

A «INVENÇÃO DAS TRADIÇÕES» E A HISTÓRIA NAS MARCAS DE VINHO DO PORTO. O CASO KÖPKE

GASPAR MARTINS PEREIRA*

Resumo: Na longa história das marcas e denominações de origem, o vinho do Porto assumiu um reconhecido pioneirismo, nacional e internacional, decorrente da importância comercial adquirida em mercados distantes da região de produção, sobretudo o britânico, bem como da forte competitividade entre os agentes envolvidos nesse comércio. Mas, se a história do vinho do Porto é conhecida nas suas linhas gerais, não pode dizer-se o mesmo relativamente à história das diversas empresas e marcas comerciais, que, buscando valorizar a tradição como elemento de distinção e prestígio, criaram a sua própria história, frequentemente lendária, sem fundamentação documental plausível. Resultado de uma longa indiferença da historiografia portuguesa pela história de um dos produtos mais importantes e mais precocemente internacionalizados da economia portuguesa, essa situação tem vindo a alterar-se nas últimas décadas, permitindo descobrir, simultaneamente, novas orientações de pesquisa. No campo específico das marcas comerciais, como tentaremos demonstrar a partir do caso da empresa/marca Köpke, os investigadores têm hoje a dupla missão de construir a história dessas empresas e marcas e de desconstruir e interpretar as «tradições inventadas» que lhes foram, em muitos casos, associadas ao longo do tempo.

Palavras-chave: vinho do Porto; marcas; tradições; história; Köpke.

Abstract: In the long history of brands and appellations of origin, Port wine has assumed a recognised pioneering role, both nationally and internationally, due to the commercial importance acquired in markets far from the production region, especially the British, as well as the strong competitiveness between the agents involved in this trade. But if the history of Port wine is known in its general lines, the same cannot be said about the history of the various companies and commercial brands which, seeking to value tradition as an element of distinction and prestige, created their own history, often legendary, without reasonable documentary basis. Due to a long indifference of Portuguese historiography towards the history of one of the most important and earliest internationalised products of the Portuguese economy, this situation has been changing in recent decades, allowing for the discovery of new research directions. In the specific field of trademarks, as we will try to demonstrate from the case of the company/brand Köpke, researchers today have the dual mission of building the history of these companies and brands and deconstructing and interpreting the «invented traditions» that have often been associated with them over time.

Keywords: Port wine; brands; traditions; history; Köpke.

INTRODUÇÃO

Na história das marcas e denominações de origem, o vinho do Porto assumiu um reconhecido pioneirismo, nacional e internacional, decorrente da importância comercial que adquiriu em mercados distantes da região de produção, sobretudo o britânico, a partir de finais do século XVII, bem como da forte competitividade entre os agentes envolvidos nesse comércio. Mas, se a história do vinho do Porto é conhecida nas suas

* FLUP-CITCEM. O autor não segue o Acordo Ortográfico de 1990.

linhas gerais, não pode dizer-se o mesmo relativamente à história das diversas empresas e marcas comerciais. Muitas delas com raízes centenárias, têm procurado valorizar a tradição como elemento de distinção e prestígio, criando a sua própria história, frequentemente efabulada e sem fundamentação documental consistente, que se vai repetindo de geração em geração. Esta situação, resultante quer de uma longa indiferença da historiografia portuguesa pela história de um dos produtos mais importantes e mais precocemente internacionalizados da economia portuguesa quer da desconfiança das empresas de vinho do Porto face aos historiadores, tem vindo a alterar-se nas últimas décadas. Como aconteceu em outros sectores, a relação entre os historiadores e as empresas passou do «desinteresse mútuo» a diversas formas de colaboração e de diálogo¹. Por um lado, os historiadores descobriram na documentação empresarial um manancial de fontes para o estudo das dinâmicas económicas e sociais, da modernização técnica, do processo de industrialização, da organização empresarial ou do envolvimento nos mercados. Por outro, uma nova geração de empresários não só deixou de sentir a desconfiança tradicional face aos historiadores como os considerou colaboradores essenciais para construir ou reconstruir a história da empresa, entendida como elemento de prestígio e valorização da sua identidade, tradição e imagem de marca. Desde o final do século XX, a bibliografia sobre a sua história do vinho do Porto aumentou exponencialmente. Algumas empresas começaram a prestar maior atenção aos seus arquivos e a tornar mais fácil o acesso a essa informação. No campo específico das marcas comerciais, como tentaremos demonstrar nesta breve comunicação, a partir do *case study* da Köpke, que continua a ser apresentada como a marca mais antiga de vinho do Porto, com uma narrativa criada em finais do século XIX e sucessivamente repetida, com maiores ou menores variações, até aos nossos dias, a investigação sobre a história das empresas e das marcas permite desconstruir e interpretar a «invenção das tradições» que lhes foram associadas ao longo do tempo.

1. MARCAS E TRADIÇÃO

No sector do vinho do Porto, há marcas de firmas comerciais ligadas a famílias de mercadores cuja actividade remonta ao século XVIII ou mesmo à segunda metade do século XVII. Mas só em finais do século XIX as empresas passaram a encarar as suas marcas como activos estratégicos no seu posicionamento em mercados cada vez mais competitivos, num contexto de globalização do comércio, de novas formas de organização empresarial e das cadeias de distribuição, da difusão de legislação protectora de marcas de fabrico e de comércio e sua crescente harmonização internacional, face à proliferação de imitações e falsificações. Simultaneamente, o desenvolvimento dos meios de comunicação e da publicidade estimulou as empresas a investirem na promoção e na imagem

¹ MENDES, 2003: 141.

de prestígio das suas marcas, através de representações visuais e discursos facilmente identificáveis pelos consumidores. Procurou-se associar a imagem da marca a valores de distinção², incidindo na notoriedade e reconhecimento do produtor, nas características de qualidade e genuinidade do produto, na autenticidade da sua origem ou, ainda, na relação afectiva com os mercados e os consumidores.

Se analisarmos rótulos de vinhos do Porto ou anúncios publicitários publicados na imprensa periódica de finais do século XIX e inícios do século XX, facilmente descobrimos a importância conferida ao nome e atributos do produtor ou do negociante (títulos, condecorações, etc.), ao reconhecimento da qualidade dos vinhos, nomeadamente através da reprodução de medalhas conquistadas em exposições internacionais, à pureza e características especiais do vinho (*Vintage*, *Velho*, *Very Old*, *Extra*, *Especial*, etc.) e à sua proveniência exclusiva da região do Alto Douro e, em certos casos, a identificação com determinados mercados (Brasil, Inglaterra, etc.) e consumidores, quer nos nomes das marcas («Porto-Brasil», «Vera Cruz», etc.) quer na figuração de consumidores da velha aristocracia ou das novas elites burguesas.

Iniciou-se então um processo de valorização da história das marcas, destacando a sua longevidade ou a das empresas que as detinham, bem como símbolos de prestígio (brasões de família, etc.), acontecimentos históricos a que estiveram associadas, o pioneirismo com que lançaram ou difundiram determinadas inovações, etc. Nos rótulos e no material publicitário, passou a vulgarizar-se a menção à data de fundação da empresa («Casa fundada em...», «Established...», «Since...», etc.). De certo modo, tratava-se dos primeiros passos de uma estratégia de *marketing*, que visava acrescentar valor ao produto comercializado através do reforço dos elementos de distinção e personalidade da marca, como, mais recentemente, salientaram diversos estudiosos de *marketing*, chamando a atenção para o «valor patrimonial da marca»³.

No entanto, se a importância conferida pelas empresas ao seu passado e ao das suas marcas como elementos de identidade impulsionou, desde há mais de um século, estratégias promocionais com recurso frequente a aspectos da sua história, nem sempre houve preocupações de rigor histórico, difundindo-se, por vezes, «tradições inventadas»⁴ sobre as origens, que acabaram por impor-se pela repetição, a que se associaram rituais e cerimoniais diversos, desde a comemoração de centenários a edições especiais de vinhos.

² GUICHARD, 2001; PROVIDÊNCIA, BARBOSA, BARATA, coord. cient., 2010; LOBO, 2014; PEREIRA, CRUZ, 2017.

³ Veja-se, por exemplo, AAKER, 1996; WUESTEFELD *et al.*, 2012: 51-61; URDE, GREYSER, BALMER, 2007: 4-19; BALMER, *ed.*, 2017.

⁴ Utilizamos aqui a expressão lançada por HOBBSAWM, RANGER, *ed.*, 1983: 1 («‘Tradições’ que parecem ou pretendem ser antigas são frequentemente bastante recentes na sua origem e por vezes inventadas»). No seu texto, os autores utilizam a noção de «invenção das tradições» em diversos domínios, em especial nos campos político e social, não se referindo ao mundo da publicidade e do *marketing*, mas parece-nos fazer sentido a aplicação de tal noção a estes sectores, onde a «tradição» tem sido utilizada, muitas vezes, como elemento de prestígio e distinção.

Nas últimas décadas, com o desenvolvimento do enoturismo, a narrativa histórica das empresas ganhou novo fôlego, recorrendo-se cada vez mais a técnicas de *storytelling*. E o mesmo acontece com os *sites* das empresas, que vêm assumindo crescente importância na comunicação com os consumidores. Porém, esse trabalho é geralmente confiado a empresas de comunicação e *marketing*, nem sempre zelosas da autenticidade das mensagens que buscam transmitir com eficácia. Se a «história» é usada correntemente «para criar tradições e símbolos como meios de comunicação, como forma de compreender e reforçar a identidade institucional, como meio para criar memória de empresa e como instrumento para ligar passado, presente e futuro»⁵, o conhecimento histórico é quase sempre subalternizado. E, no entanto, neste domínio, os historiadores podem desempenhar um papel fundamental na construção e divulgação da «história vivida» das casas comerciais e suas marcas, ajudando a compreender os processos que marcaram as suas origens e evolução, as mudanças e continuidades ao longo do tempo. Segundo Balmer, um dos teóricos do conceito de «marca patrimonial» («corporate heritage brand»), o seu uso deve restringir-se «a organizações que destacam o património institucional como parte da identidade da marca da empresa», incluindo as dimensões de «registos da trajectória» (arquivos), «longevidade», «valores fundamentais» («core values»), «uso de símbolos» e «importância de uma história institucional»⁶. Entendidas como estruturas evolutivas e vivas, as empresas e as «marcas patrimoniais» deveriam conjugar memórias e história, nem sempre convergentes. Daí a pertinência de se integrar no estudo da história das empresas e das marcas a análise da construção de narrativas sobre a sua própria história, incluindo as «tradições inventadas».

2. O CASO DA EMPRESA/MARCA KÖPKE

Nesta perspectiva, o caso da empresa Köpke merece especial atenção por ser uma «marca patrimonial», com uma longevidade de cerca de três séculos, embora nas suas primeiras décadas se dedicasse à comercialização de outros produtos, e por continuar a ser apresentada, geralmente, como a marca mais antiga de vinho do Porto, tanto na estratégia de *marketing* da empresa como em trabalhos de diversos historiadores⁷ e especialistas⁸, para já não falar em artigos na imprensa periódica⁹, que têm assumido como fidedignas as fontes de informação que estiveram na base da «invenção da tradição» da empresa.

⁵ KROEZE, KEULEN, 2013: 1265.

⁶ BALMER, ed., 2017: 3-5.

⁷ Veja-se, por exemplo, SCHNEIDER, 1980: 146; MARTINS, 1990: 287; CARDOSO, 2003: I, 143-145; JACQUINET, 2006: 133.

⁸ Veja-se, por exemplo, PINTÃO, CABRAL, 2011: 122-123; MAYSON, 2018.

⁹ Veja-se, por exemplo, BARBOSA, 1998.

2.1. A tradição da empresa

Desde finais do século XIX, a publicidade aos vinhos do Porto da C. N. Köpke & C.º, então pertencente à empresa britânica Mason, Cattley & C.º, passou a destacar a antiguidade da casa, fazendo remontar a sua fundação a 1638, muito antes de o vinho do Porto ser reconhecido no mercado internacional.



Fig. 1. Rótulo do vinho «Köpke Victoria Port» que terá sido lançado em Inglaterra em 1897 para assinalar o 60.º aniversário do reinado da Rainha Vitória
Fonte: MASON, [1897]

Baseada nessa tradição, a C. N. Köpke comemorou o seu tricentenário em 1938. E, em 1940, nas Comemorações dos Centenários da Fundação e da Independência de Portugal, a empresa foi homenageada pelas associações comerciais e industriais do Porto e de Lisboa (Associação Comercial do Porto, Associação Comercial de Lisboa, Associação Industrial Portuense e Associação Industrial Portuguesa) como a «casa centenária estrangeira mais antiga [...], fundada em 1638, no Porto, recordando nela os núcleos de colónias amigas que há mais de cem anos exercem a sua actividade em Portugal». Além da homenagem às empresas centenárias de comércio e indústria que decorreu em Lisboa, em finais de Novembro, no âmbito da Exposição Histórica do Mundo Português, com vários actos solenes, em que participaram o Presidente da República e o Ministro da Economia¹⁰, realizaram-se também nesse ano cerimónias de celebração em Gaia e na Quinta de S. Luís, promovidas por Franz Bohane, que então dirigia a empresa¹¹.

Pouco depois, no *Álbum* publicado pelo Grémio dos Exportadores de Vinho do Porto, nas páginas dedicadas à C. N. Köpke, referia-se, com base em informações transmitidas pela empresa, que os Köpke se tinham estabelecido em Lisboa em 1636, «actuando o membro mais velho da família como Cônsul Geral das Cidades Livres Hanseáticas». Alguns membros da família teriam vindo para o Porto em 1638, «para desempenharem funções consulares no Norte do País e para fundarem a firma Köpke & C.º».

¹⁰ Como consta do folheto-programa *Comércio e Indústria Centenários de Portugal*, 1940.

¹¹ O diploma de homenagem e as cerimónias festivas então promovidas pela Köpke foram registadas por fotógrafos da Casa Alvão, encontrando-se os originais no Fundo de Fotografia Alvão, no Centro Português de Fotografia (a fotografia do diploma tem a cota PT/CPF/ALV/003334).

A empresa teria passado para a posse de britânicos em 1870, mas a família Köpke continuou associada à casa até à morte de Joaquim Köpke, Barão de Massarelos. Segundo a mesma fonte, a designação C. N. Köpke & C.^o, Lda foi adoptada em 1907¹².

As dificuldades do sector do vinho do Porto durante a Segunda Guerra Mundial e as vicissitudes da empresa britânica levaram à venda da Köpke, em 1953, à Barros, Almeida & C.^a, cujo *marketing* continuou a destacar a antiguidade da casa, com «mais de trezentos anos», investindo na imagem de qualidade dos seus vinhos, direccionados para categorias especiais, nomeadamente *Vintages* e *Colheitas*.

No final do século XX, informações prestadas pela empresa Barros, Almeida & C.^a sobre a C. N. Köpke & C.^a, Lda, no âmbito da iniciativa *Os Vintage do Século*, promovida pelo Instituto do Vinho do Porto, conservavam o essencial da tradição da casa quanto às suas origens:

*Estabelecida em 1638 por Cristiano Köpke e pelo seu filho Nicolau Köpke (que veio para Portugal como representante da Liga Hanseática), a Casa Köpke é a mais antiga firma exportadora de vinhos do Porto. Durante muitas gerações, a empresa foi dirigida por diversos representantes da família Köpke, obtendo uma enorme reputação para os seus vinhos. No final do século XIX, a empresa foi vendida à família Bohane, que tentou dirigi-la a partir de Londres, onde possuía a maior parte dos seus interesses económicos. A distância e as duas guerras mundiais dificultaram o controlo da companhia e decidiram, então, vendê-la*¹³.

Já no nosso século, em 2006, a empresa Barros, Almeida & C.^a seria adquirida pela Sogevinus, controlada pelo grupo financeiro galego Caixanova¹⁴. Já detentora de outras marcas históricas de vinho do Porto¹⁵, a Sogevinus elegera a marca Köpke como um dos seus activos mais importantes. Mantendo a narrativa herdada sobre a história da Köpke, adoptou a estratégia de «aumentar o nível de notoriedade da marca alicerçado na sua característica única — é a marca mais antiga de vinho do Porto»¹⁶.

¹² GRÊMIO DOS EXPORTADORES DE VINHO DO PORTO, 1948: 92. A alteração de 1907 correspondeu, de facto, à passagem da C. N. Köpke a sociedade de «responsabilidade limitada». Terá sido por essa altura que Franz Bohane se tornou sócio da empresa, cuja direcção integrava em 1914, juntamente com George Hardey Mason e E. H. Williamson (presidente). GRACE'S GUIDE, [s.d.].

¹³ *Os Vintage do Século*, 1999: 159.

¹⁴ *Caixanova adquiere una de las mayores bodegas de Oporto por 50 millones*, 2006.

¹⁵ A Sogevinus, criada em 1998, entrou no sector do vinho do Porto nesse mesmo ano, com a compra de 21,4% do capital da Cálem, aumentando, progressivamente essa participação até 2003, altura em que passou a controlar 99%. Em 2005, reforçou a sua presença no sector com a compra da J. W. Burmester (que incluía também a marca Gilberts) ao grupo Amorim.

¹⁶ RODRIGUES, 2012: 58.

2.2. As origens da tradição

Como se criou a tradição sobre as origens da empresa/marca Köpke? Ao contrário de outras empresas em que é difícil perceber quando e como se formou a narrativa em torno das origens, no caso da Köpke é possível fazer remontar essa tradição à segunda metade do século XIX, ganhando particular destaque na obra de Charles Sellers, *Oporto Old and New*, publicada em 1899. Na literatura anterior sobre o vinho do Porto, as referências à fundação da Köpke são muito escassas e imprecisas. O repórter britânico Henry Vizetelly, que visitou demoradamente o Douro e as caves de Gaia em 1877, apenas refere: «A casa Köpke & Co., estabelecida no Porto em 1808, é bem conhecida pelos seus vinhos vintage da quinta de Roriz»¹⁷. Mas, já antes, no catálogo da secção portuguesa na Exposição Universal de Paris de 1867, a C. N. Köpke, dirigida pelo Barão de Massarelos, Joaquim Augusto Köpke Schwerin de Sousa (1806-1896), que aí expôs uma «coleção de vinhos do Porto», era apresentada como «casa fundada em 1638»¹⁸. E, pouco depois, em 1870, Brito Aranha, continuador do *Dicionário Bibliográfico Português*, escrevia, certamente também baseado em informações fornecidas pelo Barão de Massarelos:

A família Köpke, diz Inocêncio em suas notas, é oriunda do norte da Alemanha e tem vivido em Portugal como nobre há mais de duzentos anos, sempre no comércio. O barão é oficial da Ordem da Rosa do Brasil, e um dos negociantes mais instruídos do Porto». Posso acrescentar, segundo informação fidedigna que recebi do Porto, o seguinte: «A família Köpke veio para Portugal em 1636. Residiu primeiramente em Lisboa, onde o chefe da família exerceu o cargo de cônsul das cidades livres hanseáticas, indo depois para o Porto com iguais funções. O actual sr. barão foi juiz de paz, quando a esse cargo pertencia o juízo dos órfãos; vice-presidente e presidente da câmara municipal do Porto desde 1842 até 1845; e da comissão municipal nomeada pelo governo em 1847. Fez parte, e quase sempre, como secretário, de várias comissões nomeadas pelo governo. Serviu no corpo de voluntários de D. Pedro IV, de 1826 a 1828; em 1833 no esquadrão de voluntários a cavalo, e finalmente no posto de coronel do batalhão e caçadores do Porto. Nunca desempenhou funções públicas remuneradas. O sr. barão retirou-se da vida comercial em 1870, tendo sido chefe da importante casa exportadora de vinhos, que girou na praça do Porto, até essa época, sob a firma de C. N. Köpke & C.»¹⁹.

¹⁷ VIZETELLY, 1880: 134. O autor terá considerado 1808 como a data da fundação da C. N. Köpke, por ser nesse ano que Cristiano Nicolau Köpke assumiu a gestão da casa.

¹⁸ *Catalogue Spécial de la Section Portugaise* [...], 1867: 209. Em Fevereiro desse ano, Eduardo Moser, secretário da Associação Comercial do Porto, no relatório que apresentou à assembleia-geral dessa associação, a propósito dos preparativos da próxima exposição de Paris, destacava os vinhos da C. N. Köpke e a antiguidade da casa, certamente com base em informações do seu amigo Barão de Massarelos: «espera esta direcção que a colecção de espécimes, que por sua intervenção tomam o caminho de Paris, darão uma ideia ao menos aproximada desta valiosa especialidade, distinguindo-se entre as amostras as da respeitável casa dos srs. C. N. Köpke & C.^a, que há mais de dois séculos estabelecida nesta cidade tem sustentado o bem merecido nome e crédito dos vinhos do Alto Douro» (*Relatório do 1.º secretário da Associação Comercial do Porto* [...], 1867: 2).

¹⁹ ARANHA, 1884: 17-18.

Porém, seria a partir do livro de Sellers que a narrativa sobre a fundação da empresa Köpke mais viria a influenciar o meio empresarial e muitos estudiosos da história do vinho do Porto. Como anotou na sua obra, os dados históricos sobre a empresa foram fornecidos pelo Barão de Massarelos:

As notas a partir das quais compilei este capítulo foram ditadas recentemente, em 3 de Junho de 1895, pelo último Barão de Massarelos, a pedido do meu amigo Mr. George Hardey Mason, sócio sénior da firma. Foi, provavelmente, o último trabalho que o velho Barão realizou [...]. Afortunadamente, Mr. Mason encontrou o Barão bastante bem para ser capaz de recordar numa longa evocação a história dos Köpkes, porque todos os livros antigos da firma foram destruídos no incêndio que devorou os seus escritórios na Reboleira, em 1882. Até então tinham preservado todos os documentos desde o estabelecimento da casa em 1638²⁰.

Ou seja, foi na memória do Barão de Massarelos, então com quase 90 anos²¹, que Sellers se baseou para escrever a sua breve história da empresa, a partir das informações que lhe foram transmitidas pelo seu amigo George Mason, que as escreveu e publicou em opúsculo da sua autoria, em alemão, provavelmente de 1897²². No capítulo sobre a empresa «C. N. Köpke & Co.», Sellers escreve a propósito das suas origens:

Em 1636 Nicholas Köpke veio para Lisboa como Cônsul Geral das Cidades Hanseáticas após a conclusão do primeiro tratado com Portugal, e aí permaneceu o resto da sua vida. Era protestante e casou com uma senhora germânica chamada Emerenciana Crockman [sic]. O seu filho Cristiano Köpke, o fundador da actual firma, foi para o Porto em 1638 e estabeleceu uma casa de negócios gerais na Rua da Reboleira, que a firma ocupou até 1882, quando um incêndio destruiu tudo²³.

Refere também que Cristiano casou com uma senhora britânica, Doroteia, filha de John Moring e Doroteia Inácia Whittingham, que se fixaram em Lisboa. Quanto à evolução da empresa, destaca que a primeira alteração da sua designação teria sido para «Köpke, Schlow & Co.», com a integração do sócio Johann Christian Schlow, mas sem precisar quando, admitindo que tal alteração possa ter ocorrido após a morte de Cristiano Köpke, pois, «quando Mr. Schlow se retirou, a firma passou a Nicolau & Joaquim Köpke

²⁰ SELLERS, 1899: 232-233.

²¹ O Barão de Massarelos faleceu em 16 de Julho de 1895.

²² MASON, [1897]. O opúsculo não tem data, mas, tratando-se de publicidade aos vinhos Köpke e Köpke Roriz e assinando o lançamento de um vinho para comemorar o 60.º aniversário do reinado da Rainha Vitória, Köpke Victoria Port, deve ter sido publicado em 1897 ou pouco depois. Agradeço a Paul Duguid, da Universidade da Califórnia – Berkeley, ter-me facultado uma cópia digitalizada deste raro opúsculo.

²³ SELLERS, 1899: 232.

[...] a designação da firma tornou-se Nicolau Köpke & Co., por volta do início do presente século, e eventualmente C. N. Köpke, como hoje»²⁴. Distingue, depois, os dois ramos da família,

*os Köpke de Vilar e os Köpke de Massarelos. Do primeiro ramo nunca mais do que um filho sobreviveu para continuar as tradições da família, mas o ramo de Massarelos teve sempre muitos descendentes. Por isso, a larga fortuna acumulada pelo ramo de Vilar passaria para Doroteia Köpke, única filha sobrevivente de Cristiano Köpke, Barão de Vilar, que casou com Roberto van Zeller. O Barão de Vilar faleceu em 1840*²⁵.

Na parte restante do capítulo, Sellers destaca a Quinta de Roriz, que entrara na posse dos Köpke no fim do século XVIII e seria herdada por Cristiano van Zeller, filho de Doroteia Köpke e Roberto van Zeller, a participação política e empresarial do Barão de Massarelos, a integração dos Köpke e dos van Zeller na sociedade portuense, através da adopção da religião católica e de alianças matrimoniais. E, finalmente, a compra da Köpke pela Mason, Cattley:

*O presente sócio sénior da velha firma C. N. Köpke & Co., George Hardey Mason, viveu no Porto durante muitos anos. No tempo de seu pai, a firma Mason & Cattley, de Londres, representou a Köpke na Grã-Bretanha e viria a adquirir os negócios da empresa, mantendo, no entanto, os serviços do Barão de Massarelos. O outro sócio é o seu irmão, Stephen Mason, honrosamente conhecido e estimado em Londres e no Porto*²⁶.

2.3. Uma outra história

No livro que publicámos há cerca de dez anos sobre a história da Quinta de Roriz, com base em abundante documentação familiar e empresarial, beneficiando ainda do estudo genealógico das famílias van Zeller/Köpke elaborado por Manuel Sampayo Graça, com revisão de Rita van Zeller, procurámos desconstruir algumas afirmações de Sellers relativamente quer à família e à empresa Köpke quer à Quinta de Roriz. Retomo alguns argumentos já aí avançados, acrescentando mais algumas evidências. Sellers terá sido traído pelos erros do seu informador, George Mason, que lhe transmitiu a versão que lhe fora narrada pelo Barão de Massarelos, o último representante da família na C. N. Köpke & C.^a, inaugurando uma interpretação que se impôs como tradição das origens da empresa no meio comercial do vinho do Porto e que perdurou até aos nossos dias.

É verdade que a firma Köpke foi fundada no Porto por Cristiano Köpke, natural de Hamburgo, filho de Nicolas Köpke e Emerence Crochmann. Mas não veio com seus

²⁴ SELLERS, 1899: 232-233.

²⁵ SELLERS, 1899: 233.

²⁶ SELLERS, 1899: 234-237.

pais para Lisboa, antes de se transferir para o Porto, e muito menos em 1636, já que nem ele nem seu pai eram nascidos nessa data. Cristiano Köpke nasceu muito depois, em 1693, e terá chegado ao Porto em Julho de 1709, antes de completar 16 anos, como aparece anotado no *Memorandum* da família, aparentemente com a sua própria letra²⁷. Outras fontes confirmam-nos que Cristiano foi o primeiro Köpke a vir para Portugal²⁸. Os seus pais eram «hamburgueses, protestantes luteranos, comerciantes, com casa de grande negócio em Hamburgo, donde foi contratador dos diamantes, e eram pessoas nobres»²⁹, mas nunca vieram para Portugal.

Cristiano Köpke (1693-1759) deve ter estabelecido a sua casa comercial em 1720, após ter trabalhado cerca de uma década como caixeiro, já que é a partir desse ano que aparece regularmente nos registos de controlo de entrada de navios e mercadorias na cidade, estudados por António Barros Cardoso. Fosse por fortuna pessoal fosse por ter o apoio de parentes envolvidos no comércio por grosso, a empresa, que conservaria a designação de Cristiano Köpke & C.^a pelo menos até 1747, surgiu, desde o início, envolvida em grandes importações, sendo-lhe consignadas mercadorias de 106 navios nesses 28 anos. A casa prosperou, mas não no negócio do vinho, que só raramente e em pequeníssimas quantidades fazia parte das cargas exportadas. O grosso da actividade era o comércio geral de diferentes produtos (aduelas, linho, ferro, etc.), importados sobretudo de Hamburgo, mas também de Riga, Amesterdão, Londres, Steting, Southampton, Danzig e outros portos do Norte da Europa³⁰. Cristiano desempenhou funções de cônsul de Hamburgo e das Cidades Hanseáticas no Porto. Idênticas funções consulares seriam desempenhadas por descendentes de Cristiano, mas nunca o foram por seu pai.

Como refere Sellers, Cristiano casou com uma jovem britânica, Doroteia Möringh Wittingham (1712-1759), filha de John Möringh e Doroteia Inácia Whittingham. Não no século XVII, mas em 1731. Os pais de Doroteia, ao contrário do que afirma Sellers, não se fixaram em Lisboa, mas no Porto, onde tinham os seus negócios, onde casaram em 1704 e onde nasceram as suas filhas³¹. Vale a pena referir que a avó paterna de Doroteia Möringh

²⁷ *Memorandum Boeck van Christian Köpke*, 1731-1995. Este livrinho manuscrito, pertencente a um seu descendente, Dr. Fernando Maria van Zeller (Barão de Vilar), é essencial para a história da família e da empresa Köpke. Agradeço ao seu possuidor e à Dra. Rita van Zeller terem-me facultado a sua consulta aquando da investigação que realizei sobre a história da Quinta da Roriz. Cf. PEREIRA, 2011: 90. Em 1940, por altura das Comemorações dos Centenários e da homenagem à C. N. Köpke, a leitura deste diário, ou pelo menos da sua primeira página, terá sido facultada pela família aos responsáveis da empresa, provavelmente ao próprio director Franz Bohane, já que nos aparece uma fotografia dessa página entre as que foram objecto da reportagem fotográfica confiada à Casa Alvão. Cf. CPF. *Fundo de Fotografia Alvão*. PT/CPF/ALV/003333.

²⁸ Veja-se, por exemplo, STRASEN, GÂNDARA, 1944: 415 («O primeiro Köpke que chegou a Portugal foi Christian, natural de Hamburgo, onde nasceu em 1693»).

²⁹ ANTT. *Mesa da Consciência e Ordens*. Diligência de Habilitação para a Ordem de Cristo de Nicolau Köpke, 1779. Ao longo do século XVII, os ascendentes paternos de Cristiano (pai, avó e bisavô), todos eles com o nome de Nicolas Köpke, foram mestres ourives. Cf. SCHEFFLER, 1965: 462, 491.

³⁰ CARDOSO, 2003: I, 136, 143-147; II, 887, 901-903.

³¹ PEREIRA, 2011: 90.

Wittingham era uma van Zeller de Nimègue e que, pelo lado materno, descendia de Walter Maynard, seu bisavô, que foi vice-cônsul inglês no Porto e aqui casou com Leonor da Silva Moura. A forte endogamia das famílias de negociantes estrangeiros no Porto fez multiplicar os laços de parentesco entre os descendentes, de tal forma que muitos deles podem reivindicar antepassados comuns numa longa genealogia que remonta pelo menos ao século XVII³².

Apesar de ter permanecido toda a vida como protestante luterano, Cristiano baptizou os seus quatro filhos (Doroteia, Nicolau, Joaquim e Emerência) na igreja de S. Nicolau, já que sua mulher Doroteia era católica. Os rapazes, Nicolau (1732-1807) e Joaquim (1736-1803), acompanharam desde a juventude os negócios do pai, que, entretanto, se tornara riquíssimo, possuindo, entre outros bens, a Quinta de Vilar, emprazada à Colegiada de Cedofeita.

Pouco antes de falecer, Cristiano Köpke criou uma sociedade com os seus filhos Nicolau, Joaquim e Emerência, em que integrou também seu primo Cristiano João Schlow³³, pessoa de sua inteira confiança. A direcção da empresa passou para o filho mais velho, alterando-se a designação para Nicolau Köpke & C.³⁴, que se manteve até 1828, embora a firma apareça, por vezes, com outras designações³⁵.

Foi sob a direcção de Nicolau, provavelmente ainda em 1759, que a Köpke entrou em grande no negócio de vinhos do Douro. Entre 1763 e 1769, comprou uma média de 823 pipas por ano na região do Douro e, entre vendas no Porto e exportações para o Norte da Europa, chegou a comercializar mais de 1100 pipas, em 1766³⁶. Em 1770, Nicolau foi alvo de um processo movido pelo Marquês de Pombal contra as três companhias de

³² PEREIRA, 2011: 152-153.

³³ A outra filha, Ana Doroteia (1733-1757), que casou com o rico negociante Inácio António Henckell, tinha já falecido. No testamento de Cristiano Köpke, de 25 de Setembro de 1759, escrito, por vontade do testador, por seu primo Cristiano João Schlow, refere-se: «com os quais ditos meus filhos e com Christiano João Silou conservo Companhia e Sociedade no Negócio» (PEREIRA, 2011: 91).

³⁴ CARDOSO, 2003: I, 136.

³⁵ Segundo os dados publicados por Maria Cecília Reis, com base nos *Livros de Registo do Subsídio Militar*, até 1772, as exportações, em especial de vinho (mais de 6 mil pipas no total) e sal, foram feitas em nome de Nicolau Köpke & Co.; já entre 1775 e 1800, nos *Livros de Registo de Exportações da Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro*, aparecem registos sobretudo em nome de Nicolau Köpke & Co., mas também, em pequenas quantidades, em nome de Nicolau e Joaquim Köpke e de Cristiano Nicolau Köpke (REIS, 2013: 127-128, 159, 350-351). Uma «Lista de exportadores de vinhos do Porto em 1800», publicada num jornal comercial britânico, inclui a empresa Nicolau e Joaquim Köpke, que exportou, nesse ano, 334 ¼ pipas («The Tradesman or Commercial Magazine», 1808: 154). Dois documentos, datados de 1795 e 1796, referem também a firma Nicolau & Joaquim Köpke; é ainda sob a designação de N. & J. Köpke que a empresa aparece na lista de negociantes estrangeiros da praça do Porto publicada no «Almanach do ano de 1807», 1807: 529. Em outros documentos do início do século XIX, a empresa aparece, por vezes, em nome de Nicolau Köpke & Filho (Cf. PEREIRA, 2011: 101, 119). Para o período entre 1794 e 1810, o jornal «Correio Mercantil e Económico de Portugal» fornece-nos as listas nos navios entrados no Porto e a consignação das respectivas mercadorias. Com consignações de diversas cargas de navios (ferro, aduelas, linho, garrafas, madeiras, papel, aguardente, trigo, centeio, farinha, queijos) provenientes de vários portos da Europa (sobretudo Hamburgo e Estocolmo, mas também Pernaú, Steting, Londres e outros), o nome da empresa aparece aí geralmente de forma abreviada, «Copque» ou «Copques», à excepção de um ou outro caso, em que é referida com as designações de «Nicolau Copque & C.ª» e «Copque & C.ª», mas nunca com nomes de outros sócios.

³⁶ FONSECA, 1967-1968: 37-39.

«atravessadores», que reuniram um capital de 360.000 cruzados para comprar grandes quantidades de vinhos da vindima de 1769, de boa qualidade, mas pouco abundante. Segundo um memorial enviado, em Janeiro de 1770, por Frei João de Mansilha ao Marquês de Pombal,

*logo no ano de 1759 e no de 1760, entraram alguns negociantes portugueses, especialmente os de Vila Nova, e os três hamburgueses Nicolau Copke, Daniel Bull e João Witte, a fazerem grandes compras de vinhos no Douro com prejuízo grave, não só dos Lavradores, mas da Companhia, e dos mesmos Ingleses*³⁷.

Os negociantes ingleses detestavam Nicolau por ser católico e de origem alemã, considerando-o «uma pessoa de sentimentos hostis bem conhecidos» e «totalmente desconhecedor do comércio do vinho»³⁸. E não só os ingleses. Numa carta de Manuel Rodrigues Braga para Frei João de Mansilha, datada de 2 de Janeiro de 1770, pode ler-se:

*o Nicolau Copque que é a casa dos Cristianos são de nação hamburguesa filhos de pai protestante e mãe católica, os quais se acham naturalizados pelo baptismo na igreja de S. Nicolau. Consta-me que têm por si um médico de Sua Excelência; e poderá ir requerer a essa Corte um companheiro que têm chamado João Silone que é protestante e burras sempiterno [sic]. Eles têm coisa de 1.500 pipas de vinho aqui nos armazéns; e compradas no Douro dizem que 1.200 pipas. A casa é antiga e de cabedais que ficaram de seu pai entraram no comércio de vinhos há coisa de cinco anos por direcção de Manuel de Almeida e Filho de Vila Nova, que são os que correm com as compras, vendas e carregação porque os Copques nem o companheiro burras não entendem nada de vinhos; a transportação para a Inglaterra não sei de que modo o fazem, sim sei que o filho de Archbold se afreguesou com eles*³⁹.

O «João Silone» mencionado nesta carta como sócio dos Köpke era certamente o Johann Christian Schlow referido por Sellers, primo de Cristiano Köpke, que integrou a sociedade que este criou nos seus últimos tempos de vida, mas nada indica na documentação da época que tenha havido qualquer alteração da designação da firma para «Köpke, Schlow & Co.». Quanto ao «filho de Archbold», tratava-se de Robert Archbold, que herdara de seu pai, Diogo Archbold, falecido em 1767, a empresa comercial James Archbold & Filho, em processo de falência, e o prazo da Quinta de Roriz.

³⁷ FONSECA, 1967-1968: 53-62.

³⁸ DUGUID, 2000: 47.

³⁹ ANTT. Ministério do Reino. Agricultura. Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro. Documento também publicado, com alguns erros de leitura, em FONSECA, 1967-1968: 144.

É provável que, nos anos seguintes, Nicolau tenha limitado as compras e as exportações de vinho, mas a sua reputação entre os negociantes portugueses de vinhos e junto da Corte deve ter contribuído para a sua nomeação, em Dezembro de 1775, para o cargo de Vice-Provedor da Junta da Administração da Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro, que desempenhou até 1778, cabendo-lhe a intendência dos armazéns de vinhos de embarque⁴⁰. Em 31 de Dezembro de 1779, a casa tinha apenas 17 pipas nos seus armazéns, mas, nesse ano, exportou para Inglaterra 576 pipas e 4 almudes⁴¹. E continuou a desenvolver outros negócios de importação e exportação, não só para o Norte da Europa, mas também para o Brasil e para a Ásia, acompanhando os esforços da Companhia para penetração no mercado russo⁴².

Por essa altura, a segunda geração dos Köpke radicada no Porto integrava o círculo dos negociantes mais abastados da cidade. A sede dos negócios continuava a ser a casa da Rua da Reboleira, tendo também armazéns em Gaia, mas residiam nas suas quintas situadas nos subúrbios do Porto. Nicolau, na Quinta de Vilar, herdada de seu pai. Joaquim, na Quinta do Regueirinho, em Massarelos⁴³. O facto de serem católicos reforçava a sua integração, distinção e respeitabilidade na sociedade portuense. Desde 1779, Nicolau passou a usar o título de cavaleiro professo na Ordem de Cristo⁴⁴, tendo sido cônsul da Prússia. Joaquim sucedeu ao pai como cônsul de Hamburgo e das Cidades Hanseáticas.

Em 1781, num complexo processo por dívidas dos Archbold, que iria prolongar-se por quase meio século⁴⁵, Nicolau Köpke tomou posse da Quinta de Roriz, cujos vinhos se tornariam muito reputados no mercado britânico⁴⁶. Desde o início, foi sobretudo seu filho, Cristiano Nicolau Köpke (1763-1840), quem se encarregou da gestão da quinta. Seria ele, também, quem herdaria, após a morte do pai em 1807, não só a Quinta de Roriz como a Casa de Vilar e a direcção da empresa comercial, que, como já referimos, continuou a designar-se Nicolau Köpke & Co. até 1828. Durante a sua gestão, tanto a Quinta de Roriz como a casa Nicolau Köpke & Co. prosperaram. A par dos vinhos⁴⁷, a empresa manteve o comércio geral, negociando em muitos outros produtos. Em 1813, por exemplo, comercializava cacau, arroz, café, açúcar e algodão do Brasil⁴⁸.

Em 1828, o fracasso da revolução liberal do Porto de 16 de Maio contra a restauração da Monarquia absoluta por D. Miguel, em que Cristiano Nicolau Köpke esteve

⁴⁰ SOUSA, coord., 2006: 458.

⁴¹ AHMOP. *Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro*. Vinhos de Embarque exportados para Inglaterra, em 1779, e existentes nos armazéns dos diversos comerciantes, em 31 de Dezembro de 1779.

⁴² DUGUID, 2000: 67.

⁴³ COSTA, 1789: 38.

⁴⁴ ANT.T. *Mesa da Consciência e Ordens*. Diligência de Habilitação para a Ordem de Cristo de Nicolau Köpke, 1779.

⁴⁵ Veja-se, por exemplo, entre outras referências deste longo processo ARCHBALD *et al.*, 1823.

⁴⁶ PEREIRA, 2011: 76-89.

⁴⁷ Em 1811 a casa Nicolau Köpke & C.^a exportou para Inglaterra 620 pipas de vinho, ocupando a sétima posição entre as maiores empresas exportadoras de vinho do Porto. Cf. *Relação dos factos* [...], 1813: 133.

⁴⁸ PEREIRA, 2011: 93, 134-145.

envolvido, como membro da Junta Provisória do Governo do Reino, fiel a D. Pedro, obrigou-o a seguir com a sua família para o exílio em Inglaterra. Para evitar o confisco de bens, o que não conseguiu totalmente⁴⁹, terá passado para o seu primo João Cristiano Köpke (1771-1843), filho de Joaquim Köpke, a direcção da empresa, cuja designação se alterou então para João Cristiano Köpke & Filho. Depois de Cristiano Nicolau Köpke ter regressado a Portugal, retomou a posse de Roriz e a direcção da casa comercial. Em 1836, seria agraciado pela Rainha D. Maria II com o título de Barão de Vilar pelos serviços prestados à causa liberal⁵⁰. Mas, tendo já ultrapassado os 70 anos e sendo o seu filho Nicolau Cristiano Köpke (1823-1848) ainda menor, terá partilhado a direcção da empresa com o primo João Cristiano Köpke e seu filho Joaquim Augusto Köpke. Entre 1839 e 1841, a firma aparece, episodicamente, sob a designação de C. N. & J. C. Köpke.

Após o falecimento de Cristiano Nicolau Köpke, em 1840, a casa comercial passou a designar-se C. N. Köpke, nome que manteve até aos nossos dias. Três anos depois, com a morte de João Cristiano Köpke, seria o seu filho, Joaquim Augusto Köpke (desde 1847, Barão de Massarelos), a tomar as rédeas da empresa e a encarregar-se também da Quinta de Roriz. Herdada por Nicolau Cristiano Köpke, que faleceu jovem, em 1848, a quinta ficaria sob a administração de sua mãe, a Baronesa de Vilar, Leonor Carolina van Zeller (1796-1869), até à maioridade do neto Cristiano van Zeller (1846-1927)⁵¹. O afastamento do ramo de Vilar da empresa Köpke deve ter ocorrido também por esta altura, mas é algo que requer maior investigação.

Como refere Sellers, a propriedade da casa comercial, com todo o seu activo e passivo, passaria em 1870 para o agente da Köpke no mercado britânico, a Mason,

⁴⁹ Como se pode ler na «Gazeta de Lisboa», de 28 de Abril de 1830, foram-lhe confiscadas 915,5 pipas de «vinho superior»: «O Juízo do Fisco por Inconfidência anuncia que traz em praça os 9 dias da Lei para arrematar no último dos 3, que há-de anunciar também, 915 e meia pipas de vinho superior, confiscadas ao banido Cristiano Nicolau Köpke, existentes nos armazéns da cidade do Porto, de que tem neste Juízo e na casa do Escrivão Francisco de Assis e Brito, na Calçada de Santa Ana, n.º 25, as avaliações e marcas das pipas, e no Juízo da Correição do Porto ordem para o dito Ministro as fazer mostrar, e provar, a fim de poderem lançar com todo o conhecimento daquele género» («Gazeta de Lisboa», 28 Abr. 1830: 402). O governo miguelista confiscou-lhe também a Quinta de Roriz, mas, neste caso, terá sido arrendada em praça por seu primo Joaquim Augusto Köpke: «No dia 16 do corrente pelas onze horas da manhã, nas casas do Desembargador Juiz do Fisco por Inconfidência, na Travessa de Vale de Pereiro, n.º 57, se há-de arrendar a quinta denominada de Roriz, no termo da vila de S. João da Pesqueira, que foi do banido Cristiano Nicolau Köpke, sobre o lanço de 1.500\$000 réis, que deu sobre outros lanços Joaquim Augusto Köpke; e isto por não haver lanços sobre 14.005\$000 réis em que havia sido arrendada» («Gazeta de Lisboa», 6 Set. 1830: 854).

⁵⁰ Já durante o exílio em Inglaterra, Cristiano Nicolau Köpke tinha sido agraciado, em 7 de Dezembro de 1831, com o título de Barão de Ramalde. Na justificação do título de Barão de Vilar, pode ler-se: «havendo respeito aos sacrifícios que Cristiano Nicolau Köpke foi obrigado a fazer em consequência de haver aceitado o importante e melindroso encargo de membro da Junta que em mil oitocentos e vinte e oito se estabeleceu na heróica cidade do Porto para manter a legítima autoridade do Senhor Dom Pedro Quarto Meu Augusto Pai de saudosa memória, pelo que se viu na necessidade de emigrar com toda a sua família, deixando as suas propriedades sujeitas ao rigoroso sequestro que nelas mandou logo fazer o governo da Usurpação, dando em todas as ocasiões as mais decisivas provas da sua constante lealdade, e da honradez de seus princípios e sentimentos, e querendo por estes respeitos dar-lhe um novo e público testemunho do meu reconhecimento e contemplação, hei por bem fazer-lhe mercê do título de Barão de Vilar» (ANTT. *Registo Geral de Mercês. D. Maria II*. Carta do título de Barão de Vilar, liv. 7, fls. 52v-53).

⁵¹ PEREIRA, 2011: 120-122, 151.

Cattley & C.⁵². Não interessa aqui discutir o longo processo de falência que afectou o Barão de Massarelos, desde 1858, e arrastou à venda da C. N. Köpke⁵³, nem as vicissitudes posteriores da empresa, mas apenas salientar que os novos proprietários não só mantiveram a sua designação como se empenharam, na viragem do século, em criar a tradição da «marca mais antiga de vinho do Porto». Foram também eles os responsáveis pelos primeiros registos da marca em Inglaterra, em 1877 e 1888.



Fig. 2. Marca registada pela C. N. Köpke no Reino Unido, em 3 de Janeiro de 1877

Fonte: Intellectual Property Office. Disponível em <<https://trademarks.ipo.gov.uk/ipo-tmcase/page/Results/1/UK00000010399>>

Terá sido ainda neste último ano que os Mason registaram a marca *Köpke Roriz* (entretanto, desactivada, pelas razões que veremos adiante), associando o nome da empresa ao nome da quinta cujos vinhos a casa vendia em Inglaterra e que aí tinham grande reputação. Porém, em 1901, os vinhos da Quinta de Roriz deixaram de ser comprados pela C. N. Köpke apesar do chefe da empresa no Porto, George Hardey Mason, considerar a quinta como «o Laffite dos vinhos do Porto»⁵⁴, e Cristiano van Zeller passou a vendê-los à Gonzalez Byass. Mas a C. N. Köpke continuou a vender vinhos com a marca da quinta em Inglaterra. Em 1905, publicitou a venda de *Köpke Roriz 1904*, o que levou o proprietário de Roriz a mover um processo no Tribunal de Londres, que resultou na condenação da empresa⁵⁵.

⁵² Pelo menos desde meados da década de 1840, a Mason, Cattley & Co. era agente da C. N. Köpke em Inglaterra (Cf. OFFLEY, WEBBER, FORRESTER, 1846: 5). Uma fonte judicial posterior data de 1876 a passagem da propriedade da C. N. Köpke para a Mason, Cattley & Co (Cf. *Van Zeller v. Mason, Cattley & Co*, 1908: 37). No entanto, outro processo judicial publicado na imprensa britânica revela os pormenores complexos do negócio da Köpke: a casa teria sido comprada ao Barão de Massarelos por Joseph Mason, negociante de vinhos do Porto em Eastcheap e no Porto, em 1870, juntamente com «as duas marcas de vinho do Porto conhecidas como a marca Köpke» (provavelmente, «Köpke» e «Köpke Roriz»). Joseph Mason faleceu em 18 de Outubro de 1875, tendo determinado em testamento que o negócio seria gerido durante 6 meses pelos seus três filhos, que deveriam depois desse período comprar o negócio aos testamenteiros. No caso de os filhos não estarem interessados, os testamenteiros (Mark Cattley e Edmund Meredith Crosse) deveriam vender a Köpke, entrando o produto da venda na herança. Os filhos de Joseph Mason continuaram a gerir o negócio, mas só terão comprado as marcas Köpke em 1880, muito abaixo do valor estabelecido, o que levaria à acção judicial referida, cuja sentença obrigou os testamenteiros ao pagamento das perdas (*High Court of Justice, Chancery Division*. [...]) *Re. Mason: — Mason v. Cattley*, 1885: 245-248).

⁵³ PEREIRA, 2011: 173-177. Entre 1862 e 1865, a Köpke exportou uma média anual de 590,4 pipas («Diário de Lisboa», 13 Jan 1863: 76; 8 Fev. 1864: 339; 19 Jan. 1865: 149; 8 Jan. 1866: 35). Entre 1870 e 1875, já na posse dos Mason, exportou cerca de 640 pipas por ano, em média (PEREIRA, 1971: quadro XXX).

⁵⁴ MASON, [1897]: 6.

⁵⁵ *Van Zeller v. Mason, Cattley & Co*, 1908: 37-41.

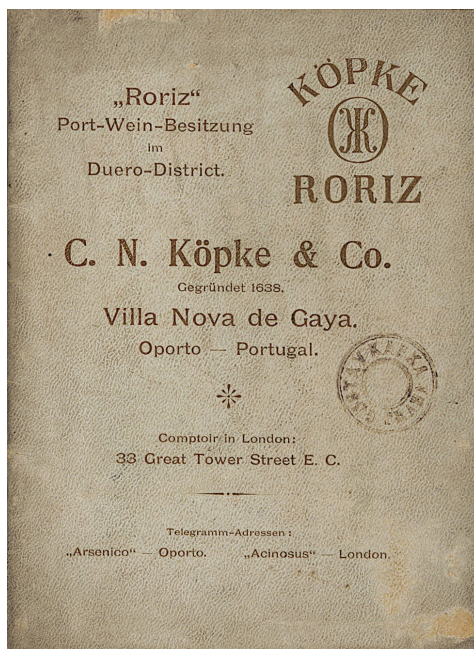


Fig. 3. Capa de folheto publicitário da C. N. Köpke para o mercado alemão, destacando a marca Köpke Roriz
Fonte: MASON, [1897]

Entre o final do século XIX e o início do século XX, a C. N. Köpke viveu tempos conturbados. Desde que tinham adquirido a empresa, em 1870, os Mason parecem ter enfrentado sucessivas dificuldades financeiras e problemas relacionados com a herança de J. J. Mason, falecido em 1875⁵⁶. Em 1896, a C. N. Köpke abriu falência no Porto⁵⁷, dispersando-se os seus valiosos *stocks* de vinhos pelos credores. Apesar das dificuldades, os Mason conseguiriam manter os activos das marcas e, em 1907, reestruturaram a empresa, com a entrada de novos sócios. Por essa altura, Cristiano van Zeller ainda tentou recuperar a marca Köpke para a família, interpondo um processo de apelação no Tribunal de Londres, mas a sentença foi favorável aos Mason⁵⁸. Deve referir-se que, no início do século XX, a actividade da empresa era considerada irregular, não figurando

⁵⁶ Em 28 de Março de 1884, a Mason, Cattley & Co. publicava um comunicado na imprensa, afirmando a continuidade da firma e da marca Köpke, sem esconder os problemas vividos nos anos anteriores, que teriam contribuído para o descrédito da marca no mercado britânico: «After several years of very truing suspense as to the future, through the litigation in the estate of our lamented chief, Mr. J. J. Mason, we are now able to inform you that, from 1st January last, the old-established businesses of C. N. Köpke & Co., of Oporto, and Mason, Cattley & Co., of London, have become once more free from the complications which arose out of the above-mentioned law-suit, and from that date forward, the two sons of Mr. J. J. Mason, viz., Messrs. George Hardey Mason and Stephen Mason, have entered into the full and sole possession of the said businesses, which will be carried on as heretofore». (*Köpke Redivivus*, 1884: 142). Já aí se anunciava a venda pela Southard & Co. das 539 pipas de todo o *stock* de vinhos do Porto da C. N. Köpke, em consequência da reconstituição da firma. Veja-se também *Mincing Lane Public Sales*, 1884: 192-193.

⁵⁷ A C. N. Köpke, de Vila Nova de Gaia, foi declarada falida pelo Tribunal de Comércio de 1.ª instância do Porto em 1896. «Diário do Governo», 31 Mar. 1896: 794.

⁵⁸ PEREIRA, 2011: 269.

nas listas de exportadores de vinhos do Porto⁵⁹. Só em 1910 registaram a marca em Portugal, inscrevendo-se, nesse ano, como exportadores na Alfândega do Porto, mas voltariam a interromper a actividade entre 1912 e 1914⁶⁰.

No início dos anos vinte, numa fase de grande dinamismo comercial do vinho do Porto, a empresa adquiriu a Quinta de S. Luís, registando, em Inglaterra, as marcas *Santo Luiz e Köpke S. Luiz*⁶¹, além de outras, com variações das marcas *K* e *Köpke*, entre as quais vale a pena destacar um registo com a figuração adaptada do brasão da família Köpke, evocando as origens antigas e aristocráticas da empresa.



Fig. 4. Marca figurativa, registada pela C. N. Köpke no Reino Unido, em 1 de Julho de 1926
Fonte: Intellectual Property Office. Disponível em <<https://trademarks.ipo.gov.uk/ipo-tmcase/page/Results/1/UK00000471076>>

Em 1923, a C. N. Köpke figurava, novamente, entre as maiores casas exportadoras de vinhos do Porto, com 2472,5 pipas⁶². Mas essa posição recuaria nas duas décadas seguintes, devido à conjuntura económica mundial dos anos trinta, que se tornou ainda mais desfavorável durante a Segunda Guerra Mundial⁶³.

NOTAS FINAIS

O estudo das origens da casa Köpke permite-nos compreender a fraca fundamentação da narrativa da empresa sobre as suas origens e evolução histórica, como acontece, de resto, com outras empresas centenárias do sector do vinho do Porto, cujas datas de fundação e outros aspectos da sua história, amplamente divulgados na propaganda promocional, nem sempre coincidem com os dados de investigações realizadas por historiadores.

⁵⁹ Veja-se, por exemplo, *Lista dos exportadores de vinhos do Porto inscritos no registo especial da Alfândega da mesma cidade*. «Diário do Governo», 8 Abr. 1908: 1051; 30 Jan. 1909: 389; 21 Jan. 1910: 223.

⁶⁰ PINTÃO, CABRAL, 2011: 123.

⁶¹ Respectivamente, em 25 de Outubro de 1922 e 7 de Outubro de 1925. Cf. Registo de marcas do Reino Unido. [Consult. 20 Nov. 2020]. Disponível em <<https://www.gov.uk/search-for-trademark>>.

⁶² ANTT. *Ministério das Finanças. Secretaria-Geral. Câmara dos Deputados*. Comissão Inspector da Exportação do Vinho do Porto. Lista de exportadores de vinho do Porto em 1923, 20 de Março de 1924.

⁶³ Em 1944, a C. N. Köpke exportou 679,4 pipas. MD. IVP. *Registo mensal das exportações de vinho do Porto por firmas*, 1944.

Em muitos casos, trata-se de «tradições inventadas», sem fundamentação documental ou sem uma correcta leitura da documentação utilizada.

Muitas vezes, é difícil saber quando, como e quem criou essa tradição. No caso da Köpke, como referimos, a origem dessa tradição parece estar associada a informações fornecidas por um membro da família, o Barão de Massarelos, a diversas pessoas, pelo menos desde a década de 1860. Mas seria a partir da obra de Sellers, que transcreveu a narrativa do Barão de Massarelos ao proprietário da empresa, George Hardey Mason, que ganharia maior eco, passando a empresa a usar a sua antiguidade como elemento de distinção.

Essa tradição vingou e continua, ainda hoje, a influenciar a estratégia de *marketing* da Köpke. Não é caso único. Na viragem do século XIX para o XX, o interesse das empresas em conhecerem a sua história levou-as a apoiar ou patrocinar obras como a de Sellers e, logo a seguir, a de Manuel Monteiro⁶⁴, esta mais centrada nas quintas do Douro. O inegável interesse dessas obras para a história do vinho do Porto, das quintas produtoras e das empresas exportadoras não deve implicar a aceitação acrítica de todas as suas informações. Mas nem sempre é fácil dispor de base documental segura para fundamentar a fundação e os aspectos mais importantes que marcaram a vida de uma empresa, em especial quando se trata de casas comerciais com uma longa história, cujas vicissitudes se misturam com trajectórias individuais e familiares, como acontece com a Köpke, que já completou 300 anos e que foi propriedade dessa família durante metade desse tempo. Em muitos casos, perdeu-se grande parte da documentação empresarial, com incêndios, inundações ou outros desastres naturais. A Köpke terá perdido o seu arquivo antigo no grande incêndio que devastou os seus escritórios da Rua da Reboleira em 27 de Setembro de 1881⁶⁵, como se refere na imprensa da época:

*No primeiro andar existia o escritório do sr. Barão de Massarelos, que tudo perdeu, incluindo alguns importantes papéis, a sua escrituração comercial, mobília, etc., perdendo igualmente tudo o seu guarda-livros, o sr. José Maria Vieira, que habitava nos pavimentos superiores*⁶⁶.

Em outros casos, a transferência da propriedade das empresas e a mudança de instalações fizeram dispersar os documentos, considerados bens da família, já que, frequentemente, se misturavam os acervos pessoais, familiares e empresariais. Não menos vulgar foi a destruição ou venda como «papel velho» de documentação antiga das empresas, por falta de espaço ou por não ser considerada importante a sua preservação.

⁶⁴ MONTEIRO, 1911.

⁶⁵ E não em 1882, como referem Mason e Sellers: MASON, [1897]: 6; SELLERS, 1899: 232-233. Veja-se, a propósito desse incêndio, «O Comércio do Porto», 28 Set. 1881; *Incêndios no Porto de 15 a 30 de Setembro*, 1 Out. 1881: 97-98; *Ainda o incêndio da Reboleira*, 15 Nov. 1881: 122-123.

⁶⁶ «O Comércio do Porto», 28 Set. 1881, citado em *Incêndios no Porto de 15 a 30 de Setembro*, 1 Out. 1881: 97.

Felizmente, sobretudo a partir do século XVII, a difusão do papel e dos actos escritos permite-nos encontrar muitos outros documentos relacionados com as empresas e as famílias suas proprietárias em arquivos públicos ou privados, em registos de estado civil, notariais, fiscais, inquisitoriais, judiciais, policiais, municipais ou do Estado central, bem como, a partir do século XIX, na imprensa periódica. Há, pois, um amplo campo de pesquisa para a história das empresas, mesmo quando se perderam partes significativas dos seus arquivos históricos. O que não quer dizer que seja fácil. Em muitos casos, trata-se de «procurar agulha em palheiro». Daí a importância da preservação dos arquivos das empresas, sobretudo das «empresas históricas», como património e recurso de memória e de identidade.

A história não substitui o *marketing* nem o *storytelling* das empresas. Mas pode contribuir para tornar um e outro mais autênticos e eficazes. Afinal, se, como escreveu Paul Veyne, «a história é um romance verdadeiro»⁶⁷ e se as empresas têm interesse em valorizar a sua história, vale a pena apostar na colaboração com a investigação histórica para construir narrativas consistentes.

FONTES

Arquivo Histórico do Ministério das Obras Públicas

AHMOP. *Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro*. Vinhos de Embarque exportados para Inglaterra, em 1779, e existentes nos armazéns dos diversos comerciantes, em 31 de Dezembro de 1779.

Arquivo Nacional da Torre do Tombo

ANTT. *Mesa da Consciência e Ordens*. Diligência de Habilitação para a Ordem de Cristo de Nicolau Köpke, 1779.

ANTT. *Ministério das Finanças. Secretaria-Geral. Câmara dos Deputados*. Comissão Inspectora da Exportação do Vinho do Porto. Lista de exportadores de vinho do Porto em 1923, 20 de Março de 1924.

ANTT. *Ministério do Reino. Agricultura*. Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro.

ANTT. *Registo Geral de Mercês. D. Maria II*. Carta do título de Barão de Vilar, liv. 7, fls. 52v-53.

Centro Português de Fotografia

CPF. *Fundo de Fotografia Alvão*. PT/CPF/ALV/003333.

Museu do Douro. Arquivo Histórico do Instituto do Vinho do Porto

MD. IVP. *Registo mensal das exportações de vinho do Porto por firmas*, 1944

Fontes hemerográficas

AINDA o incêndio da Reboleira. «O Bombeiro Português». Porto. Ano 5. 16 (15 Nov. 1881) 122-123.

«Almanach do ano de 1807». Lisboa: Impressão Régia (1807) 529.

CAIXANOVA *adquiere una de las mayores bodegas de Oporto por 50 millones*. «El Correo Gallego» (3 Jun. 2006). Disponível em <<https://www.elcorreogallego.es/hemeroteca/caixanova-adquiere-mayores-bodegas-oporto-50-millones-LRCG51287>>.

⁶⁷ VEYNE, 1983: 10.

- «Correio Mercantil e Económico de Portugal». Lisboa: Oficina de Simão Tadeu Ferreira, 1794-1810.
- «Diário de Lisboa». Lisboa. 9 (13 Jan. 1863) 76.
- «Diário de Lisboa». Lisboa. 29 (8 Fev. 1864) 339.
- «Diário de Lisboa». Lisboa. 15 (19 Jan. 1865) 149.
- «Diário de Lisboa». Lisboa. 5 (8 Jan. 1866) 35.
- «Diário do Governo». Lisboa. 72 (31 Mar. 1896) 794.
- «Diário do Governo». Lisboa. 79 (8 Abr. 1908) 1051.
- «Diário do Governo». Lisboa. 23 (30 Jan. 1909) 389.
- «Diário do Governo». Lisboa. 16 (21 Jan. 1910) 223.
- «Gazeta de Lisboa». 99 (28 Abr. 1830) 402.
- «Gazeta de Lisboa». 210 (6 Set. 1830) 854.
- GRACE'S GUIDE [s.d.]. 1914 *Who's Who in Business: Company K*. «Grace's Guide to British Industrial History». [Consult. 21 Nov. 2020]. Disponível em < https://www.gracesguide.co.uk/1914_Who%27s_Who_in_Business:_Company_K >.
- HIGH Court of Justice, Chancery Division. [...] *Re. Mason: — Mason v. Cattley*. «Ridley & Co's Monthly Wine & Spirit Trade Circular». Londres. 452 (12 Jun. 1885) 245-248.
- INCÊNDIOS no Porto de 15 a 30 de Setembro. «O Bombeiro Português». Porto. Ano 5. 13 (1 Out. 1881) 97-98.
- KÖPKE *Redivivus*. «Ridley & Co's Monthly Wine & Spirit Trade Circular». Londres. 438 (12 Abr. 1884) 142-143.
- LIST OF THE EXPORTS of Wine with the Quantity shipped by each from Porto in the Year 1800. «The Tradesman or Commercial Magazine». Londres. 1:2 (Jul.-Dez. 1808) 154.
- MINCING Lane Public Sales. «Ridley & Co's Monthly Wine & Spirit Trade Circular». Londres. 439 (12 Mai. 1884) 192-193.
- RELATÓRIO do 1.º secretário da Associação Comercial do Porto, lido em assembleia de 12 do corrente. «Jornal do Porto». (15 Fev. 1867) 2.
- VAN ZELLER v. *Mason, Cattley & Co*. «Reports of Patent, Design and Trade Mark Cases». 25:2 (29 Jan. 1908) 37-41.

BIBLIOGRAFIA

- AAKER, David A. (1996). *Building strong brands*. Nova Iorque: The Free Press.
- ARANHA, Brito (1884). *Dicionário Bibliográfico Português*. Estudos de Inocêncio Francisco da Silva aplicáveis a Portugal e ao Brasil, continuados e ampliados por Brito Aranha em virtude do contrato celebrado com o governo português. Lisboa: Imprensa Nacional. Tomo XII (V do Suplemento).
- ARCHBALD, Isabel et al. (1823). *Memória justificativa de Isabel Archbald, e suas irmãs, ou discurso refutatório da sentença contra elas proferida em grau de revista na execução da sentença, que lhes move Ch. N. Copque*. Lisboa: Impressão de João Nunes Esteves.
- BALMER, John M. T., ed. (2017). *Foundations of Corporate Heritage*. Londres: Routledge.
- BARBOSA, Rafael (1998). *Cônsul das cidades da Liga Hanseática: a Kopke, fundada em 1638, por uma família alemã, é a mais antiga companhia de Vinho do Porto*. «Jornal de Notícias» (8 Abr. 1998).
- CARDOSO, António Barros (2003). *Baco & Hermes. O Porto e o comércio interno e externo dos vinhos do Douro (1700-1756)*. Porto: Grupo de Estudos de História da Viticultura Duriense e do Vinho do Porto. 2 vols.
- CATALOGUE Spécial de la Section Portugaise à l'Exposition Universelle de Paris en 1867. Paris: Paul Dupont, 1867.
- COMÉRCIO e Indústria Centenários de Portugal. [S.l.]: Associação Comercial de Lisboa; Associação Comercial do Porto; Associação Industrial Portuense; Associação Industrial Portuguesa, 1940.

- COSTA, Agostinho Rebelo da (1789). *Descrição topográfica e histórica da cidade do Porto*. Porto: Off. de António Álvares Ribeiro.
- DUGUID, Paul (2000). *Tudo em detalhes: instantâneos sobre o comércio de vinho do Porto, em 1777 e 1786*. «Douro – Estudos & Documentos». 10, 45-72.
- FONSECA, Álvaro Baltasar Moreira da (1967-1968). *Execução de um Alvará pombalino*. Porto: Instituto do Vinho do Porto.
- FREEMAN, Matthew; MEIRA, Ana Margarida (2018). *Transmedia Brand Narratives: Cultural Intermediaries and Port Wine*. In FREEMAN, Matthew; PROCTOR, William, ed. *Global Convergence Cultures: Transmedia Earth*. Londres: Routledge.
- GRÊMIO DOS EXPORTADORES DE VINHO DO PORTO (1948). *Álbum comemorativo da sua instalação definitiva no Palácio da Associação Comercial do Porto*. [S.l.]: GEVP.
- GUICHARD, François (2001). *Rótulos e cartazes no Vinho do Porto*. Porto: Edições Inapa.
- HOBSBAWM, Eric; RANGER, Terence, ed. (1983). *The invention of tradition*. Cambridge: Cambridge University Press.
- JACQUINET, Marc (2006). *Technological, institutional and market structure changes as evolutionary processes: the case of the Port Wine sector (1680-1974)*. Lisboa: Instituto Superior de Economia e Gestão da Universidade Técnica de Lisboa. Tese doutoramento.
- KROEZE, Ronald; KEULEN, Sjoerd (2013). *Leading a multinational is history in practice: the use of invented traditions and narratives at AkzoNobel, Shell, Philips and ABN AMRO*. «Business History». 55:8, 1265-1287.
- LOBO, Helena (2014). *Identidade Visual e Tipologia Gráfica do Vinho do Porto: Wiese & Krohn (1865-2010)*. Valência: Universitat Politècnica de València. Tese de doutoramento.
- MARTINS, Conceição Andrade (1990). *Memória do vinho do Porto*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.
- MASON, Geo Hardey [1897]. *Biographie der historischen Handels-Firma C. N. Köpke & Co., Oporto*. Porto; Londres: C. N. Köpke & Company.
- MAYSON, Richard (2018). *Port and the Douro*. 4.ª ed. Londres: The Infinite Ideas Classic Wine Library.
- MENDES, José Amado (2003). *Empresas e Empresários: Que Lugar na História Económica e Social?* «Revista Portuguesa de História». XXXVI, 135-149.
- MONTEIRO, Manuel (1911) *O Douro. Principais quintas, navegação, culturas, paisagens e costumes*. Porto: Emílio Biel & C.ª Editores.
- OFFLEY; WEBBER; FORRESTER (1846). *Second Representation made by Offley, Webber, & Forrester of Oporto, to their correspondents, respecting the recent discussions on the subject of Port-Wine*. Porto: Tip. Comercial.
- OS Vintage do Século (1999). In PEREIRA, Gaspar Martins; ALMEIDA, João Nicolau de, coord. *Porto Vintage*. Porto: Instituto do Vinho do Porto; Campo das Letras, pp. 129-201.
- PEREIRA, Gaspar Martins (2011). *Roriz. História de uma quinta no coração do Douro*. Porto: Afrontamento; [Vila Nova de Gaia]: Symington Family Estates.
- PEREIRA, Gaspar Martins; CRUZ, Marlene (2017). *Origem e distinção: as marcas de vinhos no final do século XIX*. «CEM – Cultura, Espaço & Memória». 8, 409-425.
- PEREIRA, Miriam Halpern (1971). *Livre-câmbio e desenvolvimento económico. Portugal na segunda metade do século XIX*. Lisboa: Edições Cosmos.
- PINTÃO, Manuel; CABRAL, Carlos (2011). *Dicionário Ilustrado do Vinho do Porto*. S. Paulo: Editora de Cultura.
- PROVIDÊNCIA, Francisco; BARBOSA, Maria Helena; BARATA, Magda, coord. cient. (2010). *Imagens do Vinho do Porto. Rótulos e cartazes*. Peso da Régua: Museu do Douro.

- REIS, Maria Cecília B. N. Rodrigues S. (2013). *O Porto e o comércio na segunda metade do século XVIII. A Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro e os negócios do vinho*. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Tese de doutoramento.
- RELAÇÃO dos factos praticados pela Comissão dos comerciantes de vinhos, em Londres, correspondentes da Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro, no Porto [...]. Rio de Janeiro: Impressão Régia, 1813.
- RODRIGUES, Raquel de Fátima Martins (2012). *Internacionalização do Vinho do Porto – Estudo de Caso Grupo Sogevinus*. Porto: Instituto Superior de Contabilidade. Dissertação de mestrado.
- SCHEFFLER, Wolfgang (1965). *Goldschmiede Niedersachsens*. Berlim: Walter de Gruyter & Co.
- SCHNEIDER, Susan (1980). *O Marquês de Pombal e o Vinho do Porto. Dependência e subdesenvolvimento em Portugal no século XVIII*. Lisboa: A Regra do Jogo.
- SELLERS, Charles (1899). *Oporto, Old and New. Being a Historical Record of the Port Wine Trade, and a Tribute to British Commercial Enterprise in the North of Portugal*. Londres: Herbert E. Harper.
- SOUSA, Fernando de, coord. (2006). *A Real Companhia Velha. Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro (1756-2006)*. Porto: CEPESE.
- STRASEN, E. A.; GÂNDARA, Alfredo (1944). *Oito séculos de história luso-alemã*. Berlim: Instituto Ibero-Americano de Berlim.
- TORRES, João Carlos Feio Cardoso de Castello Branco e; MESQUITA, Manuel de Castro Pereira de (1838). *Resenha das famílias titulares do Reino de Portugal acompanhada das notícias biográficas de alguns indivíduos das mesmas famílias*. Lisboa: Imprensa Nacional.
- URDE, Mats; GREYSER, Stephen A.; BALMER, John M. T. (2007). *Corporate brands with a heritage*. «Journal of Brand Management». 15:1, 4-19.
- VEYNE, Paul (1983). *Como se escreve a História*. Lisboa: Edições 70.
- VIZETELLY, Henry (1880). *Facts about Port and Madeira*. Londres: Ward, Lock & Co.
- WUESTEFELD, Thomas et al. (2012). *The impact of brand heritage on customer perceived value*. «Der Markt. International Journal of Marketing». 51:2-3, 51-61.