbado por que Portugal passava, não oferecendo garantias de estabilidade²⁵⁸. Foi apenas a 4 de julho de 1977 que a *Coca-Cola* se voltou a vender no nosso país, produzida pela Sociedade Industrial de Refrigerantes SA, com o slogan “*Coca-Cola*, a Tal”. Desde então, a Companhia *Coca-Cola* - Portugal, tem crescido,

²⁵⁷ PEREIRA, 2014: 446.

²⁵⁸ Disponível em (Sobral, 2011):

<https://www.publico.pt/2011/05/08/jornal/maldita--cocacola-21979251>

Acedido a: 20/05/2020.

aumentando a sua produção, gama de bebidas e patrocinando um conjunto de eventos na esfera pública²⁵⁹.

1.4. Terceira Fase, dos Anos 60 à Década de 90

1.4.1. Concentração das Unidades Industriais e o seu Encerramento no Final do Milénio

A partir dos finais dos anos 50, e sobretudo com a década de 60, começam a ser perceptíveis alguns sinais de mudança em Portugal e na sociedade portuguesa. Ainda que subtis, representam rasgos de modernidade num país profundamente tradicional, com baixos níveis de escolarização e qualificação profissional e economicamente assente num sistema agrícola arcaizante. O regime vigente começou, durante este período, a ser perturbado por fortes movimentos migratórios, tanto a emigração como o êxodo rural e que, juntamente com a guerra colonial²⁶⁰, o surgimento das grandes concentrações urbanas e os novos processos de industrialização, acabaram por desencadear alterações no tecido político e social. O início do Governo de Marcelo Caetano em 1968, e o início da chamada primavera marcelista, levaram também ao acelerar, apesar de ténue, do caminho de Portugal em direção ao progresso²⁶¹. Os anos 60 representaram, especialmente para as populações dos centros urbanos, um período de grande crescimento económico, com reflexos no aumento do nível de vida e na modernização, não só industrial, mas também de hábitos. É nestes últimos, com destaque para os de consumo, que se enquadra a rápida expansão do mercado de cervejas e de refrigerantes²⁶². Com efeito, as reformas industriais empreendidas nos finais dos anos 50 começaram a surtir os seus efeitos na década seguinte. Se, por um lado, existiu um número de fábricas que por falta de condições de higiene encerraram portas, por outro

²⁵⁹ Disponível em:

<https://www.cocacolaportugal.pt/conhece-nos/historia/historia-portugal/historia-coca-cola-portugal>
Acedido a: 20/05/2020.

²⁶⁰ ALMEIDA, 2011: 6.

²⁶¹ Idem: 7.

²⁶² PEREIRA, 2014: 442.

lado, muitas destas procederam a campanhas de modernização na sua estrutura produtiva. O prazo inicial de quatro anos podia, de acordo com o estado de avanço das reformas, ser prorrogado até onze de julho de 1964²⁶³. Desta forma, foi permitido às fábricas existentes uma modernização gradual e adaptada à sua capacidade económica, na perspectiva de um fabrico mais higiénico, de boa qualidade e competitivo. Outra das alternativas ao encerramento passou por uma progressiva perspectiva associativista por parte das pequenas empresas, através da sua concentração em grandes e modernas unidades fabris²⁶⁴. Destas, destaca-se a criação do Consórcio Industrial de Refrigerantes Portugueses S.A.R.L, CIREL, que congregou cinquenta e uma unidades industriais, numa nova fábrica em Linda a Pastora. A sua edificação foi iniciada a 22 de dezembro de 1961, através de uma cerimónia presidida pelo então Ministro da Economia, Ferreira Dias Júnior, o que ilustra a importância deste tipo de sociedades industriais²⁶⁵. Percurso idêntico teve a União dos Produtores de Refrigerantes de Estarreja Lda, UPREL, constituída a 8 de junho de 1962 e que aglomerou pequenas fábricas da região. Viria, curiosamente, a adquirir em 2007 a própria CIREL²⁶⁶. Outro caso foi o da constituição da Empresa Produtora de Refrigerantes Rodrigues, Irmão e Cª Lda. RICAL, em Santarém. Fundada em 1961, congregou várias indústrias de refrigerantes ribatejanas, iniciando a sua atividade na antiga fábrica Frutidor, propriedade da Rodrigues, Irmão e Cª Lda²⁶⁷. A gradual concentração destas empresas permitiu o aumento do seu capital económico e do campo de influência, tanto ao nível da capacidade produtiva, como da distribuição geográfica dos seus produtos²⁶⁸. Afirmavam-se assim como grandes indústrias plenamente modernas, que rompiam definitivamente com práticas fabris herdadas do

²⁶³ Diário do Governo n.º 84/1964, Série I de 08/04/1964: 484

²⁶⁴ PEREIRA, 2014: 319.

²⁶⁵ Idem: 442.

²⁶⁶ Disponível em:

https://uprel.pt/?page_id=13302

Acedido a: 28/05/2020.

²⁶⁷ Disponível em (Rede Regional, 2015):

<https://www.rederegional.com/index.php/economia/13764-unicer-encerra-fabrica-da-rical-em-santarem>

Acedido a: 28/05/2020.

²⁶⁸ PEREIRA, 2014: 319.

século XIX. Estas reformas não correspondiam apenas a uma mera atualização das normas higiénicas, mas faziam parte de um plano governativo de reestruturação económica bem mais ambicioso. Com efeito, o Estado Novo reconhecia o atraso do sistema agrícola e industrial português, considerando de extrema importância a modernização destes sectores²⁶⁹. Implementou para isso um conjunto de planos de fomento, o primeiro entre 1953 e 1958 e o segundo entre 1959 e 1964, que privilegiavam o desenvolvimento de uma indústria transformadora, onde se incluía a de bebidas e produtos alimentares²⁷⁰. É no decorrer deste segundo plano que Portugal passa a integrar as conversações para criação de uma zona de comércio livre industrial (ZCL), mais tarde concretizada na EFTA (European Free Trade Association), entrando assim numa nova ordem económica. A política portuguesa do “orgulhosamente sós” revelava-se cada vez mais ultrapassada, num mundo em processo de globalização. Neste sentido, e ainda que o debate político interno não fosse consensual, era reconhecida a necessidade da entrada do nosso país neste acordo, para não acentuar o fosso económico com os países europeus industrializados²⁷¹. Estes movimentos diplomáticos revelaram-se profundamente importantes, pois representam o momento de inversão na política de autossuficiência do Estado Novo²⁷². Esta ligeira abertura aos mercados externos era vista por certos membros do governo com algum otimismo, com a justificação que Portugal se encontrava dotado de várias empresas competitivas e que apresentava “uma economia desenvolvida, capaz de enfrentar a crescente concorrência”²⁷³. Efetivamente, a modernização industrial, através dos planos de fomento, e a liberalização económica, acabaram por se revelar positivas, tendo repercussões em todas as vertentes da sociedade. No caso do setor das bebidas, a sua

²⁶⁹ LEITÃO, 2004: 307/308.

²⁷⁰ Disponível em:

<http://unidcom.iade.pt/designportugal/planos-de-fomento.html>

Acedido a: 25/05/2020.

²⁷¹ LEITÃO, 2004: 291.

²⁷² Disponível em:

<http://unidcom.iade.pt/designportugal/planos-de-fomento.html>

Acedido a: 25/05/2020.

²⁷³ LEITÃO, 2004: 297.

reestruturação levou ao triplicar da produção entre os anos de 1958 e de 1962, tornando-o propício aos novos investimentos²⁷⁴. Com o lançamento, em 1965, do Plano Intercalar de Fomento, encontravam-se já bem expressos os requisitos da concorrência externa, decorrentes dos tratados comerciais em curso²⁷⁵. A introdução de marcas estrangeiras de refrigerantes no nosso país, como analisado anteriormente, é disso revelador, mostrando que o mercado nacional era apelativo para os investidores. De facto, surgiram também nesta altura alguns produtos que, não sendo propriamente refrigerantes, lhes começaram a fazer concorrência. Destacam-se os refrigerantes sintéticos que, introduzidos no nosso país pela inglesa *Royal*, correspondiam a um pó facilmente dissolvido em água²⁷⁶. Assim sendo, a modernização de toda a indústria, justificava-se, não só como um processo de desenvolvimento em si mesmo, mas também como forma de a dotar de ferramentas capazes para competirem com o mercado estrangeiro. As políticas de condicionamento e protecionismo industrial revelavam-se cada vez mais obsoletas e com a subida de Marcelo Caetano à presidência do concelho, Portugal via finalmente confirmada a internacionalização da sua economia. A indústria privada acabou por se tornar dominante na economia portuguesa, através da consolidação dos grandes grupos económicos²⁷⁷. Destaca-se o caso da CUFP que, encontrando-se já bem posicionada no mercado interno, viu o seu volume de produção crescer. As suas modernas instalações, construídas em Leça do Balio, entraram em funcionamento em março de 1964²⁷⁸, e em 1967 perspectivava-se já o aumento da unidade²⁷⁹. Com efeito, durante os finais dos anos 60, a CUFP queria apostar numa expansão da empresa, passando de uma cobertura regional para uma cobertura nacional. Em 1968, alcançava já o volume de produtivo de 50 milhões de litros de

²⁷⁴ PEREIRA, 2014: 442.

²⁷⁵ Disponível em:

<http://unidcom.iade.pt/designportugal/planos-de-fomento.html>

Acedido a: 25/05/2020.

²⁷⁶ PEREIRA, 2014: 319.

²⁷⁷ <http://unidcom.iade.pt/designportugal/planos-de-fomento.html>

Acedido a: 25/05/2020.

²⁷⁸ PEREIRA, 2015: 17.

²⁷⁹ PEREIRA, 2014: 478.

cerveja²⁸⁰. Também a SCC viria, neste período, a aumentar a sua produção, através da fusão das suas duas fábricas em Lisboa, consolidando-se como a maior produtora de cervejas do país. A inauguração da nova fábrica na Vialonga, em 1968, vinha desde logo assegurar, o abastecimento ao país inteiro, com uma produção de 110 milhões de litros de cerveja e de 21 milhões de litros de refrigerantes por ano²⁸¹. O apetrechamento industrial e o aumento da produção destas companhias, não se prendia apenas com a liberalização do consumo de cerveja. Na verdade, a abertura dos mercados passou a expor os industriais portugueses à concorrência externa, mas também à possibilidade de exportação dos seus próprios produtos, para além do comércio ultramarino²⁸².

A progressiva modernização das linhas de enchimento nas fábricas nacionais, passando de máquinas manuais ou semiautomáticas a um sistema completamente automatizado, obrigou também a uma adequação do vasilhame. A reutilização de



**Figura 60 –
Garrafa
Refrigerantes
Sumol**

garrafas avulsas passa então a ser cada vez mais difícil, pois não eram compatíveis com as modernas linhas de enchimento²⁸³. Com efeito, a partir da década de 60, as garrafas adquiriram formatos muito mais uniformes, levando à diminuição da sua variedade formal. A grande maioria das indústrias passou então a utilizar um único modelo de garrafa e que apenas variava na cor do vidro, consoante o conteúdo líquido que lhe era destinado. Não existe um nome específico para esta tipologia, mas é popularmente designada no meio colecionista como garrafa “formato Sumol”, adquirindo assim o nome da marca que mais a popularizou, a Sumol (figura 60). A utilização de vasilhame padronizado obrigou também a substituição das respetivas grades de madeira, optando-se, a partir desta altura, por grades de plástico²⁸⁴. Estas traziam vantagens a todos os níveis, destacando-se

²⁸⁰ PEREIRA, 2014: 471.

²⁸¹ SILVA, 2012: 28/29.

²⁸² Idem: 24.

²⁸³ PEREIRA, 2014: 451.

²⁸⁴ Idem: 453.

primeiramente a ausência de manutenção, o que levou à extinção dos departamentos de carpintaria que, por vezes, as fábricas possuíam²⁸⁵. Refira-se ainda a rapidez de acesso a este tipo de grades, pois eram mais fáceis de obter²⁸⁶ e, por fim, a higienização das mesmas, devido à facilidade em lavá-las, ao contrário das suas congéneres em madeira. De uma forma genérica, a sua substituição correspondeu a um processo tardio. No caso da CUFP, empresa de ponta no sector das bebidas, a transição de grades de madeira para grades de plástico iniciou-se apenas em 1967²⁸⁷.

A viragem para os anos 70 acompanhou as tendências crescentes de produção e consumo, mas também a de constituição de grandes grupos económicos. Atente-se no caso da Cergal - Cervejas de Portugal, constituída a 27 de março de 1969 pelo grupo de refrigerantes Supersumus, juntamente com a espanhola cervejas Mahou e com o apoio do Banco Pinto e Sotto Mayor. A Cergal apresentava uma capacidade produtiva anual de 25 milhões de litros²⁸⁸. Outro exemplo é o da Copeja - Companhia Portuguesa de Cervejas, fundada a 2 de agosto de 1972 por António Vítor de Almeida Saraiva, com o apoio da Interbrew e da Heineken. Estas novas instalações fabris, apresentavam uma capacidade produtiva anual de 30 milhões de litros. Destaca-se ainda a Imperial, fundada em maio de 1973 por José Nunes Rodrigues e pela Refriplás - Indústrias Reunidas de Refrigerantes e Plásticos, que apresentava uma capacidade anual produtiva de 60 milhões de litros²⁸⁹. A criação destas grandes companhias de cervejas e refrigerantes responde às necessidades de um mercado em expansão, cada vez mais flexível à importação e exportação de produtos. No entanto, é preciso não esquecer que o país continuava repleto de pequenas fábricas e que, apesar de modernizadas, mantinham uma estrutura laboral familiar e de projeção regional²⁹⁰. Neste sentido, é a partir da década de 70, que se vão acentuar as assimetrias entre as grandes e as

²⁸⁵ PEREIRA, 2014: 453.

²⁸⁶ Idem: 453.

²⁸⁷ PEREIRA, 2015: 17.

²⁸⁸ SILVA, 2012: 32.

²⁸⁹ Idem: 33.

²⁹⁰ Disponível em (Tavares, 2017): <https://www.cmmangualde.pt/atividade-municipal/gabinete-gestao-do-patrimonio-cultura/o-nosso-patrimonio/>

Acedido a: 27/05/2020.

pequenas indústrias, com estas últimas revelando-se incapazes de aguentar a concorrência. Ainda assim, as pequenas empresas mantiveram os esforços de modernização como se observa num projeto datado de 22 de fevereiro de 1973, para a transformação de um antigo armazém pertença da firma José Maria Gomes e Filhos. A sua fábrica, situada na Avenida João da Cruz, em Bragança, seria transferida para um outro edifício totalmente reformado na mesma avenida, nas proximidades da estação de comboios²⁹¹. Esta mudança revela não só a preocupação em dotar a fábrica de instalações modernas, mas também de a posicionar num espaço crucial para a comercialização dos seus refrigerantes, o caminho-de-ferro. Tal como se observa na planta do edifício, a nova fábrica dispunha de uma receção, sanitários individualizados para homens e mulheres e de um grande espaço amplo para o fabrico de refrigerantes, apresentando uma extraordinária capacidade de produção de 1.921.920. garrafas durante um período de sete meses²⁹². Para além da modernização fabril, outra das estratégias das pequenas indústrias passava pela prática de uma concorrência desregulada, causando sobretudo impacto nos grandes grupos económicos. Em junho de 1971, tentou-se tabelar preços mínimos entre os fabricantes de refrigerantes e regulamentar as campanhas publicitárias, as cauções do vasilhame e as normas de descontos. No entanto, as marcas de menor projeção acabaram por nunca aderir a este acordo²⁹³.

Entre os finais dos anos 60 e durante o princípio dos anos 70, vemos surgir no nosso país, um novo tipo de vasilhame para refrigerante, a garrafa de tamanho familiar, ou de um litro. O seu aparecimento é, no entanto, profundamente tardio entre nós, existindo já em Espanha e em França pelo menos desde os anos 50²⁹⁴. É difícil compreender o motivo de tal atraso não sendo apontada até ao momento qualquer conjectura. Esta garrafa com capacidade de um litro, mimetizava as já referidas garrafas de “formato Sumol” de 0,25 cc, mas numa maior escala (figura 61). Eram formalmente

²⁹¹ Memória Descritiva e Justificativa, 15/02/1973: 1.

²⁹² Idem: 4.

²⁹³ PEREIRA, 2014: 555.

²⁹⁴ MALLÉN, 2011: 85.

diferentes das suas congéneres estrangeiras (figura 62) pois não apresentavam, em caso de abertura, um sistema fixo de selagem da garrafa para além da cápsula metálica. Caso



Figura 61 – Garrafas dos Refrigerantes Beira-Douro, Lamego.



Figura 62 – Garrafas espanholas de litro

esta não fosse inteiramente consumida e para evitar que o gás desaparecesse, era-lhe então acoplada um sistema autónomo, correspondendo este a uma tampa plástica. Apesar deste inconveniente, o uso de garrafas de litro tornou-se bastante popular, sendo adotado pela grande maioria das unidades fabris. Destacam-se como exemplos ilustrativos, os casos da CUFP e da Fábrica de Refrigerantes Condestável, que adotaram, a primeira em dezembro de 1970²⁹⁵ e a segunda em 1971²⁹⁶, o uso de garrafas de litro para laranja e para gasosa. Refira-se ainda, a Fábrica de Refrigerantes Brigantina, que as começou a produzir, a partir de 1973, mas apenas para gasosa²⁹⁷. Relativamente ao vasilhame de 0,25 cc, foi

progressivamente adquirindo um formato cónico sendo também mais comum a aplicação de um rótulo em papel. Este processo não foi homogéneo ou até total, pois muitas das marcas mantiveram-se fiéis ao rótulo pirogravado e ao “formato Sumol”. O rótulo em papel apresentava, efetivamente, vantagens relativamente à pirogravura, pois podia, em caso de necessidade, ser facilmente removido da garrafa, por razões normativas, ou caso a marca quisesse reestruturar a sua imagem. É também possível que ficasse mais barato pois resultava de uma impressão em larga escala. Consequentemente,

²⁹⁵ PEREIRA, 2014: 585.

²⁹⁶ Disponível em (Tavares, 2017): <https://www.cmmangualde.pt/atividade-municipal/gabinete-gestao-do-patrimonio-cultura/o-nosso-patrimonio/>

Acedido a: 30/05/2020.

²⁹⁷ Memória Descritiva e Justificativa, 15/02/1973: 4.

assistiu-se ao regresso, por parte de algumas marcas de menor projeção, da reutilização de garrafas avulsas. Destaca-se o caso da Fábrica de Refrigerantes Condestável, inicialmente propriedade da Sociedade Irmão Abrantes e vendida em fevereiro de 1971 a Cândido Fernandes e Arlindo Correio, encontrando-se a partir de junho desse mesmo ano sob pertença do primeiro²⁹⁸. Terá sido nesta altura, que a fábrica deixou de comercializar os seus produtos em garrafas pirogravadas, passando então a colocar-lhes um rótulo de papel. Curiosamente, reutilizou, para esse efeito, vasilhame avulso atribuível cronologicamente às décadas de 40 e 50. Por uma questão de aproximação gráfica, pode-se supor que as garrafas de rótulo São Tomé, de Angelino Pires Cúcio, Portomar, Mira e Refrigerantes Limão, de Gomes & Oliveira Lda. Viseu datem também da década de 70. Outra das inovações surgidas nesta década foi o caso das bebidas enlatadas, válida para refrigerante e para cerveja, correspondendo o mais antigo registo encontrado ao lançamento da cerveja Gama, da CUPF, em agosto de 1970²⁹⁹.



Figura 63 – Da esquerda para a direita: Garrafa dos Refrigerantes Tâmega, Chaves; Garrafa dos Refrigerantes Condestável, Abrunhosa do Mato; Garrafa dos Refrigerantes São Tomé, Mira; Garrafa dos Refrigerantes Limão, Viseu;

²⁹⁸ Disponível em (Tavares, 2017): <https://www.cmmangualde.pt/atividade-municipal/gabinete-gestao-do-patrimonio-cultural/o-nosso-patrimonio/>

Acedido a: 5/06/2020.

²⁹⁹ PEREIRA, 2014: 582.

O período conturbado do pós 25 de Abril de 1974 foi particularmente difícil para as grandes companhias industriais. No caso da SCC as instalações em Vialonga chegaram mesmo a ser tomadas em 1975 pelos trabalhadores, passando a produção para o seu controle³⁰⁰. Nesse mesmo ano, deu-se a nacionalização da banca, ficando o Estado a administrar direta ou indiretamente, um largo conjunto de indústrias, de entre as quais a de bebidas. É durante este processo, que fábricas como a CUFP, SCC, Cergal, Copeja e União Cervejeira de Portugal, juntamente como as cotas de ativistas nacionais da Empresa de Cervejas da Madeira e da Fábrica de Cervejas e Refrigerantes João Mello Abreu, Açores, são nacionalizadas³⁰¹. Por outro lado, as pequenas e médias indústrias de refrigerantes, parecem ter sido pouco afetadas pelo período revolucionário. Este fenómeno é facilmente explicado pela sua organização familiar e reduzida escala, não se justificando, por isso, tumultos laborais ou nacionalizações. Ainda assim, houve algumas que acabaram por se ressentir economicamente dos momentos conturbados



**Figura 64 –
Garrafa dos
Refrigerantes
Space, Lamego**

vividos após o 25 de Abril de 1974. Destaca-se a Fábrica de Refrigerantes Vilarealense, de Joaquim Lopes Carreira, situada estrategicamente próxima da estação de comboios de Vila Real. Segundo testemunho oral do filho do proprietário, uns meses antes desse acontecimento, a empresa havia comprado e importado nova maquinaria mais moderna. Contudo, ao chegar à fronteira de Vilar Formoso ficou retida, tendo sido posteriormente devolvida ao fabricante. Este facto provocou graves problemas económicos levando ao encerramento da fábrica já na década de 80. Esta década, correspondeu, de facto, à reta final das empresas de pequena dimensão, vindo na sua quase totalidade a encerrar nos anos 90. Regista-se, ainda assim, uma tentativa de atualização constante por parte destas unidades, tanto na reforma de maquinaria, como no investimento de uma nova imagem para os seus produtos. Destaca-

³⁰⁰ MALLÉN, 2011: 607.

³⁰¹ Idem: 608.

se a Fábrica de Refrigerantes Beira-Douro, em Lamego, com o lançamento do seu refrigerante *Space*, de lima limão, e que aplicava sobre as suas garrafas pirogravadas, um rótulo plástico com uma estética inteiramente nova (figura 64). Esta opção permitia a reutilização de vasilhame esteticamente ultrapassado e adaptá-lo a uma imagem e materiais modernos. É também durante esta altura que surgem as garrafas de plástico para águas e refrigerantes³⁰². A concorrência de mercado tornava-se cada vez maior e agravou-se sobretudo com a entrada de Portugal na Comunidade Económica Europeia em 1986. Os grandes grupos económicos tentavam monopolizar o mercado através da compra de empresas mais pequenas e aguentar assim o impacto das multinacionais que se iam progressivamente fixando no nosso país. Atente-se no caso da compra da Rical pela Unicer (antiga CUFP) em 1987 e cujo plano já vinha sendo pensado desde 1985. O objetivo passava por corrigir as lacunas de produção no sector dos refrigerantes por parte da Unicer mantendo, no entanto, a baixo custo os produtos Rical³⁰³. Com a adesão de Portugal à CEE, as pequenas unidades fabris, agora desprotegidas da concorrência externa, foram lentamente entrando em declínio, devido à liberalização da concorrência do mercado. Nesse sentido, a partir dos anos 90 iniciou-se o seu processo de encerramento. Destaquem-se a Fábrica de Refrigerantes Condestável, encerrada em 1990³⁰⁴, a Fábrica de Refrigerantes Altamira Lda., que terminou com a produção própria em fevereiro de 1992 e passou a dedicar-se à distribuição de produtos Unicer³⁰⁵, e a Fábrica de Refrigerantes Cristalina, encerrada em 1993³⁰⁶. Terminava assim, com o virar do milénio, o percurso das pequenas unidades fabris de refrigerantes, produtos de um paradigma político, social e económico já ultrapassado.

³⁰² PEREIRA, 2014: 643.

³⁰³ Idem: 645.

³⁰⁴ Disponível em (Tavares, 2017):

<https://www.cmmangualde.pt/atividade-municipal/gabinete-gestao-do-patrimonio-cultura/o-nosso-patrimonio/>

Acedido a: 18/06/2020.

³⁰⁵ Ver Apêndice 2, Documento 4.

³⁰⁶ Disponível em (Lages, 2010):

<https://capeiaarraiana.pt/2010/07/05/refrigerantes-cristalina-1971/>

Acedido a: 18/06/2020.

2. Forma e Grafismo, Análise de Design das Embalagens

2.1. A Garrafa, Função e Forma

Até ao momento, foram vários os termos utilizados para nos referirmos a «garrafa». No entanto, atentando à sua definição, enquanto “vasilha bojuda de gargalo comprido e estreito, destinada a líquidos”³⁰⁷, facilmente se verifica que este termo não engloba todos os seus componentes físicos. Atente-se então à definição de «embalagem» que, segundo Cátia Esteves, é “o conjunto de elementos materiais que, sem fazer parte do próprio produto, são vendidos com ele, com o fim de permitir ou facilitar a sua projeção, transporte, armazenamento, identificação e utilização pelos consumidores”³⁰⁸. Neste sentido, pode-se considerar a «embalagem» de vidro como o termo mais agregador, pois engloba todos os elementos que vão para além do líquido, como a cápsula, o rótulo e a própria garrafa. Estes componentes são integralmente utilizados na persuasão do consumidor, e cuja versatilidade foi, como veremos, largamente explorada em Portugal durante o século XX. Segundo Cátia Esteves, e de acordo com uma perspetiva visual, as embalagens podem ser descritas através de quatro parâmetros, sendo estes a cor, o material, a forma e o rótulo³⁰⁹. Será essencialmente sobre este último que incide o presente capítulo, pois é aqui que surge uma maior profusão de elementos gráficos. Ainda assim, reservou-se este subcapítulo para a análise dos três parâmetros anteriores, que se concretizam no objeto da garrafa.

Até aqui, elencou-se o percurso evolutivo do aspeto formal das garrafas de refrigerante utilizadas no nosso país, primeiro para as gasosas e limonadas gasosas e depois para as laranjadas e sumos. No entanto, enquanto os modelos anteriormente citados eram universalmente adotados em todo o território nacional continental, havia alguns que se restringiam a regiões circunscritas. Destacam-se os «potes»³¹⁰ e as

³⁰⁷ Disponível em:

<https://dicionario.priberam.org/garrafa>

Acedido a: 18/06/2020.

³⁰⁸ ESTEVES, 2012: 40.

³⁰⁹ Idem: 40.

³¹⁰ Ver Apêndice 3.

«jarrinhas»³¹¹, também designadas por «bilhas». Esta nomenclatura, apesar de não corresponder a uma terminologia oficial, é comumente aceite no universo do colecionismo, tendo sido possivelmente nele gerada. No primeiro caso, os potes eram garrafas baixas e de volumetria bojuda no seu corpo, cujo vidro podia ser verde, castanho ou neutro. A sua designação parece ter tido origem numa tipologia de garrafas de vinho do Porto sendo estas conhecidas pelo mesmo nome e apresentando a mesma forma³¹². Os potes, segundo conseguimos identificar até ao momento, eram fabricados pelas companhias vidreiras SB (Santos Barosa), RG (Ricardo Gallo) e Sidror, iniciais ou nomes presentes na sua base, desconhecendo-se, até ao momento, outros fabricantes. O conteúdo que lhes era destinado correspondia a laranjada ou gasosa, consoante o tipo de vidro, geralmente, verde ou castanho para as laranjadas e vidro neutro para as gasosas, não constituindo, no entanto, uma regra. Este modelo distribuía-se de forma quase restrita pela zona das Beiras, tanto interior como litoral, no entanto, foram também encontrados casos pontuais na Estremadura, Ribatejo e Alentejo³¹³. As jarrinhas são garrafas de altura padrão, alargam no sopé do gargalo e voltam a estreitar progressivamente até à base, como um cone invertido. Segundo conseguimos apurar através das iniciais presentes na sua base, as jarrinhas eram fabricadas pelas companhias vidreiras SB (Santos Barosa) e RG (Ricardo Gallo), desconhecendo-se, à semelhança dos potes, outros fabricantes. O vidro, muito fino, é sempre verde ou castanho sendo por isso apenas destinadas a laranjadas. Relativamente à sua geografia de distribuição, esta restringe-se à zona das Beiras, tanto interior como litoral, Estremadura e Baixo Alentejo³¹⁴. Também a cronologia de ambas deve situar-se entre as décadas de 40 e 50 do século XX, não ultrapassando, à partida, os anos 60. Apesar de se registar a comercialização de ambos os modelos na década de 70³¹⁵, estas

³¹¹ Ver Apêndice 3.

³¹² BARATA, 2009: 99.

³¹³ Ver Apêndice 3.

³¹⁴ Idem.

³¹⁵ Disponível em (Tavares, 2017):

<https://www.cmmangualde.pt/atividade-municipal/gabinete-gestao-do-patrimonio-cultura/o-nosso-patrimonio/>

Acedido a: 25/06/2020.

correspondem a reutilizações de garrafas já descontinuadas. A circunscrição geográfica destes dois tipos de garrafa, corresponde a um fenómeno curioso, no entanto, não nos foi possível encontrar uma justificação.

Outro dos modelos já anteriormente citados é a garrafa em alto-relevo, destinadas apenas a laranjadas e limonadas. O seu *design* constitui sem dúvida o mais elaborado da amostra analisada, chegando mesmo a ultrapassar os limites da funcionalidade, através da adoção de garrafas pouco ou nada ergonómicas. Tinham como objetivo aproximar-se à imagem de uma laranja ou de um limão, associando assim o *design* de uma garrafa visualmente apelativa com a ideia, ainda que subentendida, de um produto de origem natural. Esta solução plástica poderia partir de uma base modesta, através da simples mimetização da rugosidade característica da casca do fruto (figura 66), até mesmo à reprodução total dos seus gomos ou folhas (figura 65). Destaque-se como expoente desta prática a garrafa em alto-relevo dos Refrigerantes Polo, Belmonte (figura 67), que reproduz, com considerável precisão, uma laranja pousada sobre um cesto de vime. Esta ideia podia ser ainda acentuada pelas próprias características físicas do vidro empregue. Com efeito, as garrafas em alto-relevo eram fabricadas, quase em exclusivo, em vidro neutro, o que permitia observar o seu conteúdo de aparência alaranjada ou



**Figura 66 –
Garrafa
granitada**



**Figura 65 – Garrafa
granitada com gomos**

amarelada, consoante os corantes utilizados. Pode-se então supor que as características protetoras do vidro verde ou acastanhado fossem relegadas para um segundo plano, em detrimento de uma melhor comunicação visual do produto, uma laranja ou limão de vidro, que apresentava de facto as suas cores “naturais”. Ainda assim, registam-se alguns exemplares em vidro verde ou acastanhado, destacando-se as garrafas dos Refrigerantes Santa Rita (figura 68) e dos Refrigerantes Lusita, Coimbra (figura 69), respetivamente. É possível que a matriz formal de muitas destas garrafas no nosso país advenha da icónica garrafa da *Naranjina* (figura

48), com efeito, o seu formato, mais tarde simplificado, como vimos, na Laranjina C (figura 46), é idêntico ao de muitas outras garrafas de produção nacional. De aparência ovalada, representando uma laranja, apresenta no seu eixo vertical uma superfície plana em forma de folha, onde seria posteriormente colocado o rótulo. Este característico elemento, para além da própria forma da garrafa, parece ter sido replicado no exemplar não identificado da figura 70, cujo fabricante infelizmente se desconhece. Refiram-se ainda os casos da garrafa Laranjada São Marçal, Outorela (figura 71), Laranjada Indústrias Cristina, Portimão (figura 72) e da fábrica José Marreiros Freire (figura 73) que, apesar de não serem cópias exatas, podem eventualmente corresponder a variações formais desta mesma matriz. Outra das opções formais empregues nas garrafas em alto-relevo, passava pelo seu facetamento, assemelhando-se a garrafas lapidadas. Naturalmente que este processo era obtido a partir de molde e não de uma lapidação efetiva, ainda assim, é de registar esta cisão formal com as garrafas anteriormente citadas. Com efeito, enquanto estas últimas mimetizavam aspetos dos frutos cítricos, aproximando-se de uma imagem de produto natural, as garrafas lapidadas, reproduziam padrões geométricos, acercando-se de uma imagem associada ao prestígio e ao luxo, a que não eram alheios alguns elementos classicizantes. Destacam-se alguns exemplos, como a garrafa dos refrigerantes Sepol, Guarda (figura 74) e que parece ir buscar referência às garrafas lapidadas de vinho do Porto (figura 75)³¹⁶. A garrafa dos refrigerantes Casa Ideal, Lisboa (figura 76), que apresenta um *design* facetado no seu todo, com um medalhão oval inscrito ao centro. Refira-se ainda a garrafa dos refrigerantes A Sempre Vencedora, Lisboa (figura 77) que apresenta um intrincado programa decorativo em pontas de diamante. Através dos exemplos referidos, facilmente se depreende que as garrafas em alto-relevo eram as de mais dispendiosa criação. Enquanto a maioria do vasilhame era selecionado possivelmente através de catálogo, correspondendo assim a garrafas formalmente predefinidas pela fábrica vidreira, no caso das garrafas em alto-relevo, o processo era na maioria das vezes mais complexo. Sempre que uma empresa de refrigerantes desejava personalizar uma

³¹⁶ BARATA, 2009: 99.

garrafa, era necessário encomendar à fábrica vidreira um molde inteiramente novo para a sua produção. Observe-se o caso da CUFP e da sua garrafa granitada, que apesar de se desconhecer o seu custo à fábrica vidreira, possui-se o registo da sua criação gráfica (figura 78)³¹⁷. Os exemplos de encomenda são particularmente evidentes aquando da introdução no molde do nome das empresas de refrigerante que as comercializavam. Destaca-se a título ilustrativo a garrafa em alto-relevo dos Refrigerantes Simon, de Vila Real de Santo António (figura 79) que apresenta na base o nome da empresa. O mesmo sucede com a garrafa dos Refrigerantes O Melhor, Tavira (figura 80) e com a já referida garrafa das Indústrias Cristina, Portimão (figura 72). Este processo identificativo a partir do molde, não era o único, sendo frequentemente aplicado na garrafa um rótulo de papel ou pirogravado. Ainda assim, a colocação do nome da marca no próprio vidro, atesta um sentido de propriedade muito mais perene, facilitando também a associação de uma forma a uma marca. De facto, as garrafas em alto-relevo não se limitavam a reproduzir aspetos formais dos frutos cítricos ou motivos geométricos, mas pretendiam, através destes, criar uma imagem de marca facilmente reconhecível em qualquer parte. Se atentarmos no exemplo da *Coca-Cola* e nas instruções desta companhia para a criação da sua icónica garrafa, esta explicação torna-se particularmente evidente.

*Precisamos de uma garrafa que as pessoas reconheçam como uma garrafa Coca-Cola, mesmo quando a estiverem a sentir no escuro. A garrafa Coca-Cola tem de ter uma forma tal que, mesmo se partida, tem de ser reconhecível de relance*³¹⁸.

Neste sentido, as características formais das garrafas em alto-relevo não serviam apenas de base física para a colocação de elementos gráficos, independentemente de estes serem em papel ou pirogravados, mas desempenhavam uma função, igualmente importante, na promoção e identificação do produto. De facto, revelaram-se cruciais na afirmação e na consolidação da imagem das marcas que representavam tendo, nos casos de sucesso, granjeado imitações por parte de empresas de segunda linha.

³¹⁷ PEREIRA, 2014: 276.

³¹⁸ Disponível em (Coelho, 2015):

<https://observador.pt/2015/07/28/a-garrafa-da-coca-cola-faz-100-anos-mas-ainda-esta-aqui-para-as-curvas/>

Acedido a: 01/07/2020.

Destaque-se a já referida garrafa da figura 70 e a garrafa de Laranjina C (figura 46), que apresenta algumas das suas características formais rigorosamente copiadas. Outro dos exemplos é referente à própria garrafa de *Coca-Cola*, que é reproduzida pela empresa Sabuga, de Sintra (figura 81). Este caso é particularmente flagrante, pois a garrafa apresenta inscrita na sua base o nome da companhia que a reproduziu. Ainda a título de exemplo, destaca-se a garrafa granitada da CUFP, para a qual, apesar de se desconhecer os seus imitadores, existe um registo dos processos judiciais contra eles movidos³¹⁹. As garrafas em alto-relevo representaram assim, no nosso país, uma primeira tentativa de associar uma tipologia formal a uma marca, beneficiando de uma ideia implícita de produto natural. A sua mais comum cronologia de utilização, deve enquadrar-se nos anos 30 e 40 do século XX, não tendo, no entanto, sido abandonadas depois disso.

2.2. O Rótulo na Indústria Portuguesa de Refrigerantes

Num primeiro momento, os rótulos surgiram como forma exclusiva de diferenciar produtos, perspetiva que ainda se mantém na linguagem vernacular³²⁰. Rotular alguém corresponde à sua catalogação segundo parâmetros de avaliação pré-definidos revelando-se como uma transposição de conceitos do universo das embalagens para o universo social. Através deste pequeno exemplo podemos facilmente compreender a primeira função de um rótulo, ser o elemento identificador de um «produto», dos seus componentes e das suas características. A este papel, acresce a sua capacidade de criação e de definição de «marca», através da introdução na sua estrutura visual de elementos gráficos. De facto, acaba por entrar para a esfera da publicidade ao socorrer-se de estratégias por esta utilizadas, pois estimulavam o consumidor para o consumir³²¹. O rótulo transforma-se assim num meio de

³¹⁹ PEREIRA, 2014: 282.

³²⁰ ESTEVES, 2012: 40.

³²¹ Idem: 45.

comunicação fundamental do produto comercializado, sendo o seu *design* estético cada vez mais cuidado e obedecendo a modelos contemporâneos de *marketing*³²².

O caso português de refrigerantes revelou-se, sobretudo até aos anos 50, profundamente assimétrico no tipo de importância atribuída às estratégias de *marketing* utilizadas nas suas embalagens. Se por um lado encontramos empresas que se preocupavam com a embalagem enquanto elemento íntegro, recorde-se, que existiam outras que, para economizarem no vasilhame, reutilizavam garrafas avulsas. Nestes casos, a imagem da marca acabava por ser unicamente definida pelo próprio rótulo, pois abdicavam dos valores formais e persuasivos da garrafa favorecendo uma perspetiva económica de mais rápido retorno. O rótulo passava então a desempenhar um papel preponderante, pois era o único elemento que permitia a identificação da marca. Estas assimetrias, encontram-se também patentes na sua anatomia, quer respeite o suporte ou o grafismo. No primeiro caso observou-se uma transição, apesar de nunca total, dos rótulos em suporte papel para rótulos pirogravados, mais dispendiosos, mas também mais perenes. Desta forma, fazia-se uma diferenciação entre as companhias com maior poder de investimento, as que pirogravavam o seu vasilhame, e as de menor, as que continuavam a optar pelo suporte papel. Esta mudança física acarretou alterações na própria delimitação dos rótulos, permitindo uma maior liberdade de contorno. Com efeito, os limites dos rótulos em papel, encontravam-se muito mais definidos pelo seu suporte do que os obtidos por meio de pirogravura, tendo de seguir formatos preestabelecidos. Também o seu grafismo acabava por ficar circunscrito aos limites físicos do papel onde era impresso. Veja-se como exemplo, os rótulos dos refrigerantes Hermínios, Gouveia (figura 82), Gasosa Limão, Porto (figura 83) Pirolito Golfinho, Lamego (figura 84) e da Laranjada Romaria, Porto (figura 35), que apesar de graficamente distintos, ostentam todos a mesma forma e dimensão. Por outro lado, os rótulos pirogravados, como são diretamente impressos sobre o vidro do vasilhame, apresentam contornos mais elaborados, através da utilização de formas que, com outros suportes, não seriam possíveis. De facto, exploram o cheio e o vazio da

³²² ESTEVES, 2012: 40.

garrafa, permitindo jogos de cores com o próprio conteúdo líquido. Contribuem assim, para tornar rótulo e garrafa em elementos cada vez mais indissociáveis na sua compreensão visual. Destaca-se, a título de exemplo, o rótulo dos Refrigerantes Camor, Aveiro (figura 85), da Limonada Fontinha, Alfarelos Gare (figura 86), dos Refrigerantes Baia, Barquinha (figura 87) e dos Refrigerantes Capela, Barquinha (figura 88).

No que respeita ao seu grafismo, os rótulos apresentam diferentes complexidades, podendo ser mais ou menos elaborados. Com efeito, encontraram-se alguns rótulos, tanto em suporte papel como pirogravados, graficamente bastante rudimentares. São exemplos os rótulos em papel da Fábrica da Quintinha (figura 89), dos Refrigerantes Anicato Couto, Espinho (figura 90) e dos Refrigerantes da Quinta da Fontinha, Alfarelos Gare (figura 91) e os rótulos pirogravados dos Refrigerantes Camor, Aveiro (figura 92) e dos Refrigerantes Fraga, São Miguel de Poiares (figura 93). Nos dois primeiros casos, pode-se apontar a natureza da bebida comercializada como justificação da pobreza de *design*. Como o pirolito correspondia ao produto mais económico que as fábricas produziam, é natural que o esforço gráfico fosse canalizado para as gamas de bebidas mais prestigiadas. Infelizmente, não se conhecem outros rótulos destas fábricas que possam servir de exemplos comparativos. Nos restantes casos enunciados, pode-se justificar por corresponderem a modelos mais antigos dessas mesmas marcas, tendo nas décadas seguintes, consolidado a sua imagem com um *design* mais elaborado. Refira-se, para comparação, os seguintes rótulos (figura 94), (figura 85) e (figura 95) respetivamente.

Apesar dos exemplos descritos, era frequente, as marcas optarem por rótulos de grafismo ou *design* elaborado, por corresponderem a elementos visualmente apelativos na captação do consumidor. A maioria dos casos analisados apresenta uma grande profusão gráfica, onde chegam a coexistir, numa mesma imagem, vários elementos visuais, ocasionalmente, de universos distintos. A natureza destes elementos e o tipo de recursos gráficos utilizados variam segundo a cronologia onde se inserem, dispostos a partir de uma análise que, nem sempre, é fácil de executar. De facto, a fraca adesão às novas linguagens estéticas e a sua utilização, por vezes, anacrónica, dificulta o processo de investigação. Como exemplos desta prática, destacam-se, sobretudo, os rótulos de

águas minerais ou gaseificadas e de cerveja, notando-se, até um momento bastante tardio, o recurso a gramáticas já então ultrapassadas. Observe-se o rótulo das Águas Minero-Medicinais de Melgaço, datado de 1959 (figura 96), onde se destacam as cartelas, a letra de forma e os demais motivos *art nouveau* que uniformizam os vários elementos gráficos. Também no rótulo de cerveja preta da Portugália se observa um caso semelhante, sendo este datado de 1944 (figura 97). A abundância da linha curva e do ondulamento, com especial destaque para a base do rótulo, onde umas estilizadas espigas e a caligrafia nos remetem novamente para a *art nouveau*. Independentemente de se poderem considerar soluções plásticas afastadas do seu tempo, a justificação pode-se prender com a natureza das bebidas às quais os rótulos se destinavam e, como tal, ao tipo de público que pretendiam captar. Com efeito, tanto as águas como as cervejas filiavam-se em imagens de prestígio um pouco diferentes do pretendido pelos refrigerantes. As águas minerais procuravam assim a evocação requintada do universo termal higienista e medicinal, muito vincado nos finais do século XIX e princípios do século XX³²³. Relativamente à cerveja, recorde-se que a sua liberalização ainda não tinha ocorrido³²⁴, optando-se então por um design que, apesar de aparentemente ultrapassado, corresponde tradicionalmente a um gosto das elites³²⁵. A sua nobilitação era ainda alicerçada pela medalhística ganha nas exposições nacionais e internacionais, tradutoras de uma identidade sólida e credível³²⁶. No que respeita aos refrigerantes, os anacronismos estéticos parecem tornar-se menos recorrentes, talvez por responderem a outro tipo de estímulos que não se focam na tradição, elitismo ou qualidade medicinal como forma de conferir prestígio ao produto. É então possível esboçar uma análise diacrónica para os rótulos de refrigerante a partir de alguns casos particulares. A *art nouveau* é praticamente inexistente, limitando-se a esporádicos apontamentos gráficos, como o presente no rótulo de 1921³²⁷ da Laranjada Invicta, Porto (figura 28). O rótulo da Limonada Gasosa Jansen, Lisboa (figura 98) é, possivelmente, o mais antigo dos

³²³ BARATA, 2009: 76.

³²⁴ CASCÃO, 2011: 70.

³²⁵ BARATA, 2009: 80.

³²⁶ ESTEVES, 2012: 47.

³²⁷ PEREIRA, 2015: 10.

analisados com esta gramática, ainda muito presa a valores oitocentistas. O rótulo de Guaraná Bussaco, Luso (figura 99), expressa já uma maior fluidez formal, característica da *art nouveau*. Atente-se, porém, na letra de forma da palavra “Bussaco” que parece aproximar-se de um geometrismo próprio da *art Decô*. Dada a antiguidade destes rótulos e o facto de serem perecíveis, é difícil entender se a estética *art nouveau* teve uma maior representação. Também o universo formal da *art Decô* se encontra praticamente ausente. De facto, no que respeita ao design e às artes decorativas, os anos 20 foram de grande insipiência, muito presos aos valores estéticos historicistas e ecléticos³²⁸. Por outro lado, durante os anos 30, estavam já em voga novas contaminações, como a do modernismo de aspiração internacional³²⁹. Neste sentido, os rótulos de refrigerante desta década, caminhavam para uma progressiva simplificação e geometrização formal, acompanhando as correntes estéticas, sem, no entanto, se inserirem em nenhuma delas. Destacam-se os rótulos da Laranjada Invicta, Porto, de 1932³³⁰ (figura 100), onde se observa uma sobreposição de figuras geométricas articuladas com as letras de forma. Nesta linha temos também o rótulo dos Refrigerantes Golfinho, Lamego (figura 101), datável a partir de um cartaz (figura 111), de 1946. Por último, apresenta-se o rótulo, já pirogravado, dos Refrigerantes Regina, Viseu (figura 102), ainda mais estilizado. No entanto, os rótulos de refrigerante parecem ter sido pouco permeáveis às novas linguagens estéticas, optando por gramáticas mais tradicionais ou pouco expressivas dos movimentos internacionais.

Para além das correntes estéticas, também o eixo temático dos rótulos é fruto da época em que se inserem, obedecendo a estratégias e a práticas diferenciadas de representação. A sua natureza e inspiração são bastante variáveis, podendo traçar-se um conjunto de seis eixos temáticos principais por nós elencados e que resultam da análise deste *corpus*. Os rótulos podiam conter:

- Elementos pré-definidos presentes nas matrizes litográficas ou de pirogravação;

³²⁸ SANTOS, 2015: 13.

³²⁹ Idem: 49.

³³⁰ PEREIRA, 2014: 254.

- Cópias parciais da imagem de marcas mais fortes ou credíveis;
- Utilizações recorrentes de elementos naturais como forma de estabelecer um vínculo de confiança entre produto e o consumidor;
- Interpretações iconográficas da figura feminina;
- Escolha de símbolos regionais para assumirem o papel de imagem das próprias marcas;
- Expressões de religiosidade popular no seu *design*;

Para além desta proposta organizativa, muitos foram os rótulos analisados para os quais não foi possível encontrar um grupo representativo, ficando assim excluídos deste estudo por não ser praticável uma análise individual.

2.2.1. O Papel das Oficinas Litográficas e de Pirogravação

Um dos percursos chave para a criação de um rótulo, seja ele em suporte papel ou por meio de pirogravura, passa, obrigatoriamente, pela sua impressão ou gravação. Este processo vem acrescentar um novo elemento, até aqui não abordado, na construção da imagem gráfica das embalagens, as tipografias e as oficinas litográficas. De facto, o desenvolvimento das técnicas de impressão a cores, sobretudo através da litografia, potenciou o progresso das artes gráficas, que passaram a dispor de um suporte acessível de difusão³³¹. No nosso país, a modernização e expansão das tipografias ocorreu durante a viragem do século XIX para o século XX, através do investimento em novas maquinarias e de uma contínua, mas lenta, profissionalização do sector³³². Rapidamente se adotaram as artes gráficas como ferramenta publicitária, principalmente quando articuladas com empresas desse mesmo ramo, dado que, também estas últimas eram uma atividade em ascensão³³³. Destaque-se a criação, em 1914, da Empresa Técnica Publicitaria do Porto, por Raul de Caldevilla, que se associou à Empresa Gráfica do Bolhão para atingir a independência tecnológica da sua produção³³⁴. A conceção gráfica

³³¹ ESTEVES, 2012: 45.

³³² BÁRTOLO, 2015: 76.

³³³ FRAGOSO, 2010: 280.

³³⁴ SOUTO, 2015: 39.

destes produtos ficava a cargo de artistas ou de ateliers artísticos que podiam trabalhar para as agências publicitárias³³⁵, ou sob encomenda direta das próprias oficinas litográficas³³⁶. Os trabalhos que daí resultavam eram então, já no meio oficial, interpretados e transferidos para a pedra de litografia pelo desenhador-litógrafo. Esta classe profissional, sem formação artística, mas de grande habilidade, estava encarregue, aquando da ausência de artistas ou dos seus originais, da própria conceção criativa dos trabalhos. “Era o próprio que improvisava e executava na litografia toda a qualidade de pequenos trabalhos gráficos para fornecer às empresas e demais clientes (...) de «olhar pouco educado»”³³⁷. Naturalmente, que para a maioria das indústrias do sector dos refrigerantes, a contratação de uma agência publicitária ou de artistas para a criação da sua imagem de marca e da conceção formal dos rótulos seria algo de difícil acesso. Neste sentido, é provável que recorressem ao trabalho direto de desenhadores-litógrafos ou de matrizes litográficas presentes nas oficinas. Estas pedras de dimensão variável serviam de repositório visual, podendo ser utilizadas, sempre que uma nova encomenda gráfica fosse solicitada por um cliente. Podiam apresentar uma extensa base de componentes visuais pré-definidos, desde letras de forma, passando por gramáticas decorativas, até representações tipo, que eram então copiados para uma outra pedra destinada à impressão definitiva. No entanto, a grande dificuldade que existia em arranjar novas matrizes litográficas, obrigava à sua constante reutilização. Neste sentido, e sempre que os motivos gráficos nela presentes se tornavam obsoletos para futuras impressões, a pedra era desgastada na sua superfície, eliminando-os³³⁸. Segundo Agra, Campelo e Torres, era também prática comum no Brasil, a sua compra e venda, entre as litografias mais bem-sucedidas e outras que se encontravam em situação de falência³³⁹. Coloca-se então a hipótese de poder suceder o mesmo em Portugal. Observe-se o exemplo do rótulo da Cerveja de Luxo Imperial, fabricado pela Companhia de Cervejas Estrela, Lisboa (figura 103), cuja matriz litográfica (figura 104),

³³⁵ PEREIRA, 2014: 40.

³³⁶ BARATA, 2009: 84.

³³⁷ FRAGOSO, 2010: 104.

³³⁸ CARVALHO, 2016: 78.

³³⁹ AGRA; CAMPELLO; TORRES, 2010: s.p.

pertencia curiosamente a uma empresa portuense³⁴⁰. No entanto, desconhecemos se corresponde a uma encomenda da companhia lisboeta à gráfica nortenha, ou se esta última a adquiriu, em determinada altura, a uma outra em estado de falência. De facto, vemos surgir, com alguma frequência, elementos gráficos que, apesar de não corresponderem a cópias miméticas, são possivelmente fruto de uma mesma fonte. Destacam-se os rótulos da Laranjada Fabolina, Porto (figura 105) e dos Refrigerantes Porto Sobreiro, Cadima (figura 106), que representam um copo de laranjada e uma cesta de verga bastante aproximados. Refira-se também, embora menos aproximados, o caso da Laranjada Favorita, Porto (figura 107) e dos Refrigerantes Bussaco, Luso (figura 108), que apresentam composição semelhante nos ramos de laranjeira envolvendo um copo. Por último, e já de uma cronologia posterior, destaca a Limonada Gasosa das Caeiras, Beja (figura 109), e os Refrigerantes Baiana, Belmonte (figura 110), que partilham de um motivo linear muito semelhante. A seleção dos elementos descritos podia ser feita pelo próprio proprietário da fábrica de refrigerantes ou conferindo livre criatividade à empresa litográfica, aos seus artistas ou desenhadores-litógrafos. Era então realizada uma montagem dos vários componentes, para a construção da imagem final.

Para além da utilização de matrizes litográficas outra das práticas comuns, passava pela inserção de imagens pré-existentes, que podiam ser retiradas das mais diversas fontes gráficas, desde postais e cartazes, a materiais relacionados com o universo cinematográfico, ou até mesmo de outras publicidades, e depois adaptadas ao efeito pretendido. Destaca-se, como exemplo paradigmático, o cartaz dos Refrigerantes Golfinho, Lamego (figura 111), datado de 1946, que copia parcialmente uma publicidade americana da *Coca-Cola*, datada de 1938 (figura 112). Este caso é revelador da capacidade de circulação das imagens num curto espaço temporal, mesmo que a sua origem seja a de uma bebida que não conhecia distribuição no país, o que facilitava o processo, ao dissociar a imagem da sua origem. Refira-se também o exemplo dos refrigerantes Imperial, Tabuaço (figura 148), mas cujo caso, será analisado no capítulo “A Exploração da Figura Feminina”. Por último mencione-se o rótulo de laranjada dos

³⁴⁰ CARVALHO, 2016: 3.

Refrigerantes Foca, Grândola (figura 113) que expressa um dos mais interessantes *designs* aqui registados. Na sua composição central é apresentada a mascote da marca (uma foca) sobre uma garrafa-foguetão que se dirige para uma lua com rosto humano. Esta representação constitui uma clara referencia ao filme de Georges Méliès, *Le voyage dans la Lune* de 1902, e à celebre cena da alunagem, mimetizada na expressão da lua e sintetizada graficamente no desenho do próprio Méliès (figura 114).

É também provável que existissem modelos pré-definidos de rótulos, que seriam colocados à escolha dos proprietários fabris. São bastante frequentes os exemplos desta prática, destacando-se os rótulos da Laranjada J.A.F, Sabugal (figura 115), e da Laranjada Natural Estrela, Lisboa (figura 116). Apesar da distância geográfica entre as duas empresas e da clara diferença de escala, os seus rótulos são profundamente idênticos. As únicas alterações realizadas prendem-se com a substituição dos logótipos das firmas e nas palavras “Sabugal” e “Estrela” no topo superior do rótulo. Podemos levantar a hipótese que estas empresas tenham recorrido aos serviços da mesma oficina litográfica e que tenham escolhido o mesmo modelo de rótulo. Apesar de menos evidente, podem-se ainda destacar os rótulos da Laranjada Coimbra, produção da SCC e datado de 1935³⁴¹ (figura 117), novamente da Laranjada Estrela, datado de 1937³⁴² (figura 118), da Laranjada Natural Leão, Madeira (figura 119) e da Laranjada Lusita, Coimbra (figura 120). Nos dois primeiros casos, e visto que a Companhia de Cervejas Estrela integrava a SCC desde 1934³⁴³, é possível que tenham utilizado os mesmos serviços oficiais. Quanto à Laranjada Natural Leão e à Laranjada Lusita, mais afastado graficamente, sobretudo o último, correspondem provavelmente a reinterpretações desses mesmos rótulos ou diretamente da sua matriz. Outro exemplo, já de uma cronologia posterior, é o caso dos refrigerantes Trasmontana, Vila Real (figura 121) e dos refrigerantes Primavera, Horta, Açores (figura 122), que ilustram novamente o mesmo modelo de rótulo. Refira-se ainda o caso da Gasosa Bussaco, Luso (figura 123) e da Gasosa Provir, Viseu (figura 124), que replicam a mesma composição gráfica, apenas com a substituição do nome da marca,

³⁴¹ ESTEVES, 2012: 11.

³⁴² Idem: 48.

³⁴³ SILVA, 2012: 9.

da localidade e do número de telefone. Por último, destacam-se as marcas Raiana, Idanha-a-Nova; Delta, Castelo Branco (figura 125); Bispo, Mira Daire (figura 126) e Frutágua, Rio Maior (figura 127), cujos rótulos possuíam estruturas gráficas idênticas, apenas com a mudança da localidade e do nome da marca. Estes casos revelam que as empresas que pirogravavam as garrafas utilizavam, elas próprias, algum reportório gráfico semelhante às matrizes litográficas, não sendo por isso uma prática exclusiva das empresas de litografia.

2.2.2. A Cópia Parcial da Imagem de Marcas mais Fortes ou Credíveis

As estratégias de autopromoção das marcas, sejam elas de refrigerante ou de qualquer outro produto, revestem-se, por vezes, de aspetos que se poderiam considerar desonestos. De facto, muitas das indústrias de refrigerante utilizaram a cópia parcial da imagem de marca ou de produto de outras companhias mais famosas e acreditadas. Esta prática tem como objetivo confundir o consumidor, sem, no entanto, cair em erros grosseiros de mimetismo, procurando assim evitar processos legais de violação de marca registada. Ao aproximarem-se da imagem de marcas mais preponderantes, estas firmas induzem, propositadamente, o consumidor em erro, levando-o a acreditar que estaria a comprar o produto dito «original». Segundo conceitos atuais, esta prática poder-se-ia classificar como contrafação, pois corresponde ao “ato ou efeito de contrafazer, de reproduzir ou imitar fraudulentamente uma coisa, em prejuízo do autor ou do inventor”³⁴⁴. Atentando a esta classificação e relacionando-a com os exemplos referidos no ponto anterior, note-se que estes se regem por valores distintos. Com efeito e observando novamente os casos da Laranjada J.A.F, Sabugal (figura 140), e da Laranjada Natural Estrela, Lisboa (figura 142) presume-se que estes rótulos sejam fruto de uma mesma matriz gráfica. Por outro lado, no presente ponto, a distinção reside na «intenção». Em síntese, a apropriação ou cópia intencional de rótulos e símbolos, facilmente reconhecíveis como pertença de outras marcas, perpetuando uma prática de

³⁴⁴Disponível em:

<https://dicionario.priberam.org/contrafa%C3%A7%C3%A3o>

Acedido a: 23/08/2020.

concorrência desleal. Apesar da maioria destes produtos não constituírem cópias exatas, as empresas que os produziam, eram, com frequência, alvo de processos litigiosos e ações judiciais. Um dos casos mais flagrantes, e mais bem documentado, refere-se ao processo movido pela CUFP contra a Frutex, ambas sediadas no Porto. Esta última foi acusada de reproduzir a garrafa pirogravada da CUFP, lançada em 1957, de forma “flagrante e sem disfarce”³⁴⁵ (figura 128), tanto no modelo de garrafa como no rótulo. Com efeito, a garrafa da Frutex (figura 129), quando comparada com a da CUFP, apresenta semelhante estrutura gráfica, cromática e formal. Num primeiro momento, a CUFP tentou uma abordagem conciliadora, mas que acabou por ser recusada pela Frutex, culminando assim numa ação judicial que levou ao arrestar das suas garrafas e ao pagamento de uma indemnização³⁴⁶. Outro dos casos apresentados, mas que resultou numa solução pacífica, envolveu novamente a CUFP e a empresa do sector químico, a Companhia União Fabril do Barreiro, desta vez com a CUFP a ter de encontrar uma solução, devido à semelhança entre o nome de ambas³⁴⁷. Efetivamente, este tipo de processos era profundamente desgastante para as empresas, pelo que se dava habitualmente preferência à conciliação. A dificuldade existente em encontrar provas conclusivas do exercício de fraude e do plágio intelectual, expressos pelo meio da cópia, embaraçavam uma correta leitura do processo e, como tal, da própria decisão judicial³⁴⁸. Na maior parte dos casos analisados é provável que a instauração de um processo litigioso não nunca tenha vindo a ocorrer. Refira-se o exemplo da Fábrica de Refrigerantes Carreira e Filho, de Joaquim Lopes Carreira, Vila Real, e que produzia os sumos Supol (figura 130). Segundo o sócio e filho do fundador, o objetivo gráfico desta garrafa era o de se aproximar à imagem gráfica e fonética da Sumol (figura 60), que, à data, era uma das marcas de refrigerantes mais representadas no nosso país³⁴⁹. Esta imitação parcial da garrafa da Sumol não obteve, pelo que sabemos, qualquer objeção

³⁴⁵ PEREIRA, 2014: 453

³⁴⁶ Idem: 441.

³⁴⁷ Idem: 453.

³⁴⁸ Idem: 441.

³⁴⁹ Disponível em:

<http://www.sumolworld.com/pt/historia/#historicalSlide4>

Acedido a: 24/08/2020.

por parte da companhia lesada. Apesar de não termos provas documentais que o atestem, refira-se também o caso dos Refrescos Madeira Dry, Madeira (figura 131). Devido à semelhança, tanto gráfica como fonética, do seu rótulo com o rótulo da marca americana *Canada Dry* (figura 60), colocamos a hipótese de se tratar de uma tentativa intencional de aproximação. Por último, e à semelhança do exposto no caso anterior, destaca-se a Fábrica de Refrigerantes Cristalina, Soito, Sabugal, que, em data incerta dos primeiros momentos do seu funcionamento, parece ter copiado a imagem estética e caligráfica (figura 132) da empresa espanhola de *Gaseosas La Casera* (figura 133). De facto, em alguns dos potes mais antigos da Cristalina, o seu nome foi subalternizado, figurando, em pequena escala, no canto inferior esquerdo do rótulo. Por outro lado, a denominação adotada, e que surge centrada no topo, foi a de «Gasosa Caseira» (figura 134), pressupondo-se assim uma tradução direta do espanhol. Também a ilustração icónica da casa com que a marca espanhola se faz representar foi utilizada, ainda que adaptada, para figurar nas garrafas da Cristalina. Este elemento seria, aliás, utilizado até bastante tarde no quadro da evolução gráfica das garrafas desta empresa. O caso da Fábrica de Refrigerantes Cristalina é particularmente curioso, pois constitui uma apropriação de *design* de uma marca estrangeira e cuja proximidade geográfica pode ser apresentada como justificação para tal prática. A circulação, sobretudo de pessoas, entre a fronteira dos dois países permite a identificação de ambas as marcas, que seriam consumidas, tanto por portugueses, como por espanhóis. Desta forma, poderia ser mais fácil confundir o olhar do consumidor, que veria os dois produtos, não necessariamente como iguais, mas, pelo menos, como idênticos. Também no caso dos Refrigerantes Cristalina, não se conhecem ações litigiosas por parte da marca *La Casera*.

2.2.3. Laranjas e limões, o Arquétipo do natural

O meio publicitário, sempre desenvolveu estratégias de captação e de envolvimento afetivo dos consumidores, muitas das vezes, através da sugestão de imagens mentais e da sua respetiva classificação valorativa. Este método, conhecido como princípio da associação, procura a criação de um vínculo positivo entre o

consumidor e o produto comercializado, sobretudo através da comunicação visual³⁵⁰. O comprador é levado a acreditar que o produto comercializado é, de alguma forma, detentor de valores respeitáveis, como os benefícios salutareis ou a sua unicidade. Desta forma, ao adquirirmos o produto em causa, este cede-nos os valores que representa, transferindo as suas qualidades para o consumidor. Neste sentido, a publicidade, mais do que vender um produto, vende uma ilusão a quem o compra³⁵¹. Um dos percursos mais utilizados por este método, prende-se com a associação, verificável ou não, dos produtos comercializados a origem natural. De facto, a utilização de imagens naturais, geralmente representando um artigo antes da sua transformação, é uma prática recorrente no mundo publicitário, onde o consumidor é remetido para um ideário de pureza, saúde e, num universo mais atual, de sustentabilidade. Permite a identificação imediata da origem do produto vendido e, deste modo, alicerçar os laços de confiança entre este e o seu potencial comprador. No caso dos refrigerantes, esta prática corresponde a uma das mais comuns, encontrando-se presente em grande parte dos rótulos analisados. No entanto, as imagens da natureza, ou do natural, representadas nesta categoria de produtos são pouco diversificadas, centrando-se principalmente nas frutas com que os refrigerantes são produzidos. A hegemonia das laranjadas e das limonadas gasosas no mercado das bebidas gaseificadas não alcoólicas levou à utilização consecutiva da representação de laranjas e de limões, ou de imagens características deste imaginário. A justificação para tal estratégia centra-se, novamente, no tipo de valoração a que este tipo de imagética apela. De facto, as laranjas e os limões traduzem-se como ícones facilmente reconhecíveis das bebidas em questão, ainda que estas pouco tenham de natural. Apesar de os refrigerantes serem produzidos à base de concentrados de sumos e de corantes artificiais, a partir destes pequenos símbolos visuais, o consumidor estabelece de forma imediata uma relação com o espaço natural e com uma suposta origem primordial da bebida. Destacam-se como exemplos

³⁵⁰ Disponível em (Singh, 2018):

<https://mediumsandmessages.org/2017/12/10/association-principle/>

Acedido a: 02/09/2020.

³⁵¹ Idem.

ilustrativos, o caso dos Refrigerantes Camor, Aveiro (figura 135), da Laranjada Castelo, Bragança (figura 136) dos Refrigerantes Barrosa, Tábua (figura 137) e Refrigerantes Besteiros, Campo de Besteiros (figura 138), que ostentam, por vezes em correlação com outros elementos, laranjas como forma de apelar à origem natural do produto. Também no caso das limonadas gasosas, destacam-se os Refrigerantes Condestável, Abrunhosa do Mato (figura 139), a Gasosa Glacial, Setúbal (figura 140), os Refrigerantes Genial, Aveiro (figura 141) e os Refrigerantes Avenida, Santiago do Cacém (figura 142), que seguem a mesma lógica indutora. Um dos casos mais paradigmáticos, devido ao seu grafismo elaborado, encontra-se representado no rótulo dos Refrigerantes Porto Sobreiro, Cadima (figura 143), que encena uma atividade agrícola. A representação campestre, de recordação oitocentista, ainda que de uma natureza antrópica, pretende ilustrar o processo de apanha da laranja, onde o trabalhador rural se dedica com diligência à satisfação das necessidades do consumidor. Desta forma, este é emocionalmente envolvido no processo através da observação de uma ação que lhe é direcionada. A sua atenção é assim desviada da legenda presente na cercadura, que refere, de entre os restantes componentes, a utilização de extrato de laranja e de corantes artificiais, para a imagem, obtendo nesta, a garantia de que a laranjada é, de facto, natural. À medida que a indústria de refrigerantes se foi desenvolvendo, também o leque de sabores se diversificou, ampliando as representações de frutas. Destaca-se sobretudo o aparecimento de ananases e da utilização de cabazes de frutas, como se observa nos Refrigerantes Tó Sumo, Póvoa de Varzim (figura 144), nos Refrigerantes Brigantina, Bragança (figura 145) e nos Refrigerantes Sumovite, Porto (figura 146). Para além das frutas, também se encontram exemplos que apelam à qualidade e pureza das águas utilizadas. Independentemente da iconografia utilizada, todas estas estratégias visam o mesmo objetivo, envolver positivamente o consumidor, levando-o a acreditar na pureza, frescura e naturalidade das bebidas refrigerantes. Correspondem a vínculos de confiança entre este e o produto comercializado.

2.2.4. A Exploração da Figura Feminina

A exploração da figura feminina não corresponde a nenhuma novidade no meio publicitário, onde os rótulos, pela sua condição promotora, se podem enquadrar. O significado por de trás da sua representação e o que dela se pode retirar enquanto consumidor reveste-se de uma certa ambiguidade, característica da mutação constante que a posição da mulher foi ocupando. Se por um lado se observa a sua conquista social ao longo do século XX, por outro, a sua imagem sempre correspondeu a uma das representações mais adotadas e cultivadas pela publicidade, acabando por remetê-la à condição de objeto³⁵². De facto, as assimetrias de género presentes neste tipo de representações colocam frequentemente o homem enquanto sujeito e a mulher como o objeto de contemplação³⁵³. Tal como refere Luís Trindade “todas estas imagens funcionam (...) da mesma maneira: transformando mulheres em modelos, objetos de contemplação ou, para resumir tudo a uma palavra decisiva, corpo”³⁵⁴. Apesar de a publicidade e os rótulos não serem exatamente análogos, acabam por se reger por uma mesma lógica, a de captarem o consumidor através da relação entre imagem e texto na venda de um produto. Neste sentido, e tal como veremos, a utilização da figura feminina na representação gráfica dos rótulos de refrigerante, insere-se na mesma construção social/visual que a descrita para os anúncios. O conjunto imagético onde esta surge é bastante alargado e heterogéneo, apelando também a diferentes valências e significados. Destacam-se sobretudo três grupos distintos por nós elencados, correspondendo o primeiro à sexualização e erotização do corpo feminino; o segundo, e mais alargado, constituído pela representação feminina em trajes regionais ou folclóricos; e o terceiro, pela imagem da mulher moderna.

O primeiro caso pode-se traduzir como o mais impactante visualmente, até pelo espectro cronológico em questão. A utilização do corpo feminino enquanto objeto sexual ou provocador, sobretudo através da nudez, corresponde a uma tradição figurativa bastante recuada, de que a publicidade é também herdeira³⁵⁵. Os produtos anunciados passaram cada vez mais a ser um pretexto para mostrar o corpo da

³⁵² TRINDADE, 2008: 161.

³⁵³ Idem: 166.

³⁵⁴ Idem: 174.

³⁵⁵ Idem: 166.

mulher³⁵⁶, levando ao extremo a sua estetização física³⁵⁷. A temática da nudez foi sofrendo avanços e recuos neste tipo de iconografias, sendo progressivamente objeto de maior tolerância quando representada sob a forma de ilustração³⁵⁸. No entanto, nunca se estabilizou como um tema consensual sendo, por vezes, contestada, quer socialmente quer a nível governativo. Ao contrário de produtos como o vinho do Porto³⁵⁹, a representação feminina nos rótulos de refrigerante nunca alcançou uma nudez absoluta. Durante o século XIX e nas primeiras décadas do século XX, esta vertente parece mesmo encontrar-se ausente do grafismo dos rótulos. Os exemplos gráficos mais recuados e, porventura, os mais explícitos, datam possivelmente das décadas de 40 ou 50 do século XX, destacando-se os Refrigerantes Imperial, Tabuaço (figura 148) e os Refrigerantes Formosinha, Vale Formoso (figura 147). O primeiro caso é particularmente interessante, tanto pelo carácter erótico da representação, onde uma jovem de biquíni posa sensualmente para o espectador, como pela matriz gráfica utilizada. De facto, a jovem dos Refrigerante Tabuaço, corresponde a uma cópia quase exata da ilustração *pin up* “I’ll Say So” (figura 149), destinada a um calendário e executada a pastel, na década de 40, pelo artista americano Rolf Armstrong³⁶⁰. É possível que a imagem tenha chegado a Portugal através de calendários, como o exemplar de 1946 (figura 150), ou através da *Salute Magazine*, de março de 1948 (figura 151), onde a modelo ocupa, um lugar de destaque. No entanto, e dada a cronologia atribuída ao rótulo, não deixa de ser curioso constatar a rapidez com que este tipo de imagens podia ser apropriado e difundido. O caso dos Refrigerantes Formosinha, apesar de não apresentar a graciosidade do modelo anterior, não deixa de corresponder a um exemplo de sexualização do corpo feminino. O desenvolvimento do seu busto vai de encontro à conceção enraizada de que os seios são o que de mais distintivo existe na mulher e que,

³⁵⁶ TRINDADE, 2008: 224.

³⁵⁷ Idem: 230.

³⁵⁸ Idem: 224.

³⁵⁹ BARATA, 2009: 77.

³⁶⁰ Disponível em:

<https://grapefruitmoongallery.com/25031>

Acedido a: 09/08/2020.

como tal, é no peito que reside a sua identidade³⁶¹. A construção imagética da mulher dos Refrigerantes Formosinha, possivelmente em traje de banho, resulta pouco conseguida, pois a ambiguidade com a roupa interior, acaba, indevidamente, por nos transportar para um universo estranho ao do verão e dos refrigerantes, o da intimidade. A única relação estabelecida com a bebida é então concretizada através do copo que a figura segura na mão. A representação destas duas figuras em traje de banho não corresponde apenas a um pretexto, aparentemente desconexo, para ilustrar o corpo, mas pode relacionar-se com o período de laboração sazonal destas fábricas. Recorde-se que muitas delas apenas produziam refrigerantes durante os meses de verão³⁶², sendo assim presumível que tentassem aproximar a sua imagem estética a esta realidade balnear. Atentando novamente à cronologia destes dois exemplos e inserindo-os no contexto político que Portugal vivia, a sua conceção gráfica não deixa de causar estranheza. Existia uma ação censória, por parte do estado, estendida a todos os meios de comunicação, fossem eles a imprensa, o cinema, a rádio ou a televisão e que tornaram as representações de cariz algo sexual menos acessíveis. Segundo Magda Barata, “o erotismo e sensualidade anteriormente usados enquanto conceitos publicitários praticamente desaparecem.³⁶³” Deixaram de ser permitidas representações tão contrárias às tendências ideológicas e moralistas da época, cujos valores apologeticos se regiam em torno da família e religião³⁶⁴. Neste sentido, os rótulos aqui apresentados são particularmente importantes, pois revelam que este tipo de representações, parecem não ter sido totalmente abandonadas durante o período governativo do Estado Novo. Ainda assim, é difícil estabelecer que tipo de repercussões concretas teve esta purga estatal na indústria de refrigerantes, no entanto, não é de descartar que a adoção de uma nova imagem gráfica por parte dos Refrigerantes Formosinha (figura 152) se encontre relacionada com este contexto. As restantes representações femininas passíveis de serem consideradas erotizantes revestem-se de uma plástica mais branda, através da menor exposição corporal. Ainda assim, destacam-

³⁶¹ TRINDADE, 2008: 202.

³⁶² GUIMARÃES, 2006: 204.

³⁶³ BARATA, 2009: 85.

³⁶⁴ Idem: 85.

se os Refrigerantes Chiquita, Belmonte, representando uma dançarina semelhante a Carmen Miranda (figura 153), os Refrigerantes Fraga, São Miguel de Poiares (figura 121), Laranjada Catraia, Fundão (figura 154) e os Refrigerantes A Flor do Sor, Ponte de Sor (figura 155).

No segundo caso, a utilização repetitiva do imaginário regional e folclórico, expresso pelas personagens do mundo rural, não corresponde a uma imagem estética superficial, mas parece revestir-se de uma mensagem política que será analisada no capítulo “A Política do Estado Novo e as Opções Gráficas dos Rótulos”. Ainda assim, pode-se observar que a escolha da figura feminina para ilustrar os rótulos de refrigerante de figuração humana é praticamente uma constante, sendo raros os exemplos em que esta é substituída pelo homem. As presentes representações seguem todas a mesma linha gráfica, onde a mulher se reveste de uma simplicidade e beleza campestre, tradutoras de um ideal de pureza, associadas tradicionalmente às figuras rurais. Refira-se a garrafa da Laranjada Tricana, Figueira da Foz (figura 156), que representa uma jovem de corpo esbelto e ar desinibido segurando um cântaro. A perna esguia que o esvoaçar da saia destapou e a soca subtilmente descalça, revelam uma certa sensualidade inocente, que não pretende causar o desejo de quem a vê, mas sim comparar-se à imagem da beleza campestre, de que esta tricana é personificação. Também no caso dos Refrigerantes Minhota, Figueira da Foz (figura 157), a jovem que surge no rótulo repete o mesmo modelo. Apesar de não apresentar a sensualidade do exemplo anterior, esta também não se encontra ausente. Destaque-se ainda o rótulo da marca trasmontana Laranjada Vidago, Vidago (figura 158), onde uma figura feminina de saia esvoaçante, e que aparenta envergar o traje de minhota, segura graciosamente uma bandeja com uma garrafa de laranjada. Em todos estes casos a mulher apresenta-se como um adereço promotor do refrigerante, numa relação que é, para este último, crucial. De facto, ele não é verdadeiramente natural, mas é a figura feminina, na condição de campesina, que lhe empresta esse sabor³⁶⁵. Curiosamente, é na imagem da mulher e não na figura masculina que reside essa tarefa, o que aponta novamente para

³⁶⁵ TRINDADE, 2008: 118.

a conclusão de Luís Trindade. A mulher destas garrafas é, não só um modelo de um regionalismo tradicional forçado, mas sobretudo o modelo de um corpo atraente que confere graciosidade ao produto.

Por fim, o terceiro caso surge em contraponto com o em cima analisado. Enquanto aqui observamos a representação da mulher dita tradicional, os rótulos de refrigerante utilizaram também a figura feminina como expressão de modernidade. Não se pode afirmar que se trate efetivamente de uma mulher emancipada, ainda assim, corresponde ao exemplo de mulher moderna para estas cronologias. Atente-se nos rótulos de refrigerante da Cidra Invicta (figura 36) e da Lima Invicta (figura 37) ambos datados de 1938³⁶⁶. A jovem figura feminina que neles surge é claramente representada de forma distinta, em comparação com os casos anteriores. Em primeiro lugar, porque o seu rosto personalizado nos remete para alguém em concreto e, em segundo, porque este transmite algo que as imagens há pouco observadas não transparecem, uma atitude individualizada, que não depende da interação com o observador. De facto, o seu ar confiante enquanto saboreia o refrigerante acentua a imagem de uma mulher que decide pelo melhor e que, como tal, bebe Invicta. Neste sentido existe uma clara alteração na forma como o espectador contempla a mulher, pois deixa de se resumir apenas ao corpo, para passar a integrar o gesto. Esta mudança no tratamento temático parece caminhar para a afirmação de um comportamento feminino completamente novo³⁶⁷. Também a questão da indumentária reforça a modernidade desta figura. Ao debruçarmo-nos nos casos anteriores, observava-se a repetição iconográfica do traje regional, por outro lado, a jovem dos refrigerantes Invicta afirma um verdadeiro sentido de moda. O seu chapéu, o seu corte de cabelo e as unhas pintadas reforçam um lado urbano de feminilidade que anteriormente não era visível. Apesar de menos exuberante e carismática, a jovem dos Refrigerantes Serranita, Lousã (figura 159), reflete a mesma realidade. O seu visual moderno, transmitido novamente pelo corte de cabelo, pelas unhas compridas e pintadas, e pela sugestão de maquilhagem segue o modelo plástico da jovem dos Refrigerantes Invicta. No entanto, e apesar de estas representações

³⁶⁶ PEREIRA, 2014: 276.

³⁶⁷ TRINDADE, 2008: 166.

afirmarem uma nova experiência feminina, mais voltada para o gesto e menos para o corpo, ambas continuam a ser aquilo que se contempla e, nesse sentido, um mero objeto publicitário³⁶⁸. Como refere Luís Trindade, “A liberdade feminina foi apenas uma outra forma estética que a publicidade usou para as manter subordinadas à imagem dos anúncios”³⁶⁹.

2.2.5. Rótulos de Refrigerante de Matriz Gráfica Regionalista

Os elementos selecionados para figurarem nos rótulos das garrafas desta tipologia correspondiam, de forma genérica, a arquiteturas icónicas das regiões onde as fábricas laboravam, a figuras históricas de relevo, a ícones da cultura popular regional e a santos padroeiros das comunidades locais. Para os primeiros, destacam-se sobretudo os castelos e os edifícios religiosos, mas o seu campo temático é amplamente abrangente. De facto, podem ainda surgir fontanários, aquedutos, pontes, cruzeiros, ou elementos naturais, como formações geológicas. O segundo caso é bastante autoexplicativo, focando-se na representação de personagens históricas identitárias, essencialmente do universo medieval português. O terceiro caso prende-se essencialmente com figuras folclóricas do imaginário regional e o quarto com a representação dos santos cultuados pela religiosidade local. No entanto, este último tema será abordado em capítulo próprio, visto afastar-se do universo ideológico ao qual podemos associar as restantes representações. Dado corresponderem a representações de origem regional, estas, não podiam ser retiradas de matrizes litográficas, como acontecia no primeiro modelo temático referido, pois não correspondiam a motivos gráficos pré-definidos. As vistas dos monumentos eram então possivelmente copiadas de bilhetes-postais ilustrados, de fotografias ou de gravuras pré-existentes, que os proprietários das fábricas de refrigerantes pediram às empresas litográficas e de pirogravação para reproduzir. Destaca-se um bilhete postal ilustrado, datado de 1938,³⁷⁰

³⁶⁸ BARATA, 2009: 170.

³⁶⁹ Idem: 171.

³⁷⁰ Disponível em (Cruz, 2020):

http://fortalezas.org/index.php?ct=fortaleza&id_fortaleza=1880&muda_idioma=PT

onde figura um desenho do castelo de Belmonte (figura 160). Quando se compara com o rótulo dos refrigerantes Polo, Belmonte (figura 161) pode-se supor que este último corresponda a uma reinterpretação estilizada da torre de menagem do castelo. Também o selo comemorativo do *V Centenário do Nascimento de Pedro Álvares Cabral 1468-1968* (figura 162), que representa uma vista semelhante do castelo de Belmonte, pode estar relacionado com a criação do *design* do rótulo dos refrigerantes Baiana, Belmonte (figura 110). Um outro exemplo desta prática é o bilhete postal ilustrado, com uma reprodução a sépia de uma fotografia da Igreja Matriz de Moncorvo (figura 163), que pode ter servido de referente para o desenho do rótulo da Fábrica de Refrigerantes Sabor Lda. (figura 164). Para além dos casos em que se pode apontar uma matriz gráfica ou uma relação visual com o tema dos rótulos, os exemplos deste tipo de opção são bastante significativos. Refira-se, a título ilustrativo, a garrafa da Laranjada Baiana-Super, Belmonte (figura 165) onde surge uma representação da chamada torre romana de *Centum Cellas*; Laranjada D. Fuas Roupinho, Porto de Mós (figura 166), com o castelo de Porto de Mós, da qual D. Fuas Roupinho era alcaide; Laranjada Castelo, Bragança (figura 136), onde surge uma representação do castelo da cidade; Refrigerantes Baluarte, Campo Maior (figura 167), onde surge uma representação do castelo da vila ostentando a bandeira de D. Afonso Henriques; Laranjada Espada, Ourém (figura 168), com uma representação do castelo de Ourém; Refrigerantes Aqueduto, Elvas (figura 169), com o aqueduto da cidade; Refrigerantes Fontelina, Viseu (figura 170), com o chafariz barroco de São Francisco. Relativamente aos elementos naturais e apesar de se encontrarem pouco representados, destacam-se os Refrigerantes Prazeres, Vale de Prazeres (figura 171), com uma vista da Serra da Gardunha; Refrigerantes Serra da Estrela, Gouveia (figura 172), cujo rótulo representa a formação geológica conhecida como “Cabeça do Velho”; Refrigerantes “A Grutina”, Mira De Aire (figura 173), com uma representação das grutas características da região.

O caso das personagens históricas é mais consensual quanto à origem das suas matrizes gráficas, sendo possível identificar com clareza algumas delas. Destacam-se os

Refrigerantes Infante, Viseu (figura 174), que representam no seu rótulo o Infante Dom Henrique. O seu referente é uma estátua do infante da autoria de Joaquim Martins Correia (figura 175), inaugurada em 1960 na Praça da República, em Viseu, no decorrer das festividades do 5º centenário da sua morte³⁷¹. Também no caso dos Refrigerantes Calipolense, Vila Viçosa (figura 176), a sua matriz gráfica é a estátua equestre de D. João IV (figura 177) da autoria de Francisco Franco, e inaugurada em 1940 no Terreiro do Paço de Vila Viçosa, no decorrer do 3º centenário da restauração da independência³⁷². Por último, destacam-se os Refrigerantes Condestável, Abrunhosa do Mato (figura 178), que utilizou a gravura de 1936, da autoria de Martins Barata, da Crónica do Condestável de Portugal, (figura 179) como referente para o seu rótulo.

Por fim, o terceiro caso prende-se com as figuras do folclore regional e que ainda hoje temos como elementos associados à imagem das regiões em questão. O número de exemplos não é tão alargado como o dos monumentos, ainda assim correspondem a uma quantidade significativa. O referente gráfico é, neste caso, mais difícil de encontrar, mas é natural que seguissem o mesmo processo de replicação de imagens já existentes. Destacam-se como exemplos desta temática, os Refrigerantes Alto Minho, Monção (figura 180), que representam no seu rótulo uma figura feminina envergando o traje tradicional minhoto, com as saias, lenços e arrecadas. Surge ainda os Refrigerantes Josicol, Cartaxo (figura 181), que representam um campino alentejano; Refrigerantes Minhota, Figueira da Foz (figura 157), onde surge uma figura feminina com o traje popular da Beira-Litoral; Refrigerantes Primavera, Horta, Açores (figura 182), onde figura uma personagem também com o traje tradicional açoriano; e os Refrigerantes Algarvia, Vila Real de Santo António (figura 183), onde surge uma figura feminina envergando o traje tradicional Algarvio.

³⁷¹ Disponível em:

<https://www.culturacentro.gov.pt/pt/museus/museu-virtual-de-arte-publica/viseu/viseu/infante-d-henrique/>

Acedido a: 01/08/2020.

³⁷² Disponível em:

<https://www.allaboutportugal.pt/pt/vila-vicosa/monumentos/estatua-equestre-de-dom-joao-iv>

Acedido a: 01/08/2020.

Para além da escolha de monumentos, de personagens históricas e de figuras folclóricas regionais para figurarem nos rótulos das garrafas, as fábricas de refrigerante podiam também optar pela heráldica concelhia. Esta solução, apesar de tudo menos comum, foi bastante utilizada no sul do país, com destaque para o Alentejo, como ilustram as marcas “Massano” (figura 184), de Estremoz, “Vital”, de Alenquer (figura 185), “Olímpio”, de Castelo de Vide (figura 186), e “Reguengos” (figura 187), de Reguengos de Monsaraz. Segundo uma perspetiva de *marketing*, a escolha de elementos regionais como imagem de marca parece ser contrária ao que hoje as empresas pretendem fazer. Ao seguirem esta linha temática, as firmas estão a apostar numa microescala de mercado e não na macroescala, pois os ícones apenas serão reconhecidos pelos consumidores locais. A resposta prende-se com a reduzida escala de produção e de distribuição das empresas de refrigerantes e pelo tipo de ideologia política que se vivia na época. O *design* do produto passa então a fazer sentido pois seria imediatamente reconhecido e, mais importante, valorizado pelo consumidor local, que se revia como parte integrante dos elementos selecionados. A escolha do *design* por parte do fabricante e a escolha do produto por parte do consumidor relacionam-se essencialmente com ideias de pertença territorial e de valores identitários, pois o nicho de mercado a que estas empresas se destinavam era, na verdade, a totalidade do seu próprio mercado. Este tipo de ideologia, foi amplamente difundida durante o Estado Novo, correspondendo, grosso modo, ao período de laboração destas empresas e da definição da sua imagem gráfica. Assim, é necessário perceber, para além da inspiração gráfica direta, de que forma esta “moda” temática se relaciona com o espírito político que vigorava em Portugal.

2.2.5.1. A Política do Estado Novo e as Opções Gráficas dos Rótulos

As opções gráficas dos rótulos parecem prender-se diretamente com a educação ideológica difundida pelo Estado Novo. Salazar, na construção da sua política de Estado, começou por definir algumas das “pedras basilares” para a implantação do seu modelo de governação, e que se encontravam já perfeitamente fixadas a partir de meados dos anos 30 do século XX. Um dos elementos chave da sua política assentava numa certa

ideia mítica de nação, construída sobre os mitos fundadores e por isso, verdades insuscetíveis de discussão³⁷³. Tentou também “resgatar” as almas dos portugueses ao integrá-los, sob a orientação de organismos estatais de cariz ideológico, no pensamento moral que dirige a nação. O Estado Novo procurou executar a partir de órgãos estatais, especialmente criados para o efeito, um projeto totalitário de reeducação dos espíritos, de criação de um novo tipo de portugueses, regenerados pelo ideário genuinamente nacional de que o regime se considerava portador³⁷⁴. Para isso definira um discurso propagandístico claro, agressivo, fundador de uma nova ordem, procedendo-se para tal, quer a uma visão auto legitimadora da história, como à fabricação de um conceito integrador e unificador de cultura popular, de raiz nacional - etnográfica³⁷⁵. É, no entanto, necessário canalizar este espírito nacionalista de pertença cultural e territorial para símbolos concretos do imaginário comum. Estes valores foram então materializados na ideia de “monumento”, que o Estado Novo usou constantemente como legitimador da história nacional. Desenvolveu em torno deste uma forma de culto, ao exaltar as suas qualidades históricas como prova da origem da nação, que o monumento faz renascer. Neste sentido, é necessário mantê-lo e afirmá-lo como legado para as gerações vindouras. Muitas destas ideias remontam ainda ao século XIX, no entanto, é apenas durante o regime salazarista que o Estado as usa como forma de coesão identitária³⁷⁶. De facto, em 1929 foi criada a Direção Geral dos Edifícios e Monumentos Nacionais que assumia a responsabilidade ideológica de restaurar o património arquitetónico, num verdadeiro culto aos monumentos³⁷⁷. Durante o período do Estado Novo, coube à DGEMN a materialização desta ideologia através de uma limpeza estilística das arquiteturas, remetendo-as para as suas formas mais puras. Este tipo de intervenções foi essencialmente concretizado nos monumentos do período medieval, com destaque para os castelos e para as igrejas³⁷⁸. Os primeiros explicam-se

³⁷³ ROSAS, 2011: 321.

³⁷⁴ Idem: 320.

³⁷⁵ Idem: 322.

³⁷⁶ BOTELHO, 2006: 62.

³⁷⁷ Idem: 75.

³⁷⁸ Idem: 76.

facilmente pelo seu carácter simbólico de luta, conquista e resistência daquilo que é hoje o espaço português, os segundos como símbolos dos mais antigos baluartes da fé cristã. Estas perspetivas vão de encontro às representações gráficas empregues nos rótulos. Efetivamente, estes últimos, parecem assumir-se como resultado, de forma mais ou menos consciente, da assimilação da ideologia estatal. As populações locais, que assistiram à recuperação dos seus monumentos, aparentam ter sido progressivamente imbuídas de um sentido de forte expressão nacional e regional, através de um processo educativo para o espírito patriótico. Esta ambivalência entre o termo nacional/regional prende-se com a própria conceção do campo como o último reduto dos verdadeiros valores nacionalistas³⁷⁹. Desta forma, dentro do quadro português, o regional ocupa sempre um papel de destaque, obedecendo à mesma lógica de pertença identitária que o nacional. Neste sentido, e de forma mais ou menos consciente, as empresas de refrigerantes acabaram por selecionar os monumentos mais icónicos da sua terra ou até elementos ligados à história nacional de origem local para se fazerem representar no mercado. Destacam-se os Refrigerantes Ourique, cujo símbolo é o próprio D. Afonso Henriques (188); Refrigerantes Império, Aljubarrota (figura 189), cujo símbolo é o escudo com as cinco quinas. Tanto os nomes das marcas como os ícones empregues na sua imagem inserem-se num profundo espírito sempre ambivalente entre o plano nacional unitário e o regionalismo, mas que se congregam numa mesma ideia de portugalidade. A ideia de pertença a uma região foi também profundamente estimulada durante o Estado Novo, sobretudo através dos estudos etnográficos. Na medida em que a verdadeira identidade nacional residia no campo, a cultura popular era algo a ser preservado e enaltecido como uma realidade visível, ainda que geograficamente circunscrita³⁸⁰. É com base nessa circunscrição que o Estado se preocupou em salvaguardar os valores identitários de cada região, instrumentalizando-os através da etnografia na defesa e no estudo da tradição. Foram então criados estereótipos culturais relativos à imagem regional que, apesar de corresponderem a produtos de propaganda política, ainda hoje fazem sentir a sua repercussão. Desta

³⁷⁹ MELO, 2013: 79.

³⁸⁰ MELO, 2013: 78.

forma acentuou-se uma perspetiva identitária local, dentro dos valores a todos comuns de portugalidade, muito estimulados por concursos como a “aldeia mais portuguesa de Portugal” ou pelo sublinhar de certos elementos do folclore regional. Este espírito de diferença e de pertença dentro da unidade é também demonstrado nos anúncios publicitários da época, como se revela na propaganda de 1949 da Empresa de Refrigerantes Flaviense (figura 190). “É dever de todo o flaviense, preferir produtos flavienses! A Laranjada Tâmega é um produto flaviense, logo, deve ser preferida por todos os flavienses”. O anúncio da década de 60 da Fábrica de Refrigerantes Carreira e Filho, de Joaquim Lopes Carreira, em Vila Real, (figura 191) repete a mesma ideia propagandística. “Vilarealenses, - Continuai a ser bairristas! Preferi sempre os produtos da única indústria da vossa terra!”³⁸¹. Estas publicidades são ilustrativas de um programa ideológico já bem alicerçado, cujo referente se pode ir encontrar, por exemplo, no *slogan* saído da Grande Exposição Industrial Portuguesa de 1932. “Portugueses, Patriotas, Preferi Produtos Portugueses³⁸²!” Neste sentido, enquanto externamente se apelava a uma imagem una de portugalidade, internamente, essa imagem passava pela valorização regional do folclore como artifício, tanto de integração popular, como de valorização de uma genuinidade singular³⁸³. O design dos rótulos era então instrumentalizado, ainda que sem clara consciência disso, para a criação, no próprio consumidor, de um forte sentimento de pertença local, acentuado pela publicidade escrita e que tinha a embalagem como veículo propagandístico. Justifica-se assim a presença nos rótulos não só de monumentos, mas também das figuras históricas e dos ícones folclóricos característicos de cada região, que, apesar de artificiais, passaram a ser reconhecidos como identitários pelas próprias populações locais.

2.2.6. Expressões de Religiosidade no Design dos Rótulos

As estruturas religiosas em Portugal saíram do Liberalismo e da I República bastante enfraquecidas, no entanto, começaram a recuperar dinamismo, logo a partir

³⁸¹ O VILAREALENSE, nº19 (04/07/1968): 3.

³⁸² BÁRTOLO, 2015: 6.

³⁸³ BARATA, 2009: 85.

dos anos 20 do século passado. Inicia-se assim uma ação reparadora focada na recristianização da sociedade portuguesa e no estímulo ativo, dentro da população, da profissão de fé. Esta iniciativa ganhou especial expressão durante a década de 30,³⁸⁴ através da criação de várias associações católicas e da difusão de publicações catecistas³⁸⁵. De facto, desde os anos 30 até aos anos 60 do século XX, a Igreja gozou de um período de crescimento, em parte potenciado pelos acordos realizados com o Estado Novo. Apesar de Portugal continuar oficialmente a ser um país laico, os contratos entre a Igreja e o Estado, permitiram torná-la, juntamente com as forças armadas, no braço direito do poder³⁸⁶. As aparições de Fátima, ocorridas ainda em 1917, desempenharam também um papel fulcral para a reafirmação do catolicismo nacional, sendo depois utilizadas pela Igreja, para encabeçar o seu projeto de recristianização. No entanto, as aparições de Fátima, acabam por levantar uma questão pertinente no quadro devocional português, pois são fruto da “erupção da religiosidade popular³⁸⁷.” Neste sentido, é Fátima que se impõe à Igreja e não o contrário, revelando que as populações não se encontravam em rutura com a religião³⁸⁸. Pode-se então afirmar que, mais do que um papel recristianizador, a Igreja tentava uma reeducação cristã, através do redireccionamento da religiosidade popular para um catolicismo instituído e regulamentado. Este universo devocional combinava muitas vezes práticas sacras com reminiscências pagãs, expressas num sentido cristão dissidente do imposto pela doutrina. Efetivamente, o nosso país apresenta algumas especificidades nas manifestações de culto, presentes sobretudo no anticlericalismo, na devoção a N^a Senhora, nas festas populares e nos santos³⁸⁹. É sobre estes dois últimos aspetos que o presente capítulo se debruça. Através de uma análise mais profunda é possível observar que um segmento considerável da imagética empregue nos rótulos de refrigerante, corresponde, na verdade, a iconografia religiosa, algo ainda mais patente, no nome das

³⁸⁴ DIX, 2010: 14.

³⁸⁵ Idem: 15.

³⁸⁶ Idem: 17.

³⁸⁷ Idem: 15.

³⁸⁸ Idem: 15.

³⁸⁹ Idem: 20.

próprias marcas. Dentro desta temática, são os santos e as festas religiosas que adquirem especial destaque, algo que numa primeira leitura se poderia revelar inusual. Recorde-se que a escolha no nome da marca e das ilustrações que figuravam nos rótulos, recaía, com frequência, sobre os proprietários fabris, que nada mais eram do que parte integrante da comunidade local, das suas vivências e das suas manifestações religiosas. Neste sentido, os nomes e imagens eram selecionados em função dos santos padroeiros de cada aglomerado populacional, devido ao estreito laço social que estes estabeleciam, em particular, entre as comunidades rurais. De facto, a maioria dos santos encontra-se ligado a uma localidade, que o venera e que o entende como “seu”. Adquire então uma forte expressão identitária, de pertença a um grupo concreto e que zela pela manutenção da sua unidade regional. Os pontos altos da veneração dos santos, ocorrem sobretudo durante as feiras, festas e romarias estivais, que “representam um dos aspetos centrais da religiosidade popular”³⁹⁰. Este é o momento do regresso das comunidades emigrantes e da religação à terra de origem, sempre sob a égide do santo padroeiro³⁹¹. É curioso observar que, o momento de maior produtividade das fábricas de refrigerantes, coincida com estas grandes romarias e festas religiosas, pois correspondiam aos períodos de maior movimento local, aproveitando assim para aí vender os seus produtos. Com efeito, era durante os meses de verão que as indústrias se encontravam em plena atividade, não sendo de descartar que bebidas com o nome ou imagem do santo de devoção pudessem surtir maior efeito e aceitação por parte dos consumidores. Destaca-se como exemplo a Fábrica de Refrigerantes São Pedro, Seixal (figura 192), cuja festividade devocional tem lugar em junho (figura 193); Fábrica de Refrigerantes Stº António, Terroso, Póvoa de Varzim (figura 194), com festa também em junho (figura 195); Fábrica de Refrigerantes São Tomé, Mira (figura 196) com festa em julho (figura 197); Fábrica de Laranjadas São Sebastião, Vale de Prazeres (figura 198), cuja festa tem lugar em julho, embora no calendário litúrgico o seu dia seja a 20 de janeiro (figura 199); Fábrica de Refrigerantes São Tiago, Santiago do Escoural (figura 200), com festa em julho (figura 201); Fábrica de Refrigerantes Santa Rita, Caminha

³⁹⁰ DIX, 2010: 21.

³⁹¹ Idem: 21.

(figura 202), com festa em agosto (figura 203). Naturalmente, que nem todos os casos analisados se enquadram nesta perspetiva. Refira-se a Fábrica de Refrigerantes Altamira Lda., Viana do Castelo, que fabricava a Laranjada Santa Luzia (figura 204), e cuja festa devocional ocorre em dezembro (figura 205). Também no caso da Fábrica de Refrigerantes São Jorge, Cantanhede (figura 206), as festas populares dedicadas a este santo decorrem fora dos meses estivais, tendo lugar em abril (figura 207). Quanto à matriz gráfica destas garrafas, é natural que reproduzissem a imagem do santo venerado presente em algum templo religioso da região. No entanto, foi apenas possível identificar a origem gráfica do rótulo dos Refrigerantes São Jorge, correspondendo à imagem de São Jorge de Lemedo, Cantanhede (figura 207) e da Laranjada Santa Luzia, que apresenta uma representação do Santuário do Sagrado Coração de Jesus, projetado por Ventura Terra, e que se encontra edificado no monte de Santa Luzia. Por outro lado, nem sempre os santos representados correspondem a reproduções iconográficas exatas dos oragos locais. Observe-se o caso dos Refrigerantes Santiago, de Santiago do Escoural cuja iconografia presente no rótulo, se aproxima de São Tiago Mata-Mouros, a cavalo, com espada e lábaro. Porém a imagem venerada nas “Grandiosas Festas e Feira Anual” da vila, é o de São Tiago Peregrino, tal como se confirma no cartaz da figura 201.

A adoção do nome dos santos e das suas representações para figurarem nos rótulos de refrigerante acaba por revelar uma forte expressão da religiosidade popular, ainda que adaptada às interpretações e práticas locais. Para além da dimensão estritamente religiosa e, à semelhança do que sucede com os exemplares anteriores, este tipo de representações alicerçam o sentimento de pertença e de identidade local, em torno de um ícone que se revela aglutinador.

2.2.7. A Seleção do Nome da Marca

Por fim, o nome de uma marca corresponde a um dos elementos mais importantes para a sua fixação e estruturação no mercado. Neste sentido, a conjugação entre o seu nome e a imagem escolhida para figurar no rótulo são frequentemente pensadas em articulação, dado esta última ser a sua expressão visual. De facto, o nome selecionado corresponde, em alguns casos, como que à descrição literal da própria figura

representada. Quanto à sua origem criativa, esta vai de encontro aos valores já anteriormente referidos, centrando-se, sobretudo, no sentimento de identidade e pertença a um lugar ou geografia. Esta premissa pode ser expressa segundo quatro categorias principais, resultantes da análise do *corpus* de objetos. Destaca-se a eleição de arquiteturas representativas de uma região, tais como monumentos, ou de personalidades históricas, por vezes de apego nacionalista. Refira-se a título de exemplo, os Refrigerantes Baluarte, Campo Maior; Limonada Gasosa Aqueduto, Elvas; Refrigerantes D. Fuas Roupinho, Porto de Mós; Refrigerantes Provir (aglutinação de Produtos Viriato), Viseu; Refrigerantes Império, Aljubarrota; Refrigerantes Pátria, Aljubarrota. Também o imaginário popular coletivo de cariz etnográfico, desempenha, dentro desta perspetiva, um papel relevante na definição de um nome, podendo-se identificar os Refrigerantes Tricana, Figueira da Foz e os Refrigerantes Campina, Santarém. Para além destas expressões, a toponímia e gentílico local, também aplicável aos elementos naturais que definam a sua geografia, corresponde talvez à categoria mais significativa. Destacam-se os Refrigerantes Reguengos, Reguengos de Monsaraz; Refrigerantes Castraleuca, Castelo Branco; Refrigerantes Flávia, Chaves; Refrigerantes Brigantina, Bragança; Refrigerantes Calipolense, Vila Viçosa; Refrigerantes Valenciana, Valença do Minho; Refrigerantes Trasmontana, Vila Real; Refrigerantes Nabantina, Tomar e Refrigerantes Tâmega, Chaves. Por último, e ainda dentro desta categoria, destaca-se a religiosidade popular enquanto elemento congregador da comunidade local. Esta encontra-se expressa através da eleição do santo padroeiro enquanto nome da própria marca encontrando-se os casos particulares explanados no capítulo anterior. Apesar de se poderem diferenciar estes subgrupos, note-se que todos são fruto de um sentimento de pertença a um espaço geográfico, dos elementos que o compõe ou dos ícones que elegeram para o representar.

Para além da matriz identitária do nome das marcas, estas podiam ter uma origem bem mais prosaica. Muitos dos proprietários fabris, acabavam por escolher o seu próprio nome, apelido ou a articulação das suas iniciais, para representar a marca, resultando em caricatas composições do ponto de vista de marketing. Um dos casos mais relevantes, é o da Fábrica de Refrigerantes, Xaropes e Licores Sepol, Guarda,

propriedade de António Dias Lopes. Se atentarmos no nome da marca, podemos perceber que corresponde à inversão da leitura do seu apelido, no fundo e em linguagem corrente, Lopes ao contrário resulta em Sepol. Esta, aparenta ser uma prática corrente, com efeito, também a Fábrica de Botões Sepol, em Famalicão, fundada por Manuel Sousa Lopes, a parece ter adotado³⁹². Os restantes exemplos revelam-se mais banais, destacando-se a Fábrica de Refrigerantes Couto, Guarda, de Alípio Almeida Couto; Refrigerantes Genial, Aveiro, de Paiva e Génio; Refrigerantes Genny, Penacova, de Eugénio Fernandes; Refrigerantes J. G., Barreiro, de J. Gouveia; Fábrica de Refrigerantes Massano, Estremoz, de Estevão António Massano; Refrigerantes Olímpio, Castelo de Vide, de Olímpio Gonçalves Novo; Fábrica de Refrigerantes Frix, Quinta do Anjo, de Francisco Ricardo Xavier e, Refrigerantes Vital, Alenquer, de João da Costa Vital.

Outra das estratégias adotadas prende-se com a utilização de nomes ou derivações fonéticas dos mesmos, que remetam para as frutas empregues nos refrigerantes ou para o seu gosto. Destacam-se os Refrigerantes Belfruto, Faro; Refrigerantes Restauração, com a marca Bonfruto; Refrigerantes Frutágua, Rio Maior; Refrigerantes Frutex, Porto; Refrigerantes Sumovite, Porto; Refrigerantes Frutassã, Faro; Refrigerantes Surfruto, Faro; Laranjada Naturanja, Lisboa; Refrigerantes Superfresco, Leiria; Refrigerantes Sabor, Bragança; e, Refrigerantes Bem Boa, Linda-a-Velha. Esta categoria, com nomes mais bem conseguidos que outros, apela a uma construção valorativa por parte do consumidor em relação ao produto. Este último deve ser natural, saboroso e refrescante, valores revelados e atribuídos logo a partir do nome.

Por último, dos grupos passíveis de serem assinalados, destaca-se a cópia parcial de nomes de marcas mais fortes e credíveis. Esta estratégia pretende, à semelhança da justificação aplicada à imagem, ludibriar o consumidor, de forma a que este adquira o produto comercializado pensando que se trata do dito original ou que, com ele, apresente alguma relação. Refira-se, novamente, o caso da Supol, Vila Real, que se pretende aproximar do nome da Sumol; Refrigerantes Madeira Dry, que imita a marca

³⁹² Disponível em:
<https://www.sepol.pt/pt/sobre-nos.html>
Acedido a: 07/09/2020.

americana *Canada Dry* e os Refrigerantes Caseira, comercializados pela Cristalina, Soito, que traduz e utiliza o nome da marca espanhola *La Casera*.

Apesar das categorias elencadas, existe uma quantidade considerável de marcas para cujos nomes não foi possível traçar a origem. De facto, e dado que este corresponde a uma escolha do proprietário fabril, está sujeito a um grande número de fatores externos que, em muitos casos, não são passíveis de serem descortinados. Muitos dos nomes também não têm qualquer relação aparente com a imagem apresentada no rótulo, tornando extremamente difícil perceber o que levou à sua seleção, ainda assim, podem-se apontar propostas para alguns casos. Destacam-se os Refrigerantes Baiana, Belmonte; Refrigerantes Baía, Vila Nova da Barquinha; Refrigerantes Chiquita, Belmonte; Refrigerantes Brasil, Lisboa; Refrigerantes Guaraná, Lisboa; Refrigerantes Columbia, que poderiam ter sido destinos de emigração dos seus fundadores. Ressalvando que nada se conhece sobre a vida destes, a escolha dos nomes das marcas poderia obedecer à mesma lógica de pertença identitária a um lugar geográfico ou de locais, que de alguma forma, lhes ficaram marcados na memória. No entanto e, como já observado, a justificação para a grande maioria dos nomes de marcas permanece na incógnita, referindo-se a título ilustrativo, os Refrigerantes Arítio, Alverca; Refrigerantes Camor, Aveiro; Refrigerantes Delta, Castelo Branco; Refrigerantes Tody, Setúbal.

Considerações Finais

A história da indústria portuguesa de refrigerantes e da sua produção tem sido sucessivamente descurada por parte dos investigadores, sejam estes do domínio da História, da História da Arte, da Arqueologia ou do *Design*. Se em países como Inglaterra ou Espanha este tipo de temática se encontra já amplamente estudada, no nosso caso, o desconhecimento é geral. Neste sentido, contamos que o presente projeto se tenha revelado inovador no panorama português e que tenhamos contribuído para a contextualização e compreensão global do tema. Esperamos que este trabalho tenha conseguido colmatar uma das grandes lacunas da história industrial portuguesa da época contemporânea, temática que, ainda assim, não se pode julgar encerrada.

Utilizando sempre a embalagem como ponto de partida, consideramos que, a estratégia por nós definida para a análise do tema, resultou de forma eficiente e clara. Em primeiro lugar porque nos permitiu uma contextualização espaço-temporal do objeto. Em segundo lugar, porque este nos facilita a própria compreensão formal da embalagem.

No primeiro capítulo demos a conhecer o percurso evolutivo da indústria de refrigerantes no nosso país. Procurámos perceber qual a génese destas bebidas e de que forma se deu o seu processo de introdução em Portugal. Ao acompanharmos o percurso das indústrias de refrigerantes nacionais foi-nos ainda possível estabelecer quais as suas principais fases de expansão e de regressão num mundo ainda pré-globalização exacerbada. De facto, podemos concluir que a definição do mercado moderno no qual estamos hoje inseridos levou ao desaparecimento desta indústria nos moldes em que existiu até às décadas de 80 e 90.

No segundo capítulo discurremos exaustivamente acerca das características formais das embalagens de refrigerante. Procurou-se delinear o perfil destes objetos sem, no entanto, esquecer as suas particularidades morfológicas, tendo ainda sido identificados os seus referentes plásticos. Relativamente à análise gráfica dos rótulos optamos por iniciar com uma perspetiva diacrónica do tema. Apesar da sua relevância para o presente estudo, esta abordagem acabou por não se verificar tão frutífera quanto esperado. Devido ao prolongamento temporal de algumas correntes estéticas não foi

possível manter esta linha de continuidade cronológica. Focámo-nos então na investigação dos principais eixos temáticos presentes nos rótulos de refrigerante. Foram identificadas seis correntes distintas, destacando-se a incorporação de elementos pré-definidos presentes nas matrizes litográficas ou de pirogravação; as cópias parciais da imagem de marcas mais fortes ou credíveis; as utilizações recorrentes de elementos naturais como forma de estabelecer um vínculo de confiança entre produto e o consumidor; as interpretações iconográficas da figura feminina; a escolha de símbolos regionais para assumirem o papel de imagem das próprias marcas; e as expressões de religiosidade popular no seu *design*. Apresentou-se ainda um conjunto de hipóteses referentes à seleção do nome das marcas e que julgamos facilitarem a compreensão integral da imagem dos rótulos.

Por fim, e ainda que o tema tenha sido pontualmente abordado ao longo deste projeto, contamos que a próxima etapa passe pela comparação entre os modelos fabris e gráficos do espaço ibérico. Estes revelam-se nitidamente distintos, podendo supor-se que se rejam por matrizes diferentes. Levanta-se a hipótese do modelo português se encontrar mais ligado à matriz britânica e o modelo espanhol preso ao referente francês. Infelizmente, por falta de tempo, não nos foi possível tratar esta questão de forma aprofundada.

Julgamos ainda pertinente o contribuir para uma futura valorização das embalagens de refrigerante portuguesas enquanto património industrial. Acreditamos que estas representam o testemunho físico da produção de uma indústria fabril já desaparecida e que, como tal, justifica o seu reconhecimento e valorização. De facto, as embalagens de refrigerante são, não só o produto de práticas industriais mais ultrapassadas, mas também um documento para a história do *design* português, ilustrativas de um arco temporal de cerca de 110 anos. Neste sentido, realizámos uma proposta de inventariação e organização do vasilhame por unidade fabril, onde são descritas todas as suas particularidades. Apresentamos assim um primeiro contributo para a sua valorização.

Fontes e Referências

a. Fontes Primárias

Correspondência

CARMONA, António João [Carta] – 1952 abril 26 – Bragança [a] Presidente da Câmara Municipal do Concelho de Bragança [Impresso]. 1952. 1 fl. Acessível no Arquivo Municipal de Bragança.

GONÇALVES, Daniel [Carta] – 1954 abril 29 – Bragança [a] Presidente da Câmara Municipal do Concelho de Bragança [Manuscrito]. 1954. 1 fl. Acessível no Arquivo Municipal de Bragança.

PIRES, Armando Valfredo [Carta] – 1953 março 31 – Bragança [a] Presidente da Câmara Municipal do Concelho de Moncorvo [Impresso]. 1953. 1 fl. Acessível no Arquivo Municipal de Bragança.

Fontes Manuscritas

[S.a.] – *Plantas de Cazas 62* [Manuscrito]. Último Quartel do Século XIX (1877). Acessível no Arquivo Histórico Municipal do Porto.

Fontes Impressas

[S.a.] (1973) – *José Maria Gomes & Filhos, Avenida João da Cruz, Bragança – Memória Descritiva e Justificativa*. Ano – 1973, 15 de fevereiro. 6 fl. Acessível no Arquivo Municipal de Bragança.

CASTRO, Alfredo Simões de (org.) – *Almanach do Jornal de Notícias para o Ano de 1916*. Porto: Jornal de Notícias. Acessível na Biblioteca Pública Municipal do Porto.

CASTRO, Alfredo Simões de (org.) – *Almanach do Jornal de Notícias para o Ano de 1924*. Porto: Jornal de Notícias. Acessível na Biblioteca Pública Municipal do Porto.

CASTRO, Alfredo Simões de (org.) – *Almanach do Jornal de Notícias para o Ano de 1926*. Porto: Jornal de Notícias. Acessível na Biblioteca Pública Municipal do Porto.

Diário do Governo (1952) n.º 56, Série I de 11/03/1952. Acessível na Biblioteca Pública Municipal do Porto.

Diário do Governo (1959) n.º 43, Série I de 25/02/1959. Acessível na Biblioteca Pública Municipal do Porto.

Diário do Governo (1964) n.º 8, Série I de 08/04/1964. Acessível na Biblioteca Pública Municipal do Porto.

MANSO, Joaquim (1933) – *Diário de Lisboa*. 13.º Ano – 1933, n.º 3793 - Segunda-feira, 05 de junho, 5.º fl. [Em-Linha] Disponível em [<http://casacomum.org/cc/visualizador?pasta=05751.015.04304#!5>] Consulta realizada a 12/04/2020.

MATOS, Heitor Correia de (1968) – *O Vilarealense*. 89.º Ano – 1968, n.º 19 – Quinta-feira, 4 de julho, 3.º fl. Acessível no Arquivo Municipal de Vila Real.

NEVES, Eduardo Augusto da Silva (1952) – *O Convento dos Barbadinhos Italianos*. In. **SEQUEIRA**, Matos, *Olisipo, Boletim Trimestral do Grupo «Amigos de Lisboa»*. 15.º Ano – 1952, n.º 57, janeiro. [Em-Linha] Disponível em [http://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/Periodicos/Olisipo/1952/N57/N57_master/Olisipo_N57_Jan1952.PDF] Consulta realizada a 17/02/2020.

REFRIGERANTES ALTAMIRA LDA. (1997) – 50 Anos, 1947-1997, Refrigerantes Altamira Lda. Brochura comemorativa dos cinquenta anos da firma. [Acessível em: Coleção Particular Agostinho Gomes].

PARRA, Joaquim (2011) – *Refrigerantes há muitos....* In. **EVARISTO**, João, *Cultura Sul*. 2011, n.º 33, maio. [Em-Linha] Disponível em [<https://issuu.com/postaldoalgarve/docs/33cultura.sul/12>] Consulta realizada a 01/10/2020.

PORTUGAL Comissão Central Diretora do Inquérito Industrial (1881) – *Inquérito Industrial de 1881 – Visita às Fábricas do Distrito Administrativo do Porto*. Lisboa: Imprensa Nacional. [Em-Linha] Disponível em [<https://books.google.pt/books?id=YF9JAAAAAYAAJ&printsec=frontcover&hl=pt->

PT&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false] Consulta realizada a 15/02/2020.

b. Referências Bibliográficas

[S.a.] (2009) - *Design 1000 Objetos de Culto*. Phaidon Design Classics. Madrid, Espanha: Prisa Innova.

ALMEIDA, Ana Nunes de (2011) - *Introdução*. In. **MATTOSO**, José, *História da Vida Privada em Portugal - Os Nossos Dias*. Vol. 4. Lisboa: Temas e Debates.

ALVES, Joaquim Ferreira (1987) - *O Porto na Época dos Almadás (1757-1804) Arquitetura, Obras Públicas*. Vol. I. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Tese de Doutoramento.

ALVES, Jorge Fernandes (1997) - *A Indústria de Refinação de Açúcar no Porto, Um Percorso Amargo e Doce*. In. **ALVES**, Jorge Fernandes, *A Indústria Portuense em Perspectiva Histórica, Actas do Colóquio*. Porto: Centro Leonardo Coimbra/Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

AGRA, Jarbas Jr.; **CAMPELLO**, Sílvio Barreto; **TORRES**, Madyana (2010) - *Indústria e Produção Litográfica Recifense (1930-1960): Uma Investigação Histórica*. 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Paulo. [Em-Linha] Disponível em

[https://www.researchgate.net/publication/220019233_Industry_and_lithographic_production_of_Recife_Pe_1930-1960_a_historical_investigation] Consulta realizada a 14/09/2020.

BARATA, Magda Maria Soares (2009) - *Identidade do Vinho do Porto, Pela Tradição da sua Embalagem*. Aveiro: Departamento de Comunicação e Arte, Universidade de Aveiro.

BÁRTOLO, José (2015) – *Prefácio*. In. **SANTOS**, Rui Afonso (2015) – *Design Português, 1920/1939*. Verso da História, nº2.

BOTELHO, Maria Leonor (2006) – *A Sé do Porto no Século XX*. Livros Horizonte.

BRAGA, José Miguel; **CARVALHO**, Manuel Silva; **DIAS**, Tomás Augusto Sousa (2016) – *Pedras Litográficas, Coleção Silva Carvalho*. Porto: Norprint.

CÂMARA, Benedita (2002) - *A Economia da Madeira (1850-1914)*. Lisboa: Imprensa das Ciências Sociais.

CASCÃO, Rui Ferreira (2011) - *À Volta da Mesa: Sociabilidade e Gastronomia*. In. **MATTOSO**, José, *História da Vida Privada em Portugal - A Época Contemporânea*. Vol. 3. Lisboa: Temas e Debates.

CASTRO, Armando (1972) - *A Dominação Inglesa em Portugal: Estudo Seguido de Antologia de Textos do Século XVIII e XIX*. Porto: Edição do Autor.

DIX, Steffen (2010) - *As Esferas Seculares e Religiosas na Sociedade Portuguesa*. Lisboa: *Análise Social*, Vol. (1.ª), nº 194. [Em-Linha] Disponível em [<http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/1268306960Y6kEE8vd8Li59CA4.pdf>] Consulta realizada a 17/09/2020.

EMMINS, Colin (1991) - *Soft Drinks, Their Origins and History*. Shire Album 269. Shire Publications Ltd. [Em-Linha] Disponível em [http://abetterbeerblog427.com/wp-content/uploads/2017/03/soft_drinks_-_their_origins_and_history.pdf] Consulta realizada a 08/02/2020.

ESTEVES, Cátia Milene Azevedo (2012) - *Rótulos Portugueses de 1930 a 1980*. Porto: Escola Superior de Arte e Design. Dissertação de Mestrado.

FRAGOSO, Margarida Ambrósio (2010) – *Formas e Expressões da Comunicação Visual em Portugal. Contributo para o Estudo da Cultura Visual do Século XX, Através das Publicações Periódicas*. Lisboa: Faculdade de Arquitetura da Universidade Técnica de Lisboa. [Em-Linha] Disponível em [https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/1440/1/tese_doutoramento_%20margarida_fragoso.pdf] Consulta realizada a 14/09/2020.

GATO, Aurora Faustino (2017) - *Design & Vidro, A Herança da Indústria Nacional da Marinha Grande*. Lisboa: Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa. [Em-Linha] Disponível em [\[https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/34899/2/ULFBA_TES1153_AURORA_GATO_6823.compressed.pdf\]](https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/34899/2/ULFBA_TES1153_AURORA_GATO_6823.compressed.pdf) Consulta realizada a 18/02/2020.

GUIMARÃES, Paulo Eduardo (2006) - *Elites e Indústrias no Alentejo (1890-1960) Um estudo sobre o comportamento económico de grupos de elite em contexto regional no Portugal contemporâneo*. Évora: Publicações do Cidehus. [Em-Linha] Disponível em [\[https://books.google.pt/books?id=0cmPDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-PT&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false\]](https://books.google.pt/books?id=0cmPDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-PT&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false) Consulta realizada a 21/03/2020.

LEITÃO, Nicolau Andresen (2004) - *O convidado inesperado: Portugal e a fundação da EFTA, 1956-1960*. *Análise Social*, vol. 24, n.º 171. [Em-Linha] Disponível em [\[http://www.scielo.mec.pt/pdf/aso/n171/n171a02.pdf\]](http://www.scielo.mec.pt/pdf/aso/n171/n171a02.pdf) Consulta realizada a 28/05/2020.

LOCKHART, Bill (2010) - *Bottles on the Border: The History and Bottles of the Soft Drink Industry in El Paso, Texas, 1881-2000*. El Paso: University of Texas at El Paso. [Em-Linha] Disponível em [\[https://sha.org/bottle/pdf/EPChap1-4.pdf\]](https://sha.org/bottle/pdf/EPChap1-4.pdf) Consulta realizada a 19/05/2020.

LORÉN, José María de Jaime (2016) - *Agustín Trigo Mezquita, Farmacéutico valenciano Inventor del Trinaranjus*. Valencia: Universidad CEU Cardenal Herrera. [Em-Linha] Disponível em [\[https://investigacion-farmaceutica.es/wp-content/uploads/2019/05/Farmac%C3%A9utico-valenciano-inventor-del-Trinaranjus.pdf\]](https://investigacion-farmaceutica.es/wp-content/uploads/2019/05/Farmac%C3%A9utico-valenciano-inventor-del-Trinaranjus.pdf) Consulta realizada a 12/04/2020.

MANTERO, Rafael Sánchez (2020) – *A Expansão Colonial*. In. **HABREU**, Isabel, *O Século XIX, Cem Anos de Progresso e Revolução*. National Geographic. Edição Especial História.

MALLÉN, Silvia Isábal (2011) - *Historia de Las Fábricas de Bebidas Carbónicas en La Littera*. LITTERA n.º 3. [Em-Linha] Disponível em [<https://www.cellit.es/wp-content/uploads/littera-digital/littera03/littera03-articulos/littera03-077-isabal.pdf>]

Consulta realizada a 30/05/2020.

MELO, Daniel (2013) - *Salazarismo e Cultura Popular (1933 – 1958)*. Imprensa de Ciências Sociais.

MUNSEY, Cecil (2010) - *Codd (Marble-In-The-Neck) Soda-Water Bottles, Then and Now!* [Em-Linha] Disponível em [<https://sha.org/bottle/pdffiles/coddarticleMunsey.pdf>]

Consulta realizada a 29/01/2020.

MUNSEY, Cecil (2011) - *A Short History of Canada Dry Ginger Ale*. [Em-Linha] Disponível em [<http://docshare02.docshare.tips/files/23932/239324297.pdf>] Consulta realizada a 13/04/2020.

PEREIRA, Gaspar Martins (1989) - *A produção de um espaço regional: o Alto Douro no tempo da filoxera*. In. *Revista da Faculdade de Letras: História*, Vol. 06, n.º 21. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

PEREIRA, Gaspar Martins (2014) - *Unicer, Uma Longa História*. Porto: Unicer Bebidas de Portugal.

PEREIRA, Gaspar Martins (2015) - *Unicer, 125 Anos a Construir o Futuro*. Unitrade, n.º 14, abril 2015. [Em-Linha] Disponível em [https://autentico.superbockgroup.com/resources/medias/content/historia-da-unicer/content/Uni_Historia.pdf] Consulta realizada a 04/03/2020.

RIBEIRO, Jorge Martins (2001) – *Os Ingleses no Porto Oitocentista*. In. *Douro: Estudos e Documentos*, 2.º Ano, Vol. 06, n.º 12. Vila Real: Universidade Trás-os-Montes e Alto Douro.

ROSAS, Fernando (2011) - *Salazar e o Poder, A arte de saber durar*. Lisboa: Tinta-da-china.

SANTOS, Rui Afonso (2015) – *Design Português, 1920/1939*. Verso da História, nº 2.

SILVA, Filipe Guimarães da (2012) - “*A Nacionalização que se Deseja*” *Notas para uma Breve História da Indústria Cervejeira Nacional: do Estado Novo às Nacionalizações Revolucionárias*. Lisboa: Universidade Nova de Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas. Tese de Mestrado. [Em-Linha] Disponível em [https://run.unl.pt/bitstream/10362/8659/1/Silva%2C%20Filipe%20-%20_A%20nacionaliza%C3%A7%C3%A3o%20que%20se%20deseja_.%20Notas%20para%20uma%20breve%20Hist%C3%B3ria%20da%20ind%C3%BAstria%20cervejeira%20nacional%20-%20do%20Estado%20Novo%20%C3%A0s%20nacionaliza%C3%A7%C3%B5es%20revolucion%C3%A1rias%20%28tese%20de%20mestrado%29%232EB8.pdf] Consulta realizada a 11/02/2020.

SOUTO, Maria Helena (2015) – *Design Português, 1900/1919*. Verso da História, nº1.

TRINDADE, Luís (2008) – *Foi Você que Pediu uma História da Publicidade?* Lisboa: Tinta-da-china.

ZIECK, Robin D. (2005) - *The Canada Dry Bottling Plant in Silver Spring*. The Montgomery County Story. Vol. 48. nº 2, maio 2005. [Em-Linha] Disponível em [http://montgomeryhistory.org/wp-content/uploads/2016/09/Vol48No2_MCStory.pdf] Consulta realizada a 13/04/2020.

c. Sítios Em-Linha

ALL ABOUT PORTUGAL (s.d.) – *Estatua Equestre de D. João IV* [Em-Linha] Disponível em [https://www.allaboutportugal.pt/pt/vila-vicosa/monumentos/estatua-equestre-de-dom-joao-iv] Consulta realizada a 01/08/2020.

APRENDER MADEIRA (s.d.) – *A Madeira Vista Pelos Ingleses* [Em-Linha] Disponível em [http://aprendermadeira.net/a-madeira-vista-pelos-

ingleses/?fbclid=IwAR1OtosHQfURUgvQZoO4wOfQVgaBORGpxGG7fq8FabpPDiRRiE5SxK5E6_M] Consulta realizada a 03/02/2020.

A VIDA PORTUGUESA (2020) – *Sobre Nós, Manifesto*. [Em-Linha] Disponível em [https://www.avidaportuguesa.com/pt/sobre] Consulta realizada a 18/09/2020.

CAPEIA ARRAIANA (2010) – *Refrigerantes Cristalina 1971* [Em-Linha] Disponível em [https://capeiaarraiana.pt/2010/07/05/refrigerantes-cristalina-1971/] Consulta realizada a 18/06/2020.

COCA-COLA PORTUGAL (2020) – *A História da Coca-Cola em Portugal* [Em-Linha] Disponível em [https://www.cocacolaportugal.pt/conhece-nos/historia/historia-portugal/historia-coca-cola-portugal] Consulta realizada a 20/05/2020.

DESIGN EM PORTUGAL (1960-1974) (2014) – *Planos de Fomento* [Em-Linha] Disponível em [http://unidcom.iade.pt/designportugal/planos-de-fomento.html] Consulta realizada a 25/05/2020.

DICIONÁRIO PRIBERAM (2020) – *Contrafação* [Em-Linha] Disponível em [https://dicionario.priberam.org/contrafa%C3%A7%C3%A3o] Consulta realizada a 23/08/2020.

DICIONÁRIO PRIBERAM (2020) - *Garrafa* [Em-Linha] Disponível em [https://dicionario.priberam.org/garrafa] Consulta realizada a 18/06/2020.

DIREÇÃO REGIONAL DE CULTURA CENTRO (s.d.) – *Infante D. Henrique* [Em-Linha] Disponível em [https://www.culturacentro.gov.pt/pt/museus/museu-virtual-de-arte-publica/viseu/viseu/infante-d-henrique/] Consulta realizada a 01/08/2020.

FORTALEZAS.ORG (2020) – *Castelo de Belmonte* [Em-Linha] Disponível em [http://fortalezas.org/index.php?ct=fortaleza&id_fortaleza=1880&muda_idioma=PT] Consulta realizada a 01/08/2020.

GRAPEFRUIT MOON GALLERY (2015) – *I'll Say So* [Em-Linha] Disponível em [https://grapefruitmoongallery.com/25031] Consulta realizada a 09/08/2020.

JORNAL PÚBLICO (2011) – *Maldita Coca-cola* [Em-Linha] Disponível em [https://www.publico.pt/2011/05/08/jornal/maldita--cocacola-21979251] Consulta realizada a 20/05/2020.

MADEIRA WINE COMPANY S.A. (2020) – *Miles Madeira Wine* [Em-Linha] Disponível em [https://www.madeirawinecompany.com/miles.html] Consulta realizada a 15/02/2020.

MEDIUMS AND MESSAGES (2018) – *Association Principle* [Em-Linha] Disponível em [https://mediumsandmessages.org/2017/12/10/association-principle/] Consulta realizada a 02/09/2020.

SOCIEDADE DE REFRIGERANTES BUÇACO, LDA. (s.d.) – *Historial* [Em-Linha] Disponível em [http://www.srb.pt/historial/] Consulta realizada a 28/09/2020.

S. R. BUSSACO LDA. (2020/09/28) - *S. R. Bussaco Lda.* [Facebook]. Disponível em [https://www.facebook.com/Sociedade.Refrigerantes.Bussaco] Consulta realizada a 28/09/2020.

OBSERVADOR (2015) – *A Garrafa Coca-Cola Faz 100 Anos mas ainda está aqui para as Curvas* [Em-Linha] Disponível em [https://observador.pt/2015/07/28/a-garrafa-da-coca-cola-faz-100-anos-mas-ainda-esta-aqui-para-as-curvas/] Consulta realizada a 01/07/2020.

PATRIMÓNIO CULTURAL (s.d.) – *Castelo de Belmonte* [Em-Linha] Disponível em [http://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/patrimonio/patrimonio-imovel/pesquisa-do-patrimonio/classificado-ou-em-vias-de-classificacao/geral/view/70155] Consulta realizada a 01/08/2020.

REDE REGIONAL (2015) – *Unicer Encerra Fábrica da Rical em Santarém* [Em-Linha] Disponível em [https://www.rederegional.com/index.php/economia/13764-unicer-encerra-fabrica-da-rical-em-santarem] Consulta realizada a 28/05/2020.

SEPOL (2018) – *Sobre Nós* [Em-Linha] Disponível em [https://www.sepol.pt/pt/sobre-nos.html] Consulta realizada a 07/09/2020.

SINALCO (2020) – *Sinalco History* [Em-Linha] Disponível em [https://sinalco.com/worldwide/en/german/history/] Consulta realizada a 15/04/2020.

SUMOL (2020) – *História* [Em-Linha] Disponível em
[<http://www.sumolworld.com/pt/historia/#historicalSlide4>] Consulta realizada a
24/08/2020.

TAVARES, António (2017) – *Mangualde, o Nosso Património: Refrigerantes
Condestável...Abrunhosa do Mato* [Em-Linha] Disponível em
[[https://www.cmmangualde.pt/atividade-municipal/gabinete-gestao-do-patrimonio-
cultura/o-nosso-patrimonio/](https://www.cmmangualde.pt/atividade-municipal/gabinete-gestao-do-patrimonio-cultura/o-nosso-patrimonio/)] Consulta realizada a 27/03/2020.

UPREL (2020) – *A Nossa História* [Em-Linha] Disponível em
[https://uprel.pt/?page_id=13302] Consulta realizada a 28/05/2020.

Fonte das Figuras

Numeração das Figuras	Fonte das Figuras
Figura 1	S. R. Buçaco Lda. Disponível em: https://www.facebook.com/Sociedade.Refrigerantes.Bussaco Acedido a: 28/09/2020.
Figura 2	Koghisberg's Collections. Disponível em: http://koghisberg.com/?cat=npfvnizsl&paged=10 Acedido a: 12/05/2020.
Figura 4	MUNSEY , Cecil (2010) - <i>Codd (Marble-In-The-Neck) Soda-Water Bottles, Then and Now!</i> [Em-Linha] Disponível em [https://sha.org/bottle/pdf/files/coddarticleMunsey.pdf] Pág. 4.
Figura 5	PEREIRA , Gaspar Martins (2014) - <i>Unicer, Uma Longa História</i> . Porto: Unicer Bebidas de Portugal. Pág. 87.
Figura 6	PEREIRA , Gaspar Martins (2014) – <i>Unicer, Uma Longa História</i> . Porto: Unicer Bebidas de Portugal. Pág. 87.
Figura 7	Portal dos Clássicos: Frascofilia & Garrafas. Disponível em: https://portalclassicos.com/foruns/index.php?threads/frascofilia-garrafas.5391/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 8	Portal dos Clássicos: Frascofilia & Garrafas. Disponível em: https://portalclassicos.com/foruns/index.php?threads/frascofilia-garrafas.5391/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 9	PEREIRA , Gaspar Martins (2014) – <i>Unicer, Uma Longa História</i> . Porto: Unicer Bebidas de Portugal. Pág. 76.
Figura 11	Portal dos Clássicos: Frascofilia & Garrafas. Disponível em: https://portalclassicos.com/foruns/index.php?threads/frascofilia-garrafas.5391/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 12	Portal dos Clássicos: Frascofilia & Garrafas. Disponível em: https://portalclassicos.com/foruns/index.php?threads/frascofilia-garrafas.5391/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 13	Portal dos Clássicos: Frascofilia & Garrafas. Disponível em: https://portalclassicos.com/foruns/index.php?threads/frascofilia-garrafas.5391/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 14	Portal dos Clássicos: Frascofilia & Garrafas. Disponível em: https://portalclassicos.com/foruns/index.php?threads/frascofilia-garrafas.5391/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 15	Portal dos Clássicos: Frascofilia & Garrafas. Disponível em: https://portalclassicos.com/foruns/index.php?threads/frascofilia-garrafas.5391/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 16	Portal dos Clássicos: Frascofilia & Garrafas. Disponível em:

	https://portalclassicos.com/foruns/index.php?threads/frascofilia-garrafas.5391/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 17	Portal dos Clássicos: Frascofilia & Garrafas. Disponível em: https://portalclassicos.com/foruns/index.php?threads/frascofilia-garrafas.5391/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 18	[S.a.] – <i>Plantas de Cazas</i> 62 [Manuscrito]. Último Quartel do Século XIX (1877). Pág. 164. Acessível no Arquivo Histórico Municipal do Porto.
Figura 20	Portal dos Clássicos: Frascofilia & Garrafas. Disponível em: https://portalclassicos.com/foruns/index.php?threads/frascofilia-garrafas.5391/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 22	Garrafas Pirogravadas com História. Disponível em: http://garrafaspirogravadascomhistoria.blogspot.com/2017/01/garrafa-de-limonada-montijomontijo.html Acedido a: 28/09/2020.
Figura 23	Garrafas Pirogravadas com História. Disponível em: http://garrafaspirogravadascomhistoria.blogspot.com/2018/02/garrafa-dos-refrigerantes-igouveia-meia.html Acedido a: 12/06/2017.
Figura 24	CASTRO , Alfredo Simões de (org.) – <i>Almanach do Jornal de Notícias para o Ano de 1924</i> . Porto: Jornal de Notícias. Pág. 61. Acessível na Biblioteca Pública Municipal do Porto.
Figura 26	CASTRO , Alfredo Simões de (org.) – <i>Almanach do Jornal de Notícias para o Ano de 1926</i> . Porto: Jornal de Notícias. Pág. 270. Acessível na Biblioteca Pública Municipal do Porto.
Figura 27	PEREIRA , Gaspar Martins (2014) – <i>Unicer, Uma Longa História</i> . Porto: Unicer Bebidas de Portugal. Pág. 169.
Figura 28	PEREIRA , Gaspar Martins (2014) – <i>Unicer, Uma Longa História</i> . Porto: Unicer Bebidas de Portugal. Pág. 214.
Figura 30	CASTRO , Alfredo Simões de (org.) – <i>Almanach do Jornal de Notícias para o Ano de 1916</i> . Porto: Jornal de Notícias. Pág. 221. Acessível na Biblioteca Pública Municipal do Porto.
Figura 31	PEREIRA , Gaspar Martins (2015) - <i>Unicer, 125 Anos a Construir o Futuro</i> . Unitrade, n.º 14, abril 2015. [Em-Linha] Disponível em [https://autentico.superbockgroup.com/resources/medias/content/historia-da-unicer/content/Uni_Historia.pdf] Pág. 10.
Figura 32	ESTEVES , Cátia Milene Azevedo (2012) - <i>Rótulos Portugueses de 1930 a 1980</i> . Porto: Escola Superior de Arte e Design. Dissertação de Mestrado. Pág. 12.
Figura 34	Oportunity Leilões.com. Disponível em: https://oportunityleiloes.auctionserver.net/view-auctions/catalog/id/964/lot/302096/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 35	PEREIRA , Gaspar Martins (2014) – <i>Unicer, Uma Longa História</i> . Porto: Unicer Bebidas de Portugal. Pág. 274.

Figura 36	ESTEVES , Cátia Milene Azevedo (2012) - <i>Rótulos Portugueses de 1930 a 1980</i> . Porto: Escola Superior de Arte e Design. Dissertação de Mestrado. Pág. 11.
Figura 37	ESTEVES , Cátia Milene Azevedo (2012) - <i>Rótulos Portugueses de 1930 a 1980</i> . Porto: Escola Superior de Arte e Design. Dissertação de Mestrado. Pág. 49.
Figura 40	Coleção particular Agostinho Gomes
Figura 42	Garrafas Pirogravadas com História. Disponível em: http://garrafaspirogravadascomhistoria.blogspot.com/2015/10/garrafas-dos-refrigerantes.html Acedido a: 28/09/2020.
Figura 43	Garrafas Pirogravadas com História. Disponível em: http://garrafaspirogravadascomhistoria.blogspot.com/2018/12/garrafas-dos-refrigerantes-brigantina.html Acedido a: 28/09/2020.
Figura 49	Ver alínea b. da Introdução
Figura 50	Garrafa de Laranjina C. Disponível em: https://cronicas03.wordpress.com/2019/05/15/garrafa-de-laranjina-c/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 51	PEREIRA , Gaspar Martins (2014) – <i>Unicer, Uma Longa História</i> . Porto: Unicer Bebidas de Portugal. Pág. 446.
Figura 52	Todocoleccion. Disponível em: https://en.todocoleccion.net/antique-bottles/botella-serigrafiada-sinalco~x30606313 Acedido a: 28/09/2020.
Figura 60	SUMOL (2020) – <i>História</i> [Em-Linha] Disponível em [http://www.sumolworld.com/pt/historia/#historicalSlide4] Consulta realizada a 24/08/2020.
Figura 65	Portal dos Clássicos: Frascofilia & Garrafas. Disponível em: https://portalclassicos.com/foruns/index.php?threads/frascofilia-garrafas.5391/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 67	Portal dos Clássicos: Frascofilia & Garrafas. Disponível em: https://portalclassicos.com/foruns/index.php?threads/frascofilia-garrafas.5391/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 68	Portal dos Clássicos: Frascofilia & Garrafas. Disponível em: https://portalclassicos.com/foruns/index.php?threads/frascofilia-garrafas.5391/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 70	Portal dos Clássicos: Frascofilia & Garrafas. Disponível em: https://portalclassicos.com/foruns/index.php?threads/frascofilia-garrafas.5391/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 73	Portal dos Clássicos: Frascofilia & Garrafas. Disponível em: https://portalclassicos.com/foruns/index.php?threads/frascofilia-garrafas.5391/ Acedido a: 28/09/2020.

Figura 75	BARATA , Magda Maria Soares (2009) - <i>Identidade do Vinho do Porto, Pela Tradição da sua Embalagem</i> . Aveiro: Departamento de Comunicação e Arte, Universidade de Aveiro. Pág. 99.
Figura 77	Portal dos Clássicos: Frascofilia & Garrafas. Disponível em: https://portalclassicos.com/foruns/index.php?threads/frascofilia-garrafas.5391/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 78	PEREIRA , Gaspar Martins (2014) – <i>Unicer, Uma Longa História</i> . Porto: Unicer Bebidas de Portugal. Pág. 276
Figura 81	Portal dos Clássicos: Frascofilia & Garrafas. Disponível em: https://portalclassicos.com/foruns/index.php?threads/frascofilia-garrafas.5391/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 83	PEREIRA , Gaspar Martins (2014) – <i>Unicer, Uma Longa História</i> . Porto: Unicer Bebidas de Portugal. Pág. 293
Figura 90	Oportunity Leilões. Disponível em: http://www.oportunityleiloes.com/pt Acedido a: 28/09/2020.
Figura 91	Coleção particular Pedro Ferreira
Figura 96	ESTEVES , Cátia Milene Azevedo (2012) - <i>Rótulos Portugueses de 1930 a 1980</i> . Porto: Escola Superior de Arte e Design. Dissertação de Mestrado. Pág. 51
Figura 97	ESTEVES , Cátia Milene Azevedo (2012) - <i>Rótulos Portugueses de 1930 a 1980</i> . Porto: Escola Superior de Arte e Design. Dissertação de Mestrado. Pág. 39
Figura 98	ESTEVES , Cátia Milene Azevedo (2012) - <i>Rótulos Portugueses de 1930 a 1980</i> . Porto: Escola Superior de Arte e Design. Dissertação de Mestrado. Pág. 45
Figura 99	SOCIEDADE DE REFRIGERANTES BUÇACO, LDA. Disponível em: http://www.srb.pt/historial/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 100	PEREIRA , Gaspar Martins (2014) – <i>Unicer, Uma Longa História</i> . Porto: Unicer Bebidas de Portugal. Pág. 254
Figura 102	Portal dos Clássicos: Frascofilia & Garrafas. Disponível em: https://portalclassicos.com/foruns/index.php?threads/frascofilia-garrafas.5391/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 103	Restos de Coleção. Disponível em: https://restosdecoleccion.blogspot.com/2016/02/fabrica-de-ervejas-estrella.html Acedido a: 28/09/2020.
Figura 104	BRAGA , José Miguel; CARVALHO , Manuel Silva; DIAS , Tomás Augusto Sousa (2016) – <i>Pedras Litográficas, Coleção Silva Carvalho</i> . Porto: Norprint. Pág. 52
Figura 107	PEREIRA , Gaspar Martins (2014) – <i>Unicer, Uma Longa História</i> . Porto: Unicer Bebidas de Portugal. Pág. 286
Figura 108	O Brinquedo Antigo. Disponível em: http://obrinquedoantigo.blogspot.com/2010/04/cartaz-de-publicidade-refrigerantes.html Acedido a: 28/09/2020.

Figura 109	Portal dos Clássicos: Frascofilia & Garrafas. Disponível em: https://portalclassicos.com/foruns/index.php?threads/frascofilia-garrafas.5391/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 112	Amazon. Disponível em: https://www.amazon.com/Thirst-asks-nothing-more-Coca-Cola/dp/B07JD9Z3NT Acedido a 28/09/2020.
Figura 113	Coleção Particular Pedro Ferreira
Figura 114	Veja São Paulo. Disponível em: https://vejasp.abril.com.br/atracao/georges-melies-magico-do-cinema/ Acedido a 28/09/2020.
Figura 115	Portal dos Clássicos: Frascofilia & Garrafas. Disponível em: https://portalclassicos.com/foruns/index.php?threads/frascofilia-garrafas.5391/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 116	ESTEVES , Cátia Milene Azevedo (2012) - <i>Rótulos Portugueses de 1930 a 1980</i> . Porto: Escola Superior de Arte e Design. Dissertação de Mestrado. Pág. 15
Figura 117	ESTEVES , Cátia Milene Azevedo (2012) - <i>Rótulos Portugueses de 1930 a 1980</i> . Porto: Escola Superior de Arte e Design. Dissertação de Mestrado. Pág. 11
Figura 118	ESTEVES , Cátia Milene Azevedo (2012) - <i>Rótulos Portugueses de 1930 a 1980</i> . Porto: Escola Superior de Arte e Design. Dissertação de Mestrado. Pág. 48
Figura 119	Madeira Quase Esquecida. Disponível em: https://www.facebook.com/MadeiraQuaseEsquecida/photos/lanjada-natural-da-f%C3%A1brica-le%C3%A3or%C3%B3tulo-impresso-a-cores-1930-cfunchal-ilha-da-m/422047994498245/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 120	Coleção particular Pedro Ferreira
Figura 122	Portal dos Clássicos: Frascofilia & Garrafas. Disponível em: https://portalclassicos.com/foruns/index.php?threads/frascofilia-garrafas.5391/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 125	Portal dos Clássicos: Frascofilia & Garrafas. Disponível em: https://portalclassicos.com/foruns/index.php?threads/frascofilia-garrafas.5391/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 126	Coleção particular Tomás Faustino
Figura 129	Portal dos Clássicos: Frascofilia & Garrafas. Disponível em: https://portalclassicos.com/foruns/index.php?threads/frascofilia-garrafas.5391/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 132	Garrafas Pirogravadas com História. Disponível em: http://garrafaspirogravadascomhistoria.blogspot.com/2015/12/garrafas-dos-refrigerantes_13.html Acedido a: 28/09/2020.
Figura 133	Pinterest. Disponível em:

	https://www.pinterest.pt/pin/252272016599072998/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 147	Portal dos Clássicos: Frascofilia & Garrafas. Disponível em: https://portalclassicos.com/foruns/index.php?threads/frascofilia-garrafas.5391/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 149	Pinterest. Disponível em: https://in.pinterest.com/pin/411727590936321427/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 150	WorthPoint. Disponível: https://www.worthpoint.com/worthopedia/1946-vintage-12-month-pin-advertising-1925356953 Acedido a: 28/09/2020.
Figura 151	Pinterest. Disponível em: https://www.pinterest.ch/pin/310537336790139484/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 156	Portal dos Clássicos: Frascofilia & Garrafas. Disponível em: https://portalclassicos.com/foruns/index.php?threads/frascofilia-garrafas.5391/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 158	Blog Meu Vidago. Disponível em: http://vidagoimagens.blogspot.com/2018/11/laranjada-vidago.html Acedido a: 28/09/2020.
Figura 160	Fortalezas. Disponível em: http://fortalezas.org/index.php?ct=fortaleza&id_fortaleza=1880 Acedido a: 28/09/2020.
Figura 161	Portal dos Clássicos: Frascofilia & Garrafas. Disponível em: https://portalclassicos.com/foruns/index.php?threads/frascofilia-garrafas.5391/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 162	Beira Baixa em Antigas Imagens. Disponível em: http://beira-baixa-antigas-imagens.blogspot.com/2015/07/belmonte-castelo-angola-selo-100-ano.html Acedido a: 28/09/2020.
Figura 163	Postais Antigos. Disponível em: https://old-postcards.blogspot.com/2012/07/postais-de-torre-de-moncorvo.html Acedido a: 28/09/2020.
Figura 164	Coleção particular Albano Marques
Figura 172	Portal dos Clássicos: Frascofilia & Garrafas. Disponível em: https://portalclassicos.com/foruns/index.php?threads/frascofilia-garrafas.5391/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 173	Portal dos Clássicos: Frascofilia & Garrafas. Disponível em: https://portalclassicos.com/foruns/index.php?threads/frascofilia-garrafas.5391/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 175	Cultura Centro. Disponível em:

	https://www.culturacentro.gov.pt/pt/museus/museu-virtual-de-arte-publica/viseu/viseu/infante-d-henrique/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 177	Wikiland. Disponível em: https://www.wikiwand.com/pt/Pa%C3%A7o_Ducal_de_Vila_Vi%C3%A7osa Acedido a: 28/09/2020
Figura 179	Manuseado. Disponível em: https://www.wikiwand.com/pt/Pa%C3%A7o_Ducal_de_Vila_Vi%C3%A7osa Acedido a: 28/09/2020
Figura 182	Portal dos Clássicos: Frascofilia & Garrafas. Disponível em: https://portalclassicos.com/foruns/index.php?threads/frascofilia-garrafas.5391/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 183	Portal dos Clássicos: Frascofilia & Garrafas. Disponível em: https://portalclassicos.com/foruns/index.php?threads/frascofilia-garrafas.5391/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 185	Coleção particular Pedro Ferreira
Figura 190	Chaves Antiga. Disponível em: https://chavesantiga.blogs.sapo.pt/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 191	MATOS , Heitor Correia de (1968) – O <i>Vilarealense</i> . 89.º Ano – 1968, n.º 19 – Quinta-feira, 4 de julho, 3.º fl. Acessível no Arquivo Municipal de Vila Real. Pág. 3
Figura 193	Câmara Municipal Seixal. Disponível em: http://www.cm-seixal.pt/festas-populares-1/2015/festas-populares-de-s-pedro Acedido a: 28/09/2020.
Figura 195	Póvoa de Varzim. Disponível em: https://www.cm-pvarzim.pt/noticias/festas-de-santo-antonio-e-sao-tiago/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 197	Notícias de Coimbra. Disponível em: https://www.noticiasdecoimbra.pt/mira-cancela-festas-de-sao-tome-de-mira-e-pondera-a-realizacao-de-todos-os-eventos-ate-ao-final-do-ano/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 199	Festa de São Sebastião Vale de Prazeres. Disponível em: https://www.facebook.com/events/vale-de-prazeres-castelo-branco-portugal/festa-de-s%C3%A3o-sebasti%C3%A3o-vale-de-prazeres/1611130555828715/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 201	Radio Nova Antena. Disponível em: http://radionovaantena.com/2013/07/26/festas-em-santiago-do-escoural-de-26-a-29-de-julho/ Acedido a: 28/09/2020.
Figura 202	Garrafas Pirogravadas com História. Disponível em: http://garrafaspirogravadascomhistoria.blogspot.com/2018/02/garrafa-dos-refrigerantes-santa.html Acedido a: 28/09/2020.
Figura 203	Blogue do Minho. Disponível em:

	https://bloguedominho.blogs.sapo.pt/caminha-festeja-a-santa-rita-de-cassia-12899765 Acedido a: 28/09/2020.
Figura 205	Câmara Municipal de Viana do Castelo. Disponível em: http://www.cm-viana-castelo.pt/pt/agenda-cultural/festas-em-honra-de-santa-luzia-15 Acedido a: 28/09/2020.
Figura 207	Festas Taurinas. Disponível em: http://festastaurinas-populares.blogspot.com/2018/03/lamede-coimbra-festas-de-sao-jorge-2018.html Acedido a: 28/09/2020

Apêndices

Nota Preambular ao Apêndice

Para melhor compreensão dos apêndices que se seguem, desenvolve-se aqui uma pequena nota introdutória referente a cada um deles.

No Apêndice 1 - *Imagens*, foram colocadas as figuras respetivamente numeradas, da 67 a 207, que, por impossibilidade de formatação, não conseguimos introduzir no corpo de texto.

O Apêndice 2 – *Documentos Transcritos*, integra um conjunto de transcrições integrais de quatro documentos distintos. Os dois primeiros documentos reproduzem textualmente a correspondência trocada entre o Governador Civil do distrito de Bragança e os Presidentes das Câmaras Municipais dos Concelhos de Bragança e Moncorvo. É aqui abordada a afixação dos editais que anunciavam a abertura de duas fábricas com produção de refrigerantes nos respetivos municípios. O documento 3 corresponde a uma carta de Daniel Gonçalves destinada ao Presidente da Câmara Municipal do Concelho de Bragança. Este pretende licenciar a publicidade que se encontra presente na sua furgonete e na sua fábrica de laranjadas. Devido ao facto de ser um documento manuscrito, existem algumas palavras que não se encontravam legíveis. Neste sentido, sempre que não era possível a sua leitura, optou-se pela colocação da expressão «(ilegível)» para as sinalizar. O quarto e último documento reproduz o texto presente numa brochura comemorativa do quinquagésimo aniversário da Empresa de Refrigerantes Altamira Lda. Este apresenta uma história sintética da fábrica e dos momentos chave que a marcaram. São ainda descritos alguns aspetos técnicos da medalha que esta brochura acompanhava.

No Apêndice 3 – *Tabela de Classificação Morfológica do Vasilhame*, é apresentado um modelo de organização e catalogação dos aspetos formais das garrafas. Pretende-se que os oito campos selecionados facilitem o enquadramento das tipologias em estudo, fornecendo uma descrição analítica de cada uma delas. Numa leitura da esquerda para a direita, surge, em primeiro, o *Registo fotográfico*, onde se apresenta uma fotografia ilustrativa de cada exemplar tipológico identificado. As figuras utilizadas na presente tabela resultam de registos fotográficos de exemplares pertencentes à coleção do autor. Segue-se a *Tipologia*, que corresponde ao nome atribuído a cada um

dos exemplares. Apesar da terminologia utilizada para cada um deles não ser oficial, é comumente aceite no universo do colecionismo, tendo sido possivelmente gerada nesse meio; *Descrição*, onde se expõe uma breve análise morfológica da peça; *Cronologia (est.)*, onde se pretende apontar e circunscrever um período estimado de circulação destes objetos; *Fábrica vidreira*, onde são referidas as indústrias que produziam o vasilhame com as características descritas; *Conteúdo líquido*, onde se especifica o tipo de bebida destinada a cada garrafa; *Capacidade (cc)*, que se encontra expressa em centímetros cúbicos e, por fim, a *Geografia de utilização*, onde se apontam as zonas geográficas de distribuição destas tipologias.

Por fim, no Apêndice 4 - *Proposta de Inventariação do Vasilhame por Unidade Fabril*, são exibidos dois exemplos preenchidos de uma mesma ficha de Inventário. Pretende-se que o modelo de inventariação apresentado ajude a organizar de forma operativa e sistémica as fábricas de refrigerante e a sua respetiva produção. Neste sentido, cada ficha de inventário é referente a uma única unidade industrial e ao vasilhame por ela comercializado. As fichas encontram-se corretamente identificadas e numeradas de 1 a 2 no seu topo. Seguem-se os campos referentes à unidade fabril, onde é apresentado o nome da fábrica, nome do fabricante e a sua geografia de implantação. A fábrica encontra-se também numerada através da referência F(fábrica)00x. O segundo corpo de registo é referente ao vasilhame comercializado, composto pelos seguintes campos: *Registo Fotográfico*, onde se apresenta uma fotografia ilustrativa da garrafa e respetiva numeração, através da referência G(garrafa)00x; *Marca*, onde é identificada a marca da garrafa de refrigerante em análise; *Descrição da Garrafa*, onde se realiza uma breve análise do recipiente vítreo; *Descrição do Rótulo*, onde se aborda o tipo de impressão, (em papel ou pirogravura), e os aspetos formais; *Cronologia de Fabrico (est.)*, onde se aponta uma estimativa de fabrico do objeto em estudo; *Cronologia de Circulação (est.)*, onde se aponta o período estimado de circulação; *Conteúdo Líquido*, referente ao tipo de bebida a que a garrafa se destinava; *Capacidade (cc)*, relativa à capacidade da garrafa em centímetros cúbicos; *Peso e Dimensões*, análise expressa em gramas e centímetros; *Fábrica Vidreira*, onde se apresenta a produtora da garrafa; *Geografia de Distribuição*, referente à região de influência das unidades fabris de

refrigerante; Por fim, o campo das *Observações*, destinado a eventuais comentários necessários à análise do objeto e que não se enquadrem em nenhum dos outros campos.

Apêndice 1 – Imagens



Figura 67 – Garrafa dos Refrigerantes Polo, Belmonte



Figura 68 – Garrafa dos Refrigerantes Santa Rita



Figura 69 – Garrafa dos Refrigerantes Lusita, Coimbra



Figura 70 – Garrafa não identificada



Figura 71 – Garrafa dos Refrigerantes São Marçal, Outorela



Figura 72 – Garrafa das Indústrias Cristina, Portimão



Figura 73 – Garrafa dos Refrigerantes José Marreiros Freira, Belmonte



Figura 74 – Garrafa dos Refrigerantes Sepol, Guarda



Figura 75 – Exemplo de garrafa lapidada de Vinho do Porto



Figura 76 – Garrafa da Casa Ideal, Lisboa



Figura 77 – Garrafa dos Refrigerantes A Sempre Vencedora, Ourique

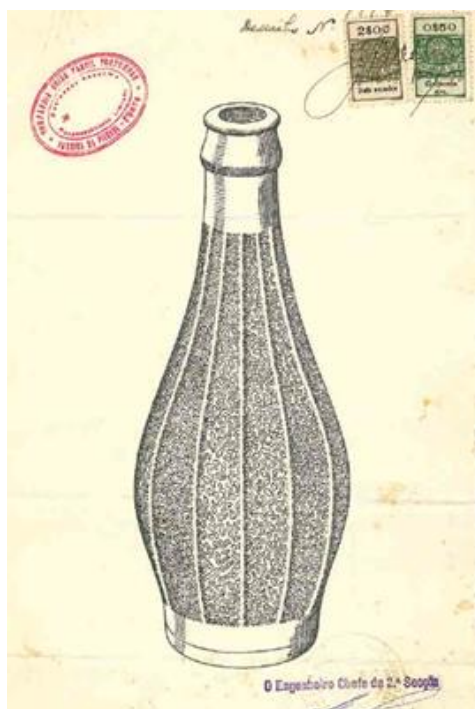


Figura 78 – Projeto da garrafa granitada da CUF



Figura 79 – Garrafa dos Refrigerantes Simon, Vila Real de Santo António



Figura 80 – Garrafa dos Refrigerantes O Melhor, Tavira



Figura 81 – Garrafa dos Refrigerantes Sabuga, Sintra



Figura 82 – Rótulo dos Refrigerantes Hermínios, Gouveia



Figura 83 – Rótulo da Gasosa Limão CUFP



Figura 84 – Rótulo de pirolito Golfinho, Lamego



Figura 87 – Garrafa dos Refrigerantes Baia, Quinta da Barquinha



Figura 88 – Garrafa dos Refrigerantes Capela, Quinta da Barquinha



Figura 89 – Pirolito da Fábrica da Quintinha



Figura 90 – Pirolito Aniceto Couto



Figura 91 – Rótulo da Fábrica da Fontinha, Alfarelos



Figura 92 – Garrafa dos Refrigerantes Camor, Aviero



Figura 93 – Garrafa dos Refrigerantes Fraga, São Miguel de Poiares



Figura 94 – Rótulo dos Refrigerantes da Fábrica da Fontinha



Figura 95 – Garrafa dos Refrigerantes Fraga, São Miguel de Poiares



Figura 96 – Rótulo da Água Mineromedicinal de Melgaço



Figura 97 – Rótulo de Cerveja Preta Portugal



Figura 98 – Rótulo de Limonada Gasosa Jansen, Lisboa



Figura 99 – Rótulo de Guaraná Bussaco, Luso



Figura 100 – Rótulo da Laranjada Invicta, Porto



Figura 101 – Rótulo da Laranjada Golfinho, Lamego



Figura 102 – Garrafa dos Refrigerantes Regina, Viseu



Figura 103 – Rótulo da Cerveja Imperial, Lisboa

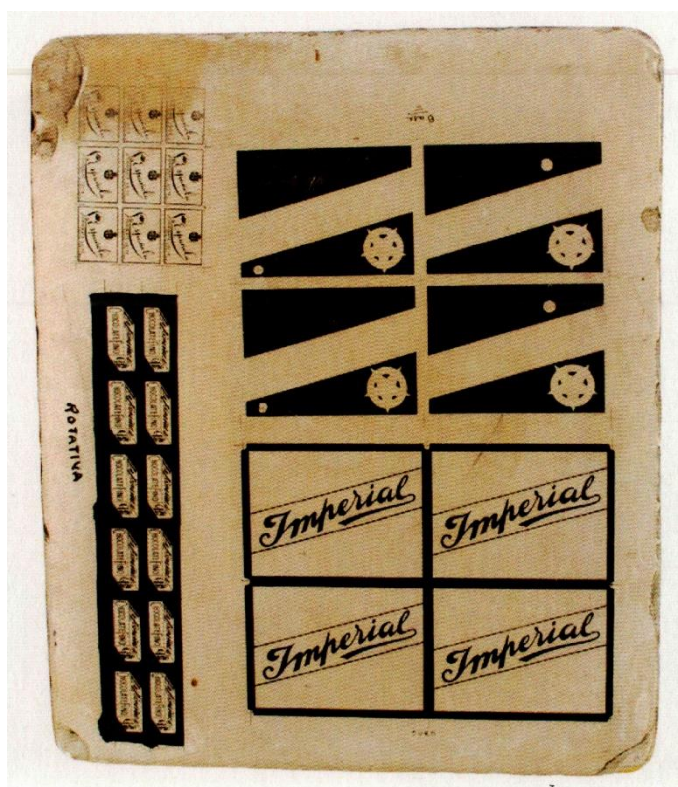


Figura 104 – Matriz litográfica do rótulo de Cerveja Imperial



Figura 105 – Rótulo da Laranjada Fabolina, Porto



Figura 106 – Rótulo dos Refrigerantes Porto Sobreiro, Cadima



Figura 107 – Rótulo da Laranjada Favorita, Porto



Figura 108 – Rótulo da Laranjada Bussaco, Luso



Figura 109 – Garrafa de Limonada Gasosa das Caeiras, Beja



Figura 110 – Garrafa da Laranjada Baiana, Belmonte



Figura 111 – Cartaz dos Refrigerantes Golfinho, Lamego, 1946



Figura 112 – Cartaz publicitário da Coca-Cola, 1938



Figura 113 – Rótulo da Laranjada Foca, Grândola



Figura 114 – Ilustração do filme de Georges Méliès, *Le voyage dans la Lune* de 1902



Figura 115 – Rótulo da Laranjada J.A.F, Sabugal



Figura 116 – Rótulo da Laranjada Estrela, Lisboa



Figura 117 – Rótulo da Laranjada Coimbra, Lisboa



Figura 118 – Rótulo da Laranjada Estrela, Lisboa



Figura 119 – Rótulo da Laranjada Natural Leão, Madeira



Figura 120 – Rótulo da Laranjada Lusita, Coimbra



Figura 121 – Garrafa dos Refrigerantes Trasmontana, Vila Real



Figura 122 – Garrafa dos Refrigerantes Primavera, Horta, Açores



Figura 123 – Garrafa dos Refrigerantes Bussaco, Luso



Figura 124 – Garrafa dos Refrigerantes Provir, Viseu



Figura 125 – Garrafa dos Refrigerantes Raiana, Idanha a Nova e Garrafa dos Refrigerantes Delta, Castelo Branco



Figura 126 – Garrafa dos Refrigerantes Bispo, Mira Daire



Figura 127 – Garrafa dos Refrigerantes Frutágua, Rio Maior



Figura 128 – Garrafa dos Refrigerantes Invicta, Porto



Figura 129 – Garrafa dos Refrigerantes Frutex, Porto



Figura 130 – Garrafa dos Refrigerantes Supol, Vila Real



Figura 131 – Garrafa dos Refrescos Madeira Dry, Madeira



Figura 132 – Cápsula metálica dos Refrigerantes Cristalina, Soito



Figura 133 – Garrafa das Gasosas *La Casera*



Figura 134 – Garrafa dos Refrigerantes Cristalina, Soito



Figura 135 – Garrafa dos Refrigerantes Camor, Aveiro



Figura 136- Garrafa das Laranja da Castelo, Bragança



Figura 137 – Garrafa da Laranja da Barrosa, Tábua



Figura 138 Garrafa da Laranjada Vale de Besteiros, Campo de Besteiros



Figura 139 – Garrafa da Gasosa Condestável, Abrunhosa do Mato



Figura 140 – Garrafa da Gasosa Glacial, Setúbal



Figura 141 – Garrafa dos Refrigerantes Genial, Aveiro



Figura 142 – Garrafa da Limonada gasosa Avenida, Santiago do Cacém



Figura 143 – Rótulo dos Refrigerantes Porto Sobreiro, Cadima



Figura 144 – Garrafa dos Refrigerantes Tó Sumo, Póvoa de Varzim



Figura 145 – Garrafa dos Refrigerantes Brigantina, Bragança

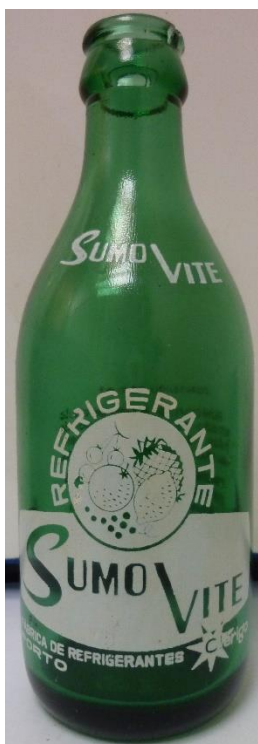


Figura 146 – Garrafa dos Refrigerantes Sumo Vite, Porto



Figura 147 – Rótulo dos Refrigerantes Formosinha, Vale Formoso



Figura 148 – Rótulo dos Refrigerantes Imperial, Tabuaço



Figura 149 – Ilustração Pin Up “I’ll Say So”, década de 40, Rolf Armstrong

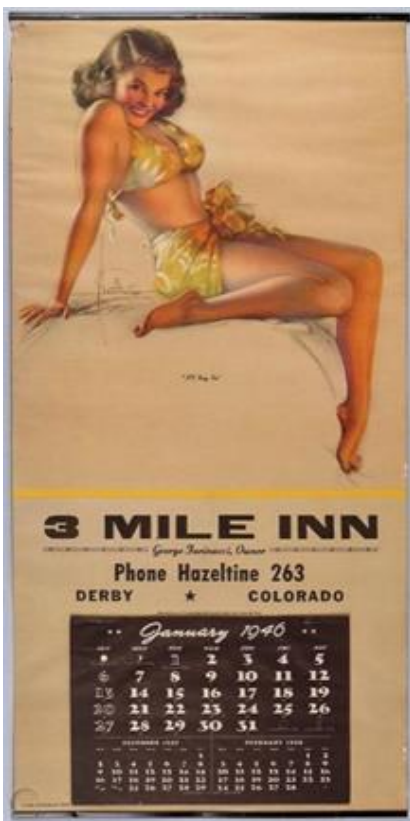


Figura 150 – Calendário para 1946

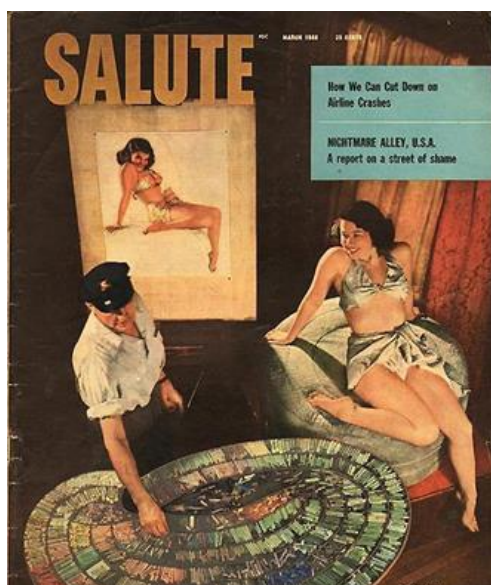


Figura 151 – *Salute Magazine*, março de 1948



Figura 152 – Garrafa dos Refrigerantes Formosinha, Vale Formoso



Figura 153 – Garrafa de Gasosa Chiquita, Belmonte



Figura 154 – Garrafa de Limonada gasosa Catraia, Fundão



Figura 155 – Garrafa dos Refrigerantes Flor do Sor, Ponte de Sor



Figura 156 – Garrafa dos Refrigerantes Tricana, Figueira da Foz



Figura 157 – Garrafa de Gasosa Minhota, Figueira da Foz



Figura 158 – Rótulo da Laranjada de Vidago, Vidago



Figura 159 – Rótulo dos Refrigerantes Serranita, Lousã



Figura 160 – Bilhete postal ilustrado, onde figura um desenho do castelo de Belmonte, 1938



Figura 161 – Rótulo da Laranjada Polo, Belmonte



Figura 162 – Selo comemorativo do V centenário do nascimento de Pedro Alvares Cabral 1468-1968



Figura 163 – Bilhete postal ilustrado, Igreja Matriz de Moncorvo



Figura 164 – Rótulo da Laranjada A Torre, Moncorvo



Figura 165 – Garrafa dos Refrigerantes Baiana, Belmonte



Figura 166 – Garrafa da Laranjada D. Fuas Roupinho, Porto de Mós



Figura 167 – Garrafa da Limonada Baluarte, Campo Maior



Figura 168 – Garrafa da Laranja Espada, Vila Nova de Ourém



Figura 169 – Garrafa da Gasosa Aqueduto, Elvas



Figura 170 – Garrafa de Laranjada Fontelina, Viseu



Figura 171 – Garrafa dos Refrigerantes Prazeres, Vale de Prazeres



Figura 172 – Garrafa dos Refrigerantes Serra da Estrela, Gouveia



Figura 173 – Garrafa dos Refrigerantes Grutina, Mira De Aira



Figura 174 – Garrafa dos Refrigerantes Infante, Viseu



Figura 175 – Estátua do infante da autoria de Joaquim Martins Correia, 1960



Figura 176 – Garrafa dos Refrigerantes Calipolense, Vila Viçosa



Figura 177 – Estátua equestre de D. João IV da autoria de Francisco Franco, 1940



Figura 178 – Garrafa dos Refrigerantes Condestável, Abrunhosa do Mato



Figura 179 – Capa da Crónica do Condestável de Portugal da autoria de Martins Barata, 1936



Figura 180 – Garrafa dos Refrigerantes Alto Minho, Monção



Figura 181 – Garrafa dos Refrigerantes Josicol, Cartoxo



Figura 182 – Garrafa dos Refrigerantes Primavera, Horta, Açores



Figura 183 – Garrafa dos Refrigerantes Algarvia, Vila Real de Santo António



Figura 184 – Garrafa dos Refrigerantes Massano, Estremoz



Figura 185 – Garrafa dos Refrigerantes Vital, Alenquer



Figura 186 – Garrafa dos Refrigerantes Olímpio, Castelo de Vide

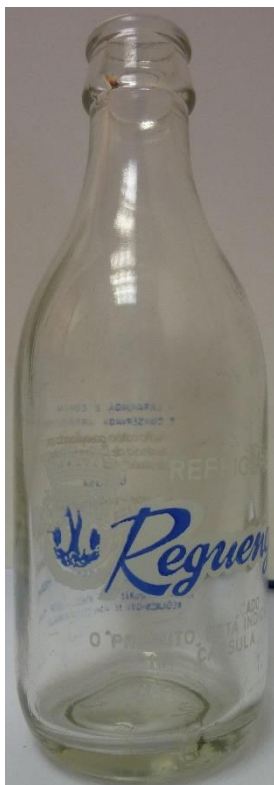


Figura 187 – Garrafa dos Refrigerantes Reguengos, Reguengos de Monsaraz



Figura 188 – Garrafa dos Refrigerantes Ourique, Ourique



Figura 189 – Garrafa da Laranjada Império, Aljubarrota



Figura 190 – Anúncio publicitário da Laranjada Tâmega, 1949

FÁBRICA

— DE —

REFRIGERANTES

Joaquim Lopes Carreira & C.^a L.^{da}

Av. 5 de Outubro VILA REAL Telef. 22636



Em virtude de a Fábrica de Refrigerantes «Trasmontana» de Vila Real, ter inúmeros compromissos com os seus dedicados clientes, de há mais de uma dezena de anos, e não ter stoc suficiente para fornecer o XV Circuito Internacional de Vila Real, embora possua os mais modernos processos de enchimento, capsulagem e filtragem respectiva, conquanto as preciosas águas de Vila Real não precisem de tão modernas filtrações, porque elas próprias já são puríssimas da Serra,—qualquer revendedor que necessite dos produtos desta tão afamada marca, queira dirigir-se a Joaquim Lopes Carreira ou pelo Telefone ao n.º 22.636.

Vilarealenses,—continuai a ser bairristas! Preferi sempre os produtos da única indústria da vossa terra!

Figura 191 – Anúncio publicitário dos Refrigerantes Trasmontana, 1968



Figura 192 – Garrafa dos Refrigerantes S. Pedro, Seixal



Figura 193 – Cartaz das Festas Populares de S. Pedro, Seixal



Figura 194 – Garrafa dos Refrigerantes Stº. António, Póvoa de Varzim



Figura 195 – Cartaz das Festas de St.º António e S. Tiago, Póvoa de Varzim



Figura 196 – Garrafa dos Refrigerantes São Tomé, Mira



Figura 197 – Cartaz das Festas de S. Tomé, Mira



Figura 198 – Garrafa dos Refrigerantes S. Sebastião, Vale de Prazeres



Figura 199 – Cartaz das Festas em Louvor de Mártir S. Sebastião, Vale de Prazeres



Figura 200 – Garrafa dos Refrigerantes São Tiago, Santiago do Escoural



Figura 201 – Cartaz das Grandiosas Festas e Feira Anual, Santiago do Escoural



Figura 202 – Garrafa dos Refrigerantes Santa Rita, Caminha



Figura 203 – Cartaz das Festas de Santa Rita de Cássia, Caminha



Figura 204 – Garrafa dos Refrigerantes Santa Luzia, Viana do Castelo

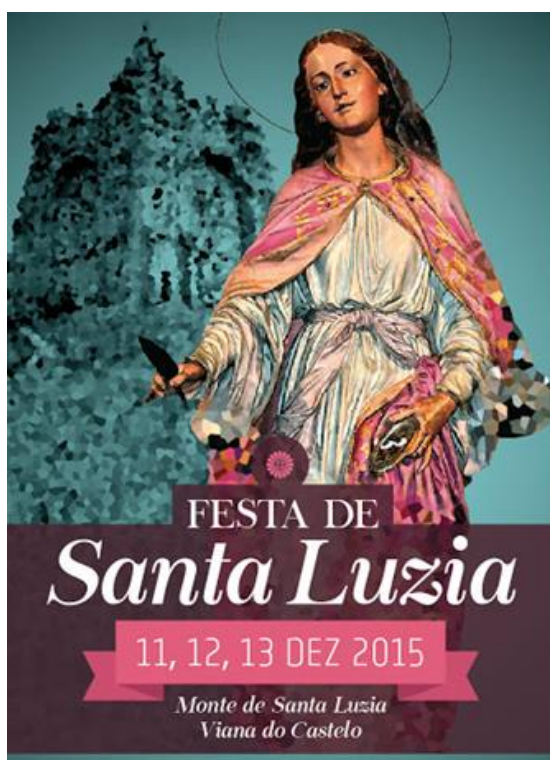


Figura 205 – Cartaz das Festas de Santa Luzia, Viana do Castelo



Figura 206 – Garrafa dos Refrigerante São Jorge, Cantanhede



Figura 207 – Cartaz das Festas de São Jorge, Leme, Cantanhede

Apêndice 2 – Documentos Transcritos

Documento 1

CARMONA, António João [Carta] – 1952 abril 26 – Bragança [a] Presidente da Camara Municipal do Concelho de Bragança [Impresso]. 1952. 1 fl. Acessível no Arquivo Municipal de Bragança.

“Exm^o. Senhor

Presidente da Câmara Municipal do Concelho de Bragança

Para os devidos efeitos, junto envio a V. Ex^a. o edital referente a:

José Maria Gomes & Filhos, para exploração de uma torrefação manual de cacau e fábrica de chocolate e refrigerantes.

Depois da publicação deste edital deverá V. Ex^a. fazer a fineza de ordenar que me sejam enviadas as respetivas certidões de afixação e o exemplar do jornal em que for publicado o anúncio.

A despesa com os emolumentos, publicação e aposição de selos fiscais, será processada a favor deste Governo Civil, contra factura devidamente autenticada e documentada.

Informo V. Ex^a. que a publicação no jornal deve ser feita de acordo com o original que se envia, e que as despesas provenientes de quaisquer acrescentos ao mesmo correrão por conta dessa Câmara Municipal.

Cumprimento V. Ex^a.

A Bem da Nação

BRAGANÇA,

26 de Abril de 1952

NO IMPEDIMENTO DO GOVERNADOR CIVIL,
O SECRETÁRIO DO GOVERNADOR CIVIL,
António João Carmona.”

Documento 2

PIRES, Armando Valfredo [Carta] – 1953 março 31 – Bragança [a] Presidente da Camara Municipal do Concelho de Moncorvo [Impresso]. 1953. 1 fl. Acessível no Arquivo Municipal de Bragança.

“Exm^o. Senhor

Presidente da Câmara Municipal do Concelho de Moncorvo

Para os devidos efeitos, junto envio a V. Ex^a. o edital referente a:

António Júlio Camelo, para a instalação de uma fábrica de refrigerantes com exclusão dos vinhos, situada nessa vila;

Júlio Manuel Macedo, para instalação de uma garagem para recolha de automóveis com oficina de reparação.

Depois da publicação deste edital deverá V. Ex^a. fazer a fineza de ordenar que me seja enviada a respetiva certidão de afixação e o exemplar do jornal em que for publicado.

A despesa com os emolumentos, publicação e aposição de selos fiscais, será processada a favor deste Governo Civil, contra factura devidamente autenticada e documentada.

Informo V. Ex^a. que a publicação no jornal deve ser feita de acordo com o original que se envia e que a despesa proveniente de qualquer acréscimo ao mesmo correrá por conta dessa Câmara Municipal.

A bem da Nação

Bragança,

31 de Março de 1953

O GOVERNADOR CIVIL,
Armando Valfredo Pires.”

Documento 3

GONÇALVES, Daniel [Carta] – 1954 abril 29 – Bragança [a] Presidente da Câmara Municipal do Concelho de Bragança [Manuscrito]. 1954. 1 fl. Acessível no Arquivo Municipal de Bragança.

“Exm^o. Senhor Presidente da Câmara Municipal do Concelho de Bragança

Daniel Gonçalves, casado (ilegível) residente no Largo do Toural desta cidade, proprietário da furgonete R.14.12-89 (ilegível) que tem as letras e dizeres seguintes (Laranjada Castelo Telefone 181) no lado direito e esquerdo nas portas da retaguarda Laranjada Castelo Bragança, e na fábrica de refrigerantes na frente, os dizeres seguintes, Laranjada Castelo, vem muito respeitosamente pedir a V. Ex.^a. para que se digne mandar passar a respetiva licença.

Pede deferimento

A Bem da Nação

Bragança, 29 Abril 1954

Daniel Gonçalves”

Documento 4

REFRIGERANTES ALTAMIRA LDA. (1997) – 50 Anos, 1947-1997, Refrigerantes Altamira Lda. Brochura comemorativa dos cinquenta anos da firma. [Acessível em: Coleção Particular Agostinho Gomes].

“A *REFRIGERANTES ALTAMIRA* foi constituída por escritura pública, lavrada na secretaria notarial de Viana do Castelo, em 19 de Fevereiro de 1947. Nascida no Largo de Altamira, donde lhe vem o nome, tem como objecto a indústria e o comércio de refrigerantes. O capital inicial era de 30 mil escudos, subscrito por sete associados, entretanto falecidos. Em 1959, erigiu nova unidade fabril no Largo do Infante D. Henrique. Ali estabeleceu a sede, tornando-se desde então conhecida como *a fábrica dos pirolitos*, pela popularidade crescente das gasosas «Santa Luzia». Obrigada a interromper temporariamente o fabrico em Fevereiro de 1992, apontou todas as capacidades para a distribuição. Ao completar 50 anos, tendo como principal suporte produtos da Unicer, abastece mais de mil postos de venda, nos concelhos de Viana do Castelo e Caminha.

A medalha comemorativa do meio século de existência, com uma tiragem de 1300 exemplares, foi fundida em cobre pela firma Metalorte, de Gondomar, e concebida pelo artista vianense António Araújo Soares, também autor do logotipo da Refrigerantes Altamira Lda. O pintor Araújo Soares tornou-se internacionalmente famoso pela mestria com que, nos seus óleos e aguarelas, empresta cor às gentes e costumes do Alto Minho.”

**Apêndice 3 – Tabela de Classificação Morfológica do Vasilhame
Comercializado em Portugal**

Registo Fotográfico	Tipologia	Descrição	Cronologia de Fabrico (est.)	Fábrica vidreira	Conteúdo líquido	Capacidade (cc)	Geografia de utilização
	Jarrinha ou Bilha	Altura padrão. Alarga no sopé do gargalo e volta a estreitar até à base. Vidro verde ou castanho muito fino.	Décadas de 50 e 60 do século XX.	Ricardo Gallo (GR) Santos Barosa (SB)	Laranjada	250cc	Beira Baixa Beira Litoral Estremadura Baixo Alentejo
	Pote	Garrafa baixa e de volumetria bojuda no seu corpo. Vidro verde, castanho ou neutro.	Décadas de 50 e 60 do século XX.	Ricardo Gallo (GR) Santos Barosa (SB)	Laranjada Gasosa	250cc	Beira Alta Beira Baixa Beira Litoral Estremadura Ribatejo
	Garrafa padrão ou "formato Sumol"	Altura padrão. Transição do pescoço para o corpo com curvatura suave. Diâmetro do corpo constante. Vidro verde, castanho ou neutro.	Décadas de 60, 70 e 80 do século XX.	Ricardo Gallo (GR) Santos Barosa (SB)	Laranjada Gasosa Sumo	250cc	Todo o território nacional continental e insular.
	Garrafa cônica	Altura padrão. Transição do gargalo para o corpo em angulo reto. Diâmetro do corpo constante. Vidro verde ou neutro.	Décadas de 70, 80 e 90 do século XX.	Ricardo Gallo (GR) Santos Barosa (SB)	Laranjada Gasosa Sumo	250cc	Todo o território nacional continental e insular.

	Garrafa gravada em alto-relevo	Garrafa de forma distinta e variada. Altura e largura variável. Gravada em alto-relevo. Vidro incolor ou verde (incomum).	Com maior incidência nos anos 30 e 40 do século XX, não tendo, no entanto, sido abandonada depois disso.	Ricardo Gallo (GR) Santos Barosa (SB)	Laranjada Limonada Gasosa Sumo Cola	200cc 250cc 300cc	Todo o território nacional continental e insular.
	Garrafa "tipo" cerveja.	Garrafa alta e de pescoço longo. Alarga na base deste, mantendo de seguida um diâmetro consistente. Vidro verde, castanho ou neutro (incomum). Pode apresentar ligeiras variações formais.	Desde os finais do século XIX até à década de 60 do século XX.	Pataias (P) Rego Lameiro (RL) Ricardo Gallo (GR) Santos Barosa (SB)	Laranjada Cerveja	300cc	Todo o território nacional continental e insular.
	Garrafa alongada ou de meia gasosa	Garrafa alongada, estreita e de pescoço fino. Transição suave do pescoço para o corpo. Diâmetro constante no corpo. Vidro verde, castanho ou neutro.	Desde os princípios do século XX até aos anos 60.	Ricardo Gallo (GR) Santos Barosa (SB)	Água gaseificada Limonada Gasosa Laranjada Cola	250 cc 300 cc	Todo o território nacional continental e insular.

	Garrafa de pirolito ou “Codd Bottle”	Garrafa alta e sem pescoço pronunciado. Apresenta um berlinde no interior e três apertos para impedir a sua livre movimentação. Vidro neutro ou verde (incomum). Espessura do vidro variável. Pode apresentar ligeiras variações formais.	Desde os finais do século XIX até à década de 60 do século XX.	Barbosa & Almeida (BA) Cabo Mondego (CM) Centro Vidreiro (CV) Dâmaso dos Santos (DS) Ferreira Custódio (FC) Pataias (P) Ricardo Gallo (GR) Santos Barosa (SB) Vidreira Portuguesa (VP)	Limonada Gasosa	250 cc 300 cc	Todo o território nacional continental e insular.
--	---	--	---	---	------------------------	-----------------------------	--

	Garrafa Barrett	Garrafa alta com pescoço curto. Corpo longo com diâmetro constante. Apresenta uma bala em madeira no seu interior. Vidro neutro e de grande espessura.	Finais do século XIX.	Barrett & Ellers	Limonada Gasosa	300 cc	Porto
	Sifão	Garrafa de grandes dimensões. Apresenta um doseador metálico acoplado no topo. Vidro neutro e de grande espessura.	Finais do século XIX e princípios do século XX.		Limonada gasosa Água Gaseificada Outras bebidas com sabor	1000 cc	Porto Lisboa

Apêndice 4 – Proposta de Inventariação do Vasilhame por Unidade Fabril

Ficha de Inventário Nº1.

Ficha de Inventário Nº1											
Fábrica	Vilarrealense (Fábrica de Refrigerantes)			F001							
Proprietário	Joaquim Lopes Carreira										
Geografia	Vila Real, Trás-Os-Montes, Portugal										
Registo Fotográfico	Marca	Descrição da Garrafa	Descrição do Rótulo	Cronologia de Fabrico (est.)	Cronologia de circulação (est.)	Conteúdo líquido	Capacidade (cc)	Peso e Dimensões	Fábrica vidreira	Geografia de Distribuição	Observações
	Trasmontana	Garrafa padrão ou “formato Sumol”. Vidro neutro de fundo arredondado.	Rótulo oval pirogravado. Amarelo e preto. Presença de um copo no canto direito.	Década de 60.	Décadas de 60, 70 e 80 do século XX.	Refrigerante	250 cc		Ricardo Galo (RG)	Distrito de Vila Real, com maior incidência no sul.	
G001											
	Trasmontana	Garrafa padrão ou “formato Sumol”. Vidro neutro de fundo arredondado.	Rótulo oval pirogravado. Branco e laranja. Presença de um copo no canto direito.	Década de 60 do século XX.	Décadas de 60, 70 e 80 do século XX.	Refrigerante	250 cc		Ricardo Galo (RG)	Distrito de Vila Real, com maior incidência no sul.	
G002											

	Brisa	Garrafa padrão ou “formato Sumol”. Vidro verde de fundo arredondado.	Rótulo retangular pirogravado. Branco e vermelho. Motivos geométricos.	Década de 60 do século XX.	Década de 60, 70 e 80 do século XX.	Laranjada	250 cc		Ricardo Galo (RG)	Distrito de Vila Real, com maior incidência no sul.	
G003											

Ficha de Inventário Nº2.

Ficha de Inventário Nº2											
Fábrica	Massano (Fábrica de Refrigerantes) F002										
Proprietário	Estevão António Massano										
Geografia	Estremoz, Alentejo, Portugal										
Registo Fotográfico	Marca	Descrição da Garrafa	Descrição do Rótulo	Cronologia de Fabrico (est.)	Cronologia De Circulação (est.)	Conteúdo líquido	Capacidade (cc)	Peso e Dimensões	Fábrica vidreira	Geografia de Distribuição	Observações
	Massano	Garrafa em alto-relevo. Vidro incolor e espiralado no sopé do pescoço.	Rótulo retangular pirogravado. Branco e azul. Vista do castelo e cidade de Estremoz.	Década de 50 século XX.	Década de 50 e 60 do século XX.	Limonada gasosa	300 cc		Ricardo Galo (RG)	Região de Estremoz	
G004											

	Massano	Garrafa padrão ou “formato Sumol”. Vidro verde de fundo arredondado.	Rótulo pirogravado de tendência retangular. Azul claro. Presença do brasão concelhio.	Década de 60 do século XX.	Década de 60 do século XX.	Laranjada	250 cc		Ricardo Galo (RG)	Região de Estremoz	
G005											
	Massano	Garrafa padrão ou “formato Sumol”. Vidro neutro de fundo arredondado.	Rótulo pirogravado de tendência ovalada. Branco e preto. Presença do brasão concelhio.	Década de 60 do século XX.	Década de 60 do século XX.	Gasosa	250 cc		Ricardo Galo (RG)	Região de Estremoz	
G006											

