

A SOCIEDADE TEOTÓNIO PEREIRA: PATRIMÓNIO E HISTÓRIA DE ALMADA

INTRODUÇÃO

A história da Sociedade Comercial Theotónio Pereira¹ é, em muitos aspetos, a história de Almada e da sua transformação entre os séculos XIX e XX.

Fundada em 1797, por Teotónio Pereira, com o propósito de desenvolver um negócio de comércio por grosso e a retalho de vinho, aguardente, azeite e vinagre, a empresa familiar começou a sua atividade em Lisboa. Contudo, foi nas margens do Tejo, no Cais do Ginjal, em Cacilhas — espaço de localização geográfica privilegiada — que encontrou as condições ideais para crescer, se consolidar e afirmar como uma referência nacional e internacional no comércio e exportação de produtos agroalimentares.

Este texto decorre e corresponde ao propósito expresso no protocolo de colaboração celebrado entre o Município de Almada e a Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade NOVA de Lisboa: estudar e valorizar o acervo documental da família Teotónio Pereira, depositado no Arquivo Municipal de Almada. O espólio da família Teotónio Pereira é composto pelos fundos “Sociedade Comercial Theotónio Pereira, Limitada” e “João Theotónio Pereira Júnior, Limitada”. Estes núcleos documentais — que integram correspondência, livros de contas, registos comerciais, documentação societária e memoriais familiares — constituem uma base sólida para reconstituir a trajetória da empresa, identificar os modelos de gestão, perceber as redes comerciais estabelecidas e refletir sobre as dinâmicas de continuidade e mudança ao longo de mais de dois séculos de história. O estudo do acervo documental resulta assim, essencialmente, no estudo

¹ A empresa teve vários nomes ao longo dos anos. O fundador do negócio Theotónio Pereira desejou no seu testamento que os seus filhos criassem uma empresa e assim nasceu a firma “Viúva Theotónio Pereira”, mais tarde “Theotónio Pereira & Filhos”, depois “João Theotónio Pereira Júnior” e após a morte de João Theotónio Pereira Júnior, os seus filhos criaram a Sociedade Comercial Theotónio Pereira.

na Sociedade Comercial Theotónio Pereira e da empresa associada João Theotónio Pereira Júnior.

Foi esse o ponto de partida que suscitou uma investigação mais alargada que procurou desenvolver uma análise centrada na história económica e social da cidade na época contemporânea, identificando o impacto da Sociedade Comercial Theotónio Pereira na economia local, o seu papel na configuração urbana e o grau de influência que a família exerceu sobre o desenvolvimento de Almada. Procurou-se compreender a forma como esta firma familiar influenciou e foi influenciada por Almada e os seus habitantes, bem como os contextos económicos, sociais e políticos nacionais e internacionais. Contar a história da Sociedade Comercial Theotónio Pereira é, por isso, também contar a história de Almada — das suas margens e armazéns, das suas relações com o Tejo, do seu papel na economia do vinho e do azeite, e das famílias que marcaram o seu desenvolvimento.

A investigação, tendo por epicentro os referidos acervos existentes no Arquivo de Almada, foi complementada com uma pesquisa extensiva noutros arquivos locais e nacionais, cruzando documentação administrativa, comercial, familiar e institucional. A pesquisa realizada permitiu aprofundar o conhecimento sobre uma das mais antigas e duradouras empresas familiares portuguesas, com especial atenção à sua influência na cidade de Almada, ao impacto económico e social da sua atividade, e à forma como se inseriu em redes comerciais mais amplas, adaptando-se aos contextos políticos e económicos de cada época.

Este estudo não se limita, assim, a reconstituir a trajetória de uma firma. Propõe compreender o modo como a família Teotónio Pereira se inscreveu no território e no tempo, entre o cais e a quinta, entre o armazém e a diplomacia, entre a tradição e a inovação. Por sua vez, a história desta família é também o espelho das dinâmicas do capitalismo familiar português, das estratégias de enraizamento territorial e da complexa articulação entre economia, poder e identidade.

A história da Sociedade Comercial Theotónio Pereira é parte de uma dinâmica mais ampla. O seu estudo contribui, portanto, para uma leitura crítica e multidimensional da história económica e social de Portugal, com atenção

especial às políticas de exportação, à relevância das empresas familiares e ao papel da periferia urbana na construção do território moderno.

Este trabalho insere-se num conjunto mais vasto de iniciativas desenvolvidas no âmbito do protocolo de colaboração celebrado entre o Município de Almada e a Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade NOVA de Lisboa visando fomentar o estudo, valorização e divulgação do património histórico e cultural do concelho, articulando conhecimento académico e compromisso comunitário. No seu âmbito foram desenvolvidos, para além do presente estudo, encontros científicos, exposições, ações de formação e estudos dedicados à história local, ao património empresarial, ao tecido social e às dinâmicas territoriais do concelho.

A iniciativa familiar do depósito num arquivo municipal do acervo documental da Sociedade Comercial Theotónio Pereira e o propósito da sua valorização devem ainda ser reconhecidos, para além do reconhecimento do seu valor histórico, pelo seu significado e contribuição para a promoção como património cultural partilhado. Ao tornar acessível esta documentação à investigação e à fruição pública, contribui-se para dar visibilidade a uma experiência empresarial singular, e também para reforçar a ligação entre memória, identidade e desenvolvimento local.

Neste sentido, este estudo é, simultaneamente, uma obra de história, um exercício de valorização patrimonial e um contributo concreto para a aproximação entre conhecimento académico, políticas de memória e comunidade. A partir do caso da Sociedade Theotónio Pereira, oferece-se uma perspetiva alargada sobre os usos do passado e os desafios do presente, reafirmando a importância de preservar, estudar e partilhar os testemunhos materiais e imateriais que moldam o território e as suas gentes.

Agradece-se de forma muito reconhecida à família Teotónio Pereira a disponibilidade, colaboração e confiança demonstradas ao longo de todo o processo, fundamentais para a concretização deste trabalho.

A CIDADE E O RIO: ENQUADRAMENTO HISTÓRICO DE ALMADA NA CONTEMPORANEIDADE

A cidade de Almada tem uma relação privilegiada com o rio Tejo, estando rodeada por água em três frentes com cerca de 35 km ininterruptos². Geograficamente está situada a norte do rio, tendo o mar da palha a este, o oceano atlântico a oeste³ e do outro lado do rio encontra-se Lisboa. Este contexto geográfico foi um dos grandes benefícios para o desenvolvimento desta cidade ribeirinha, com o mar e os seus ofícios a exercerem uma forte influência sobre o seu crescimento económico e social⁴.

Até ao século XVIII Almada era um espaço rural e marítimo⁵, tendo a agricultura e a pesca como principais atividades económicas.

Foi no séc. XIX que Almada conheceu um maior crescimento populacional, registando um acréscimo de 112% entre 1864 e 1930⁶. O aumento deve-se ao desenvolvimento industrial que esta cidade sentiu no início do século, especialmente na zona ribeirinha. Foi também neste período que Almada emergiu como um importante centro industrial, beneficiando da sua localização estratégica junto ao estuário do Tejo e da proximidade a Lisboa⁷. Estes factores fizeram com que Almada se tornasse num ponto atractivo para muitos indivíduos e famílias inteiras que procuravam novas oportunidades de trabalho na indústria, de maneira a obter melhores condições de vida. Esta população veio maioritariamente na zona

² TEIXEIRA, Cláudia Raquel Zegre. Atividade industrial na frente ribeirinha de Almada nos séculos XIX e XX: contributos para a constituição de um núcleo museológico. Dissertação de Mestrado em Museologia, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, Novembro de 2019, p. 33.

³ FLORES, Alexandre M. Almada na História da Indústria Corticeira e do Movimento Operário: Da Regeneração ao Estado Novo, 1860-1930. 1.ª ed. Almada: Câmara Municipal, 2003, p. 11.

⁴ TEIXEIRA, Cláudia Raquel Zegre. Actividade industrial na frente ribeirinha de Almada nos séculos XIX e XX: contributos para a constituição de um núcleo museológico. Dissertação de Mestrado em Museologia, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, Novembro de 2019, p40.

⁵ FLORES, Alexandre M. Almada na História da Indústria Corticeira e do Movimento Operário: Da Regeneração ao Estado Novo, 1860-1930. 1.ª ed. Almada: Câmara Municipal, 2003, p.19.

⁶ Ibidem.

⁷ Ibidem.

sul do país, do Algarve e Alentejo e também na zona da Beira Baixa ⁸. Verifica-se que a população alentejana que se estabeleceu em Almada era significativamente composta por operários corticeiros que começaram a trabalhar nas primeiras indústrias corticeiras que se fixaram em Almada, no final do séc. XIX⁹. A criação dessas primeiras indústrias em Almada e o seu rápido desenvolvimento demográfico alteraram as dinâmicas económicas da região, em breve o comércio e a indústria afirmaram-se como principais atividades do concelho. A indústria corticeira destacou-se, com fábricas estabelecidas em áreas como o Ginjal e o Caramujo. Estas unidades fabris não só impulsionaram a economia local, como também atraíram uma significativa mão de obra. O aumento da população operária levou à criação de infra-estruturas como escolas, hospitais, associações e corporações de bombeiros, moldando a paisagem urbana de Almada, como evidencia Alexandre Flores.

As primeiras empresas a instalarem-se em Almada dedicadas à industrialização da cortiça foram as firmas inglesas: *The London and Lisbon Cork Wood Company, Ltd.* (1867) localizada no Caramujo, atual freguesia da Cova da Piedade; *Henry Bucknalls & Sons* (década de 1880) situada na Margueira Nova, atual freguesia de Cacilhas; a nível nacional as primeiras firmas portuguesas: *José Thomaz Callado* (1872) na antiga Rua da Terras, actual Rua Carvalho Freirinha, freguesia de Cacilhas; e *Vilarinho & Sobrinho* (1879) localizada na antiga Rua Direita do Caramujo, hoje Rua Manuel José Gomes, também na Cova da Piedade¹⁰. No entanto, a única empresa registada no Inquérito Industrial de 1881 foi a de *José Thomaz Callado*, as restantes ficaram omissas, uma vez que os respectivos empresários e industriais se abstiveram de fornecer testemunhos ou dados à Imprensa Nacional.¹¹ Nove anos mais tarde, no Inquérito Industrial de 1890 foram registadas apenas quatro unidades corticeiras no concelho de Almada, no entanto, existiam muito mais estabelecimentos fabris no concelho na época. Além das

⁸ Ibidem.

⁹ Idem, p. 20.

¹⁰ Idem, p. 37

¹¹ idem, p.42

fábricas de maior dimensão que já mencionamos existiam também outras unidades corticeiras em funcionamento no final do século, sendo estas: Sociedade Anónima *Armstrong - Cork France*; *António Vicente Padrão*; *Hylário Rodrigues*; *Thomazinho Joaquim Correia*; *Salvador Antão*; *Symington & C.^a*; *Fábrica do Inglês*; *Manuel Antão Júnior* e *José Alves*¹².

A instalação destas unidades corticeiras insere-se num movimento mais amplo de industrialização que se estendeu por toda a margem sul do Tejo, entre Montijo e Almada, abrangendo não apenas os núcleos ribeirinhos, mas também zonas interiores dos concelhos da Moita, do Barreiro e do Seixal. Esta dinâmica evidencia a integração de Almada numa rede regional de industrialização corticeira, cuja expressão territorial ultrapassava os limites das frentes fluviais, articulando diferentes áreas do território do sul numa lógica produtiva comum.¹³

A instalação das principais fábricas e oficinas corticeiras no concelho de Almada, a partir de meados do século XIX, esteve fortemente associada à proximidade do estuário do Tejo. Locais como o Outeiro do Alfeite, Romeira, Caramujo, Mutela, Margueira e Cacilhas acolheram unidades industriais que beneficiavam da orla ribeirinha para o transporte da cortiça em bruto e do carvão, bem como para o escoamento dos produtos transformados.¹⁴ Apesar de nem sempre reflectida com precisão nos inquéritos industriais da época, a importância económica da cortiça em Almada é confirmada pelos números: em 1917, era o sector industrial mais representativo no concelho, empregando 1093 operários — mais do que as outras indústrias conserveira, cerâmica, tanoaria ou naval¹⁵.

Ao longo das décadas de 1920 e 1930, verifica-se não só a continuidade das grandes firmas exportadoras, como também o aparecimento de novas unidades

¹²Ibidem.

¹³Ibidem.

¹⁴ TEIXEIRA, Cláudia Raquel Zegre. Actividade industrial na frente ribeirinha de Almada nos séculos XIX e XX: contributos para a constituição de um núcleo museológico. Dissertação de Mestrado em Museologia, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, Novembro de 2019, p.37.

¹⁵ FLORES, Alexandre M. Almada na História da Indústria Corticeira e do Movimento Operário: Da Regeneração ao Estado Novo, 1860-1930. 1.^a ed. Almada: Câmara Municipal, 2003, p.45

industriais e oficinas manuais, sobretudo nas freguesias de Almada e da Cova da Piedade. Em 1930, o concelho contava com 13 fábricas de cortiça, destacando-se as de *Henry Bucknall & Sons*, *William Rankin & Sons*, *Barreiras & C.^a* e *Cortiças de Portugal, Lda*. Este dinamismo industrial traduz-se numa presença marcante da cortiça na vida económica e social de Almada, reforçando o papel estruturante do Tejo como eixo de desenvolvimento e integração regional¹⁶.

É também na contemporaneidade que Almada se estabelece como um dos portos mais relevantes na Península Ibérica, não só pelo complemento que serve ao porto de Lisboa, mas também pelo enorme valor comercial das empresas que escolheram instalar-se na sua zona ribeirinha, desenvolvendo assim rotas comerciais de norte a sul do país. É na freguesia de Cacilhas que as actividades portuárias se expandem, mais concretamente no espaço do cais do Ginjal, onde muitas empresas, tanto nacionais como estrangeiras vão escolher desenvolver actividade.

O Cais do Ginjal assumiu-se como uma das áreas mais dinâmicas do processo de industrialização. A proximidade directa do rio e a existência de estruturas de embarque e desembarque favoreceram a instalação de armazéns e oficinas, principalmente ligadas ao comércio, à produção de tonéis e ao armazenamento de bens para exportação. Para além da indústria corticeira, instalaram-se outros tipos de indústrias em Almada. Entre as actividades industriais destacavam-se os estaleiros navais de Hugo Parry, estabelecidos em 1860, que operaram até 1938, evidenciando a relevância da construção naval na área. Outras indústrias incluíam fábricas de conservas de peixe, oficinas de tanoaria, uma destilaria, uma tinturaria, uma latoaria e uma fábrica de extracção de estanho, reflectindo a diversidade industrial do Ginjal¹⁷. A partir de 1939, o Cais do Ginjal tornou-se um centro de apoio à frota bacalhoeira nacional. Infra-estruturas como fábricas de redes, uma

¹⁶ Ibidem.

¹⁷ TEIXEIRA, Cláudia Raquel Zegre. Actividade industrial na frente ribeirinha de Almada nos séculos XIX e XX: contributos para a constituição de um núcleo museológico. Dissertação de Mestrado em Museologia, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, Novembro de 2019, p. 34.

fábrica de gelo que abastecia directamente os navios atracados, câmaras frigoríficas, oficinas de serralharia e outras reparações navais foram estabelecidas, evidenciando a importância estratégica do local para a indústria pesqueira. No topo da arriba, uma fábrica de óleo de fígado de bacalhau refinava e distribuía o produto como complemento alimentar às escolas primárias do país¹⁸. A instalação de tantas empresas na zona tornou necessária a criação de novos arruamentos, infraestruturas e bairros operários, sobretudo na Cova da Piedade, Caramujo, Margueira e Mutela. Esta expansão territorial foi acompanhada por uma rede de equipamentos sociais que emergiram para dar resposta às necessidades da população trabalhadora. Esta expansão territorial foi acompanhada por uma rede de equipamentos sociais que emergiram para dar resposta às necessidades da população trabalhadora.

Este ambiente operário, intenso e desigual, é retratado com força evocativa por Romeu Correia no romance *Cais do Ginjal*, de Romeu Correia onde se lê que "o Cais do Ginjal tão livre e rico para o rapazio, oferecendo as águas do Tejo peixes e gandaia, era um cativoiro de solidão para as mulheres solteiras do lugar (...). Por aqueles caminhos só passavam operários, trabalhadores braçais e tripulantes das fragatas e dos rebocadores que vinham carregar a mercadoria dos navios"¹⁹.

O autor evoca ainda a azáfama industrial da zona: "Para armazéns e fábricas formigavam os trabalhadores para pegar às oito e a labuta prolongava-se até às cinco. (...) Havia patrões portugueses, espanhóis, um grego, um alemão (...)"²⁰. Estas descrições literárias complementam o testemunho documental sobre a intensa industrialização do Ginjal e sobre a sua função central na vida quotidiana da classe operária almadense.

Entre margens: a instalação dos Teotónio Pereira em Almada

¹⁸ GONÇALVES, Diana Filipa Freirinha (2020). *A industrialização da pesca de bacalhau: marcas arqueológicas na foz do Tejo (séc. XIX e XX)*. Dissertação de Mestrado em Arqueologia, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, p. 67.

¹⁹ CORREIA, Romeu. *Cais do Ginjal*. Lisboa: Editorial Caminho 45

²⁰ CORREIA, Romeu. *Cais do Ginjal*. Lisboa: Editorial Caminho 45

A instalação da família Teotónio Pereira em Almada inscreve-se num quadro mais amplo de expansão industrial e transformação urbana e social da margem sul do Tejo desde a última metade do século XIX e os primeiros anos do século XX. A origem da família remonta à freguesia de Santo André de Poiares, no concelho de Vila Nova de Poiares, distrito de Coimbra. Foi já no final do século XVIII que o patriarca, Teotónio Pereira, se estabeleceu em Lisboa, integrando-se no dinâmico espaço comercial da capital. Desde cedo, desenvolveu atividade no comércio por grosso e a retalho de vinhos, azeite, aguardente e outros bens alimentares, num setor que apesar de ser fortemente competitivo estava em expansão.

No início do século XIX, Teotónio Pereira fixou a sua atividade na zona ribeirinha de Lisboa, beneficiando da proximidade ao porto e das rotas comerciais nacionais e ultramarinas. O crescimento da firma familiar foi impulsionado pela diversificação dos produtos comercializados e pelo estabelecimento de redes de abastecimento e escoamento que abrangiam várias regiões do país e do império colonial. Apesar das perturbações provocadas pelas Invasões Francesas e pelas convulsões políticas do período, a empresa manteve uma trajectória ascendente, ganhando notoriedade entre as casas mercantis da capital²¹. Com o falecimento de Teotónio Pereira em 1850, a firma reorganizou-se sob a designação *Viúva Theotónio Pereira & Filhos*, adoptando um modelo societário familiar que procurava salvaguardar a unidade patrimonial e a continuidade empresarial. Os filhos do fundador — Bento José Pereira, Bernardo Pereira e João Teotónio Pereira — asseguraram a gestão da firma, alargando os seus domínios à administração de bens urbanos e à intermediação comercial, com particular destaque para a exportação de vinhos e azeites²².

A ligação directa da família a Almada começa a partir de 1871, com a aquisição de um conjunto de prédios no Cais do Ginjal, entre os números 12 e 22. Estas propriedades foram progressivamente adaptadas a funções logísticas,

²¹ MARTINS, Fernando. *Pedro Theotónio Pereira: O Outro Delfim de Salazar*. Lisboa: Dom Quixote, novembro de 2020, p. 16.

²² Idem, p.17.

funcionando como armazéns de preparação e expedição dos produtos para exportação.²³ A localização estratégica do Ginjal — com ligação fluvial directa a Lisboa e excelentes condições portuárias na época — tornou-se um ponto-chave na cadeia de distribuição da firma. Com o tempo, a margem sul deixou de ser apenas um espaço funcional: tornou-se parte integrante da experiência de vida da família. No ano de 1919, os Teotónio Pereira adquiriram também a Quinta do Pombal, imóvel rural de veraneio que complementava a presença urbana e empresarial da família em Almada.²⁴ Durante o século XX, os laços com Almada aprofundaram-se igualmente no plano político e cívico. João Teotónio Pereira Júnior, neto do fundador, destacou-se como gestor dinâmico da empresa, tendo assegurado a sua modernização e expansão, também se tornou numa referência para a comunidade local a nível do mecenato e na caridade. O seu filho Luís Teotónio Pereira viria a ocupar o cargo de presidente da Câmara Municipal de Almada, um sinal claro do prestígio alcançado pela família no concelho e do seu envolvimento nos destinos da região.²⁵

Os testemunhos familiares, nomeadamente de Pedro e Virgínia Teotónio Pereira, atestam o peso simbólico e emocional que o Ginjal e Almada assumiram no imaginário familiar. Os relatos evocam as pescarias no Tejo, os momentos de lazer e as rotinas quotidianas entre os armazéns e a quinta, sublinhando um enraizamento que ia para além do mundo dos negócios. Esta convivência entre a esfera económica e a vida familiar moldou uma cultura empresarial centrada na proximidade, na continuidade geracional e na fidelidade às origens²⁶.

Embora o núcleo central da actividade empresarial permanecesse ancorado na exportação de vinhos e azeite, a família Teotónio Pereira tinha outras áreas de intervenção, nomeadamente através da sua presença no setor segurador. A Companhia de Seguros Fidelidade, onde vários membros da família exerceram cargos de direcção e administração, constituiu um pilar estratégico da sua projecção

²³ Ibidem.

²⁴ Idem, p.20.

²⁵ Idem, p.23.

²⁶ Ibidem.

económica. Esta ligação ao setor segurar e financeiro permitiu à família reforçar a sua influência no espaço público, articulando as esferas económica e institucional.²⁷

A implantação da República em 1910 traduziu-se numa ruptura significativa com as estruturas tradicionais de poder, afectando particularmente as elites monárquicas e conservadoras de Lisboa. A família Teotónio Pereira respondeu a esta mudança com prudência mantendo uma matriz conservadora.²⁸ A sua filiação ideológica tornou-se mais evidente nas gerações seguintes, especialmente com Pedro Teotónio Pereira, cuja juventude foi marcada por uma militância próxima do Integralismo Lusitano e por uma identificação simbólica com a figura de Sidónio Pais. Para esta família, a nova ordem republicana representava não só uma ameaça aos modelos políticos herdados, mas também uma instabilidade que colocava em risco os equilíbrios sociais e económicos nos quais assentava a sua atividade. A queda da monarquia não significou, portanto, uma renúncia ideológica, mas sim uma reconfiguração estratégica das formas de intervenção no espaço público²⁹.

Ao longo do século XX, a firma dos Teotónio Pereira conseguiu manter a sua presença no comércio internacional, apesar de terem sido sentidas algumas dificuldades causadas pela conjuntura económica e política, nomeadamente nas fases mais críticas do pós-guerra e na perda de mercados coloniais. O Cais do Ginjal manteve-se como um eixo logístico fundamental, sendo o ponto de saída para muitos dos produtos exportados, e onde se concentravam as principais infraestruturas da firma.³⁰ A consolidação da presença dos Teotónio Pereira em Almada deve, assim, ser interpretada à luz de uma tendência mais ampla de deslocação e enraizamento de elites económicas e financeiras nas periferias da capital, especialmente ao longo da margem sul do Tejo. Este movimento, que ligava racionalidade económica com desejo de distinção social, permitiu à família combinar tradição e modernização, continuidade e inovação. A sua instalação em

²⁷ Idem, 29.

²⁸ Idem, p. 40.

²⁹ Idem, p.43.

³⁰ Idem, p. 46.

Almada, longe de ser episódica ou acidental, traduziu uma estratégia deliberada de ocupação do território, com implicações duradouras na economia e na paisagem social do concelho³¹.

A empresa manteve, até meados do século, uma posição sólida no mercado externo, sobretudo no setor do vinho e do azeite. Sob a liderança de João Teotónio Pereira Júnior, a firma beneficiava de uma rede de contactos que lhe permitia responder às exigências de mercados exigentes, com atenção especial à qualidade do produto, à imagem de marca e à satisfação dos clientes. A documentação da época — incluindo cartas comerciais, registos de encomendas e contratos com empresas estrangeiras como a Martini & Rossi — atesta a preocupação com a diversificação de canais de distribuição e a manutenção de padrões elevados de fiabilidade e serviço.

³¹ Ibidem.

ENTRE O TEJO E O IMPÉRIO: CEM ANOS DE COMÉRCIO E EXPORTAÇÃO

A Sociedade Comercial Theotónio Pereira, Lda. tem a sua origem no ano de 1797, quando Teotónio Pereira, seu fundador, se estabeleceu em Lisboa com o propósito de iniciar um negócio centrado no comércio de vinhos, azeites, vinagres e cereais³². Rapidamente se afirmou como um nome de referência no cenário comercial, criando fortes ligações de distribuição nacionais e internacionais, especialmente com o Brasil e as colónias africanas. Ao longo do século XIX, a empresa, então designada *Viúva Theotónio Pereira & Filhos*, consolidou a sua posição económica através de uma expansão significativa em Almada, onde adquiriu, em 1871, armazéns estratégicos localizados no Cais do Ginjal de onde “seguiram as fragatas com a cascaria vazia até à Vala do Carregado, trazendo-as cheias com os vinhos brancos e tintos, com a aguardente, etc.”³³. Esta localização privilegiada em termos de acesso ao transporte fluvial tornou-se um ponto nevrálgico das operações comerciais da empresa³⁴. A proximidade ao rio Tejo facilitava não só os processos logísticos de exportação, como também assegurava uma presença contínua da empresa nas dinâmicas comerciais estabelecidas com os mercados coloniais em África e no Brasil.

A lógica da exportação portuguesa nos séculos XIX e XX

Exportar a partir de Portugal durante o século XIX e inícios do XX significava navegar num sistema económico marcado pela dependência colonial, défices comerciais persistentes e fraca industrialização³⁵. O comércio de exportação centrava-se em produtos agrícolas e transformados, com o vinho e o azeite entre os principais bens transacionados. O vinho, especialmente do Porto, assumia um papel de destaque nas exportações portuguesas³⁶, mas também os vinhos comuns — como os que a

³² PEREIRA, Pedro Teotónio - Família Theotónio Pereira – 200 anos de Tradição Comercial (I): Elementos para a História da Sociedade Comercial Theotónio Pereira, Lda. Almada, junho de 1998. Documento interno. p. 2

³³ Idem, p.3

³⁴ Cf. Boletim *O Pharol*, n.º 39, p. 4.

³⁵ LAINS, Pedro – *A Economia Portuguesa no Século XX*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 2003, p.65

³⁶ Idem, p. 36

família Teotónio Pereira comercializava — encontravam clientela regular no Brasil, Angola, Moçambique e outras regiões coloniais³⁷. Uma parte significativa desses vinhos destinava-se ao consumo popular nas colónias africanas, sendo frequentemente aditivado com açúcar e álcool para se ajustar às preferências coloniais e aos objetivos comerciais da metrópole³⁸. Esta exportação era também sustentada por políticas coloniais que tinham como intuito substituir as bebidas tradicionais africanas, como o marujo ou o vinho de caju, proibidas em várias regiões para promover o consumo de vinho português como símbolo da presença civilizadora da metrópole³⁹. O azeite, por sua vez, era valorizado tanto como produto alimentar como para usos industriais e religiosos.

As redes comerciais dependiam de relações pessoais, confiança, correspondência constante e agentes locais — muitas vezes portugueses ou luso-descendentes — que asseguravam a colocação dos produtos nos mercados externos. A navegação marítima estava sujeita a ciclos económicos, flutuações cambiais, crises de fretes e variações alfandegárias, o que tornava a exportação uma atividade instável e de risco⁴⁰. Ainda assim, para casas comerciais como a empresa dos Teotónio Pereira, a exportação representava uma das poucas vias para escoar volumes significativos de produto e garantir rentabilidade numa economia interna limitada.⁴¹

A adaptação a este contexto exigia conhecimento profundo dos mercados de destino, uma capacidade logística afinada e a habilidade de responder rapidamente às exigências dos regimes fiscais e comerciais em constante

³⁷ PEREIRA, Pedro Teotónio. Família Theotónio Pereira – 200 anos de Tradição Comercial (I): Elementos para a História da Sociedade Comercial Theotónio Pereira, Lda. Almada, junho de 1998. Documento interno, p.4

³⁸ CAPELA, José — *O vinho para o preto: notas e textos sobre a exportação do vinho para África*. Porto: Centro de Estudos Africanos da Universidade do Porto, 2009, p. 5.

³⁹ PEREIRA, Pedro Teotónio. Família Theotónio Pereira – 200 anos de Tradição Comercial (I): Elementos para a História da Sociedade Comercial Theotónio Pereira, Lda. Almada, junho de 1998. Documento interno, p. 6-7

⁴⁰ EICHENGREEN, Barry – *Globalizing Capital: A History of the International Monetary System*. Princeton: Princeton University Press, 2008.p. 34

⁴¹ PEREIRA, Pedro Teotónio. Família Theotónio Pereira – 200 anos de Tradição Comercial (I): Elementos para a História da Sociedade Comercial Theotónio Pereira, Lda. Almada, junho de 1998. Documento interno, p. 5.

mutação.⁴² O comércio de exportação exigia, por isso, mais do que bons produtos, dependia também de visão estratégica, redes de contacto e da proximidade com o poder político e institucional que regulava o setor.⁴³ O Estado desempenhava um papel ativo na promoção da exportação de vinho para os territórios coloniais.

Já no final do século XIX, a Direção-Geral da Agricultura recomendava o envio de vinhos doces e alcoólicos adaptados ao “paladar dos indígenas”, promovendo o consumo de vinho português nas colónias como estratégia de afirmação económica e cultural do império. Em 1899, chegou mesmo a ser proposto que se estabelecessem depósitos permanentes de vinho em cidades como Lourenço Marques e Luanda, para garantir o abastecimento regular por via contratual com a metrópole⁴⁴. Além disso, os padrões de consumo internacional começaram a mudar já no início do século XX, com os mercados do Norte da Europa e América do Norte a preferirem vinhos mais leves e embalagens práticas — tendências que se tornariam mais evidentes nas décadas seguintes⁴⁵. No contexto colonial, práticas como o “desdobramento” — diluição de vinhos para aumentar o volume — tornaram-se comuns, mas geraram preocupações quanto à qualidade e reputação dos vinhos portugueses. O uso crescente de transporte a granel acentuava estas tensões⁴⁶. A adequação ao gosto dos mercados coloniais exigia ainda ajustes específicos nas características dos vinhos exportados. Para Moçambique, por exemplo, os vinhos mais bem aceites eram os brancos simples, de alta graduação alcoólica e fortemente açucarados, dirigidos ao chamado “consumo indígena”, enquanto os tintos deviam ser suaves, pouco carregados de cor e com teor alcoólico médio.⁴⁷ Esta transição obrigava as casas comerciais a reverem tanto o

⁴² ANDERSON, Kym – *The World's Wine Markets: Globalization at Work*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2003. p. 51

⁴³ MAIER, Charles – *Among Empires: American Ascendancy and Its Predecessors*. Cambridge: Harvard University Press, 2006., p.12

⁴⁴ FREIRE, Dulce. *Produzir e Beber: A Questão do Vinho no Estado Novo*. Lisboa: Âncora Editora, março de 2011p. 8

⁴⁵ LUKACS, Paul – *Inventing Wine: A New History of One of the World's Most Ancient Pleasures*. New York: Norton, 2000, p. 38.

⁴⁶ FREIRE, Dulce. *Produzir e Beber: A Questão do Vinho no Estado Novo*. Lisboa: Âncora Editora, março de 2011.p 13

⁴⁷ Idem, p.14

produto como a sua imagem, algo que se tornou ainda mais premente no pós-guerra, com o avanço das técnicas de marketing e a globalização do comércio⁴⁸. A Sociedade Comercial Theotónio Pereira, com uma estrutura familiar tradicional e limitada capacidade de investimento, seguiu um modelo prudente, mas foi afetada pela fragmentação dos mercados e a crescente exigência técnica, documental e institucional associada à exportação. Isso é evidente na sua correspondência com o Brasil, EUA e Austrália, onde se multiplicavam pedidos de documentação, certificações técnicas, e garantias logísticas — desafios típicos do comércio internacional regulamentado da segunda metade do século XX⁴⁹.

A Sociedade Comercial Theotónio Pereira, Lda., além de ter consolidado uma forte presença nos circuitos de exportação ao longo do século XIX e XX, destacou-se também pela diversificação e caracterização específica dos seus produtos. Os vinhos exportados iam além dos comuns tintos e brancos: a empresa desenvolveu marcas próprias que respondiam a diferentes mercados e perfis de consumo, como “Quinta do Pombal”, “Marrabenta”, “Impala”, “Rodízio”, “N’djoko”, “Ginjal” (rosé) e “Casa do Pombal”⁵⁰. Estas marcas, frequentemente associadas a elementos da tradição portuguesa ou à geografia colonial, refletiam uma estratégia de *branding* bem definida, aliando portugalidade, exotismo e distinção comercial. Mais do que mercadoria, o vinho exportado tornou-se um símbolo da portugalidade imperial e da dominação cultural. O seu consumo era promovido nas colónias não apenas por razões económicas, mas como gesto político, para consolidar laços simbólicos entre metrópole e império⁵¹.

A qualidade dos vinhos foi reconhecida internacionalmente, tendo a empresa obtido várias distinções em concursos nacionais e internacionais. O vinho rosé

⁴⁸ USUNIER, Jean-Claude – *Marketing Across Cultures*. Harlow: Pearson Education, 2013, p. 47

⁴⁹ CABRAL, Manuel Villaverde – *Empresários e Empresariado em Portugal*. Lisboa: Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, 1992, p. 24

⁵⁰ PEREIRA, Pedro Teotónio - Família Theotónio Pereira – 200 anos de Tradição Comercial (I): Elementos para a História da Sociedade Comercial Theotónio Pereira, Lda. Almada, junho de 1998. Documento interno, p. 2-3

⁵¹ CAPELA, José — *O vinho para o preto: notas e textos sobre a exportação do vinho para África*. Porto: Centro de Estudos Africanos da Universidade do Porto, 2009, p. 8

“Pombal” recebeu medalha de prata no IV Concurso Nacional de Vinhos Engarrafados (1969⁵²); o “Dão Casa do Pombal” foi distinguido no Concurso de Vinhos com Denominação de Origem; e o “Quinta do Pombal” foi premiado com um diploma de honra no 1º Concurso Mundial de Vinhos em Budapeste, em 1972. Estes prémios comprovam o esforço da firma em manter padrões elevados de produção e em posicionar os seus vinhos no segmento da qualidade, mesmo num setor altamente competitivo.

A adaptação aos gostos dos mercados de destino foi outro traço marcante. A empresa exportava vinhos diluídos, ajustando o grau alcoólico às preferências locais, sobretudo no mercado africano.⁵³ Para os Estados Unidos, desenvolveu uma linha de vinhos em botijas de barro, explorando o apelo da rusticidade como fator de autenticidade. Além disso, investiu numa estratégia logística inovadora ao enviar vinho a granel para enchimento em Angola, o que reduzia os custos e permitia maior flexibilidade na resposta ao mercado.

A atividade da empresa não se limitava ao vinho: também comercializava azeites e vinagres com marcas próprias como “Moinho” e “Pátria”⁵⁴. Esta última, criada no contexto do Ultimato Inglês de 1890⁵⁵, traduzia um claro apelo patriótico, incorporando o vinho no imaginário nacional como símbolo de resistência e identidade. Assim, o portefólio da Sociedade Comercial Theotónio Pereira aliava tradição, pragmatismo comercial e sensibilidade cultural, garantindo à firma uma longevidade rara no panorama empresarial português.

Consolidação internacional e diversificação comercial

⁵² PEREIRA, Pedro Teotónio. Família Theotónio Pereira – 200 anos de Tradição Comercial (I): Elementos para a História da Sociedade Comercial Theotónio Pereira, Lda. Almada, junho de 1998. Documento interno, p. 4

⁵³ Ibidem

⁵⁴ Idem, p.2

⁵⁵ Ibidem.

A instabilidade política e financeira que marcou a Primeira República Portuguesa (1910–1926) criou desafios consideráveis para as empresas nacionais. Durante esse período tumultuoso, Portugal viu suceder-se 45 governos, o que resultou numa profunda variabilidade fiscal e monetária⁵⁶. Empresas exportadoras, como a Sociedade Comercial Theotónio Pereira, foram particularmente afetadas pela constante desvalorização do escudo, perda de confiança no sistema bancário e aumento das obrigações fiscais. Porém, como adiante se desenvolverá, a principal dificuldade decorreria do impacto da Primeira Guerra Mundial, que confrontou diretamente o país com a vulnerabilidade e a insuficiência do seu tecido produtivo, bem como com a elevada dependência externa em abastecimentos, matérias-primas e transportes, evidenciando os limites estruturais da economia portuguesa num contexto internacional adverso.

Perante as dificuldades que caracterizam o período, a Sociedade Comercial Theotónio Pereira adotou uma estratégia prudente, assente na continuidade familiar e no reforço das suas instalações logísticas no Cais do Ginjal. Sem tomar uma posição pública ativa na agitada vida política republicana, manteve discretamente a sua orientação conservadora e monárquica, canalizando esforços para preservar os negócios internacionais, especialmente nos mercados coloniais. Este período de instabilidade acabou por favorecer indiretamente figuras como Pedro, João e Luís Teotónio Pereira, que mais tarde encontrariam terreno fértil para consolidar as suas posições no contexto do Estado Novo.

Com a Primeira Guerra Mundial, como assinalado, a situação económica deteriorou-se ainda mais⁵⁷. O bloqueio naval britânico e as prioridades militares dos países em guerra interromperam abruptamente os fluxos normais de exportação, especialmente para os mercados europeus. A Sociedade Comercial

⁵⁶ ROSAS, Fernando e ROLLO, Maria Fernanda (Eds.), *História da I República*, Tinta da China, 1ª edição 2009, 2ª edição 2010.

⁵⁷ ROLLO, Maria Fernanda, “Economia e inovação: derivações em cenário de crise”, in *História da I República*, Coordenação com Fernando Rosas, Tinta da China, 2009, p. 523-534. PIRES, Ana Paula, *Portugal e a I Guerra Mundial. A República e a Economia de Guerra*, Comissão Nacional para as Comemorações do Centenário da República, Caleidoscópio, Lisboa, 2011.

Theotónio Pereira viu-se obrigada a redirecionar rapidamente as suas operações, privilegiando as ligações comerciais com as colónias e o Brasil. Portugal entrou oficialmente na guerra em 1916, enfrentando uma grave escassez de matérias-primas, forte desvalorização da moeda e aumento significativo dos custos logísticos. Segundo dados oficiais, entre 1914 e 1918 as exportações portuguesas caíram mais de 30%. Neste contexto de sobrevivência e adaptação, ter uma sólida rede diplomática e capacidade logística revelou-se essencial. Empresas bem estabelecidas como a Theotónio Pereira, com armazéns funcionais e redes transatlânticas consolidadas, conseguiram manter a atividade mesmo durante os anos mais difíceis do conflito.⁵⁸

Em 1921, sob a liderança de João Teotónio Pereira Júnior, a empresa entrou numa nova fase de expansão, formalizando-se como Sociedade Comercial João Theotónio Pereira, Lda., com um capital inicial de 200 000 escudos. A sociedade foi criada por João Teotónio Pereira e os seus filhos Alberto, Luís, Clara e Pedro, com o objetivo central de exportar vinhos e derivados. Mantiveram os armazéns no Ginjal, onde João Teotónio Pereira implementou melhorias substanciais, criando espaços modernos e adequados à escala das operações comerciais. O capital social distribuía-se em quotas, sendo a principal representada pelos bens anteriormente pertencentes à casa comercial de João Teotónio Pereira Júnior, enquanto os restantes sócios contribuíram com capital monetário. A estrutura da empresa e a distribuição das quotas foram cuidadosamente reguladas para garantir que o controlo permanecesse sempre na esfera familiar.⁵⁹

Nas décadas de 1920 e 1930, a empresa destacou-se como uma das principais exportadoras de vinhos e azeites em Portugal, consolidando uma posição de liderança no setor. Neste período, alargou a sua rede de distribuição e ajustou-se ao contexto político e económico vigente, marcado por instabilidade interna e pela crescente intervenção estatal promovida pelo regime do Estado Novo. Durante a

⁵⁸ LAINS, Pedro – A economia portuguesa no século XX: crescimento económico e comércio externo, 1851–2000. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 2003.

⁵⁹ Ibidem

década de 1930, a *João Theotónio Pereira Júnior, Lda.* deu um passo estratégico relevante ao estabelecer, em 1935, uma parceria com a empresa italiana Martini & Rossi⁶⁰. Este contrato representou um marco na história da firma, ao garantir-lhe a exclusividade da distribuição do vermute Martini em Portugal⁶¹. A documentação associada ao acordo revela uma estratégia empresarial orientada para a internacionalização, que procurava enriquecer o portefólio da empresa com produtos de marcas internacionalmente reconhecidas. A distribuição exclusiva do vermute Martini, um produto de reputação global, constituiu um movimento decisivo para a diversificação da atividade da firma no setor das bebidas alcoólicas. Esta parceria reforçou significativamente a sua posição no mercado português e viabilizou o acesso a novos mercados, tanto na Europa como nas colónias, onde a procura por este tipo de produto era elevada. A remuneração por unidade vendida refletia a rentabilidade da operação e consolidava a posição privilegiada da empresa no circuito comercial.

O contrato com a Martini & Rossi ilustra não apenas o cariz internacional da empresa, mas também evidencia uma estratégia comercial eficaz, baseada na associação a marcas líderes de mercado. A exclusividade na distribuição permitiu garantir um fluxo financeiro estável e o reforço da presença no mercado interno. A modalidade de pagamento por unidade vendida era sintomática do êxito da parceria, ao assegurar a entrada de um produto prestigiado no mercado nacional e simultaneamente reforçar a posição da empresa como distribuidora de bebidas de elevada qualidade.

A criação de marcas próprias por parte da Sociedade Comercial Theotónio Pereira, Lda., como Pátria e Ginjal, deve ser entendida no quadro desta expansão e consolidação no plano nacional e internacional. A marca Pátria foi utilizada

⁶⁰ VERMOUTH MARTINI E ROSSI — Contrato com a firma João Teotónio Pereira Júnior, Lda., para a exploração comercial, em Portugal e suas colónias, das marcas Vermouth Martini. 1 de julho de 1935. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

⁶¹ "Martini & Rossi S.p.A. – Company History." FundingUniverse. Disponível em: <https://www.fundinguniverse.com/company-histories/martini-rossi-spa-history/>. Acedido em 27 de março de 2025.

sobretudo nos vinhos e azeites, simbolizando a tradição e qualidade portuguesa. A marca Ginjal, por sua vez, remete diretamente para a localização dos armazéns no Cais do Ginjal, conferindo à identidade da empresa uma dimensão geográfica que evocava autenticidade e prestígio. O uso estratégico destas marcas visava reforçar a imagem institucional da empresa, aumentar a sua competitividade e facilitar o reconhecimento nos mercados externos, com destaque para as colónias e o Brasil, que se mantinham como destinos centrais para as exportações da firma.⁶²

Influência política e corporativismo: a inserção estratégica dos Teotónio Pereira no Estado Novo

A relevância de João Teotónio Pereira Júnior ultrapassava a esfera estritamente comercial, estendendo-se a cargos importantes em instituições financeiras e económicas do país. Entre 1923 e 1936, exerceu o cargo de vice-governador do Banco de Portugal, desempenhando um papel fundamental na definição das políticas monetárias nacionais. Ocupou também cargos de destaque como administrador do Banco Espírito Santo e Comercial de Lisboa, presidente da Companhia de Seguros Fidelidade e líder do Grémio dos Seguradores. Estas funções não só lhe conferiram grande prestígio social e profissional, como também lhe garantiram acesso privilegiado às redes de influência do Estado Novo. A sua presença na Câmara Corporativa, organismo de aconselhamento do regime, evidencia claramente a ligação próxima entre a sua atividade empresarial e as estruturas institucionais do poder económico.⁶³ Luís Teotónio Pereira, filho de João, assumiu a presidência do recém-criado Grémio do Comércio de Exportação de Vinhos em 1933, posição estratégica no modelo económico corporativo promovido pelo Estado Novo. Este grémio desempenhava um papel central na regulação da exportação vinícola, atuando como intermediário entre o setor privado e o governo, garantindo a estabilidade comercial desejada pelo regime. As sucessivas reeleições de Luís comprovam não apenas o prestígio da família no setor vinícola,

⁶² ROCHA, J. – “Marcas e denominações de origem de vinhos no início da República”. *Omni Tempore. Atas dos Encontros da Primavera*, n.º 7 (2022), p. 267.

⁶³ ROSAS, Fernando — *Salazar e o Poder – A Arte de Saber Durar*. Lisboa: Tinta-da-China, 1998.

mas também o seu alinhamento com os princípios políticos e económicos vigentes.⁶⁴.

Este modelo económico assentava na ideia de que a economia deveria ser regulada por estruturas intermédias entre o Estado e os agentes económicos. Inspirado pelo fascismo italiano, o corporativismo português visava harmonizar relações de trabalho e submeter a atividade económica à autoridade política do Estado⁶⁵. O regime procurava harmonizar as relações laborais e submeter as atividades económicas à supervisão direta do Estado através de organismos como o Grémio do Comércio de Exportação de Vinhos e a Junta Nacional do Vinho. Neste contexto, empresas com forte ligação institucional, como a dos Teotónio Pereira, beneficiavam de uma vantagem significativa, conseguindo adaptar-se rapidamente às exigências regulatórias e garantindo uma posição competitiva no mercado internacional.

Neste contexto, empresas como a Theotónio Pereira, com acesso direto às estruturas corporativas, conseguiam adaptar-se melhor às exigências regulatórias e assegurar presença nos mercados internacionais. A atuação de João e Luís Teotónio Pereira mostra uma inserção estratégica num modelo de economia dirigida, no qual a proximidade ao poder era condição de sobrevivência e sucesso⁶⁶. Pedro Teotónio Pereira, embora não diretamente envolvido na administração da empresa familiar, foi também uma figura essencial na consolidação do corporativismo em Portugal. Enquanto Subsecretário de Estado das Corporações e Previdência Social e posteriormente embaixador, desempenhou um papel crucial na criação e consolidação das instituições corporativas, como grémios e juntas, que sustentavam ideologicamente o Estado Novo.⁶⁷ A sua ação contribuiu

⁶⁴ MARTINS, Conceição Andrade – “A agricultura”. In LAINS, Pedro; FERREIRA DA SILVA, Álvaro (orgs.) – *História económica de Portugal, 1700-2000*. Vol. III: *O século XIX*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 2005, p. 419.

⁶⁵ GARRIDO, Álvaro – *Queremos uma economia nova!: Estado Novo e corporativismo*. Lisboa: Círculo de Leitores/Temas & Debates, 2016, p. 74.

⁶⁶ TORGAL, Luís Reis – “Estado Novo: ‘República Corporativa’”. *Revista de História das Ideias*, vol. 27 (2006), p. 41

⁶⁷ ROSAS, Fernando – *O Estado Novo (1926-1974)*. In MATTOSO, José (dir.) – *História de Portugal*. Vol. VII. Lisboa: Círculo de Leitores, 1994, p. 96.

decisivamente para moldar o ambiente institucional e económico que permitiu a empresas familiares como a Sociedade Comercial Theotónio Pereira prosperarem durante esse período.

Durante a Segunda Guerra Mundial, a neutralidade portuguesa abriu novas oportunidades comerciais para empresas bem posicionadas, como a Sociedade Comercial Theotónio Pereira. A escassez de produtos alimentares e matérias-primas em toda a Europa aumentou significativamente a procura por vinhos e azeites, especialmente em mercados neutros e nas colónias⁶⁸. Aproveitando a sua sólida ligação ao mercado ultramarino e a parceria com a Martini & Rossi, a empresa conseguiu explorar estas oportunidades com sucesso. Contudo, o contexto logístico complexo exigiu uma gestão meticulosa, dada a escassez de combustíveis e navios mercantes. Com apoio das estruturas corporativas do Estado Novo, que geriam quotas e prioridades de exportação, a empresa demonstrou grande capacidade de adaptação e resiliência, reforçando a sua posição durante um dos períodos mais difíceis da história económica europeia.

Adaptação e continuidade: estratégias da Teotónio Pereira no pós-guerra.

A década de 1950 foi um período crítico para a Sociedade Comercial Theotónio Pereira, marcada por profundas mudanças internas e pela necessidade urgente de adaptação num cenário de competição internacional crescente e transformações nos mercados coloniais. Após a morte de João Teotónio Pereira Júnior em 1952 e, pouco depois, a de Alberto Teotónio Pereira em 1957, a empresa enfrentou uma reorganização administrativa significativa. Com sede ainda estabelecida no Cais do Ginjal, Almada, a gestão passou formalmente para os restantes irmãos – Luís, Clara, Pedro e Virgínia – que revisaram o pacto social logo em janeiro de 1953⁶⁹. E m

⁶⁸ TELO, A. J. (1996). *Portugal na Segunda Guerra Mundial*. Lisboa: Editorial Presença, p.102. ROLLO, Maria Fernanda, "Heranças da Guerra: o reforço da autarcia e os 'novos rumos' da política económica", in *Ler História*, nº 50, 2006, pp. 115-153.

⁶⁹ SOCIEDADE COMERCIAL TEOTÓNIO PEREIRA, LDA. — *Certidão de teor da escritura de constituição da sociedade*. 10 de janeiro de 1953. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

1959, a entrada de João Paulo Teotónio Pereira⁷⁰, por meio de uma doação dos tios, assegurou a continuidade geracional da liderança familiar.

Documentos da época mostram claramente uma gestão cuidadosa e uma preocupação constante em proteger o controlo familiar sobre a empresa, com várias revisões do pacto social ao longo da década (1953, 1955 e 1957). Em dezembro de 1957, a nomeação de Henrique Nunes da Silva⁷¹ como gerente, apesar de ser um elemento externo à família, sinalizou uma abertura cautelosa para a entrada de profissionais especializados, algo pouco habitual nas empresas familiares portuguesas da época.

Do ponto de vista económico, os anos finais da década apresentaram resultados mistos. Apesar de alguns sucessos pontuais, como os bons resultados de 1958 graças a reservas adquiridas em condições favoráveis, a empresa enfrentava desafios crescentes. A falência da empresa Nunes, Gama & C.^a e as dificuldades financeiras graves da filial SOVINHOS, em Angola, pressionaram fortemente as operações da firma. Mesmo assim, continuava a exportar regularmente para mercados importantes como França, Moçambique, Congo Belga e Angola, além de negócios pontuais com o Canadá, Noruega e Holanda. Em 1958, a firma alcançou um dos seus melhores resultados da década, com reservas adquiridas a baixo custo valorizadas por aumentos internacionais de preço.⁷²

Internamente, a década ficou marcada por investimentos significativos em modernização logística. Em 1958, foram construídos 21 novos depósitos no Cais do Ginjal, permitindo abandonar instalações alugadas e reduzir custos operacionais. Paralelamente, surgiram preocupações com a qualidade dos

⁷⁰ SOCIEDADE COMERCIAL TEOTÓNIO PEREIRA, LDA. — *Certidão de teor da escritura de doação parcial de quotas efetuada pelos sócios Clara Herrmann Pereira Nunes da Silva, Pedro Teotónio Pereira e Virgínia Maria Herrmann Pereira ao sobrinho João Paulo Teotónio Pereira*. 11 de novembro de 1959. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

⁷¹ SOCIEDADE COMERCIAL TEOTÓNIO PEREIRA, LDA. — *Certidão de teor da escritura de doação parcial de quotas efetuada pelos sócios Clara Herrmann Pereira Nunes da Silva, Pedro Teotónio Pereira e Virgínia Maria Herrmann Pereira ao sobrinho João Paulo Teotónio Pereira*. 11 de novembro de 1959. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

⁷² SOCIEDADE COMERCIAL TEOTÓNIO PEREIRA, LDA. — *Relatório e conta de gerência do ano de 1958*. Dezembro de 1958. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

produtos, particularmente sobre a oxidação dos vinhos brancos "Quinta do Ginjal". Este facto levou à reformulação rigorosa dos processos de conservação⁷³ e engarrafamento, juntamente com investimentos em equipamento avançado como pasteurizadores e alambiques de destilação contínua.⁷⁴

No plano internacional, a empresa procurou ampliar horizontes participando na feira IGafa, em Munique, em 1958, com apoio do Fundo do Fomento de Exportação⁷⁵. Apesar dos esforços promocionais – desde convites dirigidos a importadores até provas especiais com sommeliers locais –, a receção foi menos entusiasta do que esperado. Mesmo assim, a experiência permitiu à firma adquirir conhecimentos essenciais sobre as preferências dos consumidores alemães e comparar-se diretamente com a forte concorrência europeia.

No mercado colonial, Angola destacou-se como o principal destino. Através da SOVINHOS, a firma tentava consolidar a distribuição local, enfrentando uma estrutura de consumo exigente e problemas com dívidas incobráveis. Estudos encomendados em 1958⁷⁶ propunham o envio de vinho a granel com enchimento em território angolano, reduzindo custos e permitindo maior flexibilidade na resposta à procura. Essa estratégia revelou-se economicamente viável, mas exigia investimentos consideráveis em infraestruturas e novas parcerias. Apesar de alguns avanços — como a introdução do sistema de saque com prazos definidos em 1957 e propostas para capitalização da filial em 1959 —, os relatórios revelam um mal-estar crescente com a deterioração das condições de crédito em Angola.⁷⁷ A decisão de manter a SOVINHOS em funcionamento, mesmo com prejuízos,

⁷³ SOCIEDADE COMERCIAL TEOTÓNIO PEREIRA, LDA. — *Carta relativa a reclamação sobre vinho branco da marca "Quinta do Ginjal"*. 11 de agosto de 1958. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

⁷⁴ FÁBRICAS METALÚRGICAS F.A.S.; CASA HIPÓLITO, LDA. — *Cartas dirigidas à Sociedade Comercial Teotónio Pereira, Lda., relativas a propostas e informações técnicas sobre aparelhos de destilação (incluindo coluna de destilação contínua e sistema Deroy com acessório "aguenta-vinho")*. 9 de outubro de 1958; 2 e 13 de março de 1959. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

⁷⁵ SOCIEDADE COMERCIAL TEOTÓNIO PEREIRA, LDA. — *Relatório da Feira Gastronómica de Munich (IGafa)*. 5 de fevereiro de 1959. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

⁷⁶ SOCIEDADE COMERCIAL TEOTÓNIO PEREIRA, LDA. — *Estudo: Novas Possibilidades de Venda de Vinhos Comuns em Angola*. 26 de julho de 1958. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

⁷⁷ SOCIEDADE COMERCIAL TEOTÓNIO PEREIRA, LDA. — *Relatório sobre a SOVINHOS, Lobito*. [s.d.]. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

baseava-se na convicção de que o encerramento agravaria ainda mais os incobráveis.

Além dos aspetos financeiros, os relatórios sobre a SOVINHOS revelam uma tentativa de transformação estrutural. Propunha-se a entrada de novos sócios locais para diluir o risco e alargar a base de capital, bem como a criação de reservas financeiras específicas para absorver perdas resultantes de insolvências. Ao mesmo tempo, analisava-se a introdução de tecnologias como linhas de enchimento local e práticas de "desdobramento" de vinhos (diluição de vinhos de alta graduação alcoólica para aumentar volume e adaptar ao gosto local). Este modelo demonstrava viabilidade, mas encontrava resistência institucional e dificuldades logísticas em termos de transporte e infraestrutura.

Os relatórios também destacam os desafios da concorrência: enquanto o mercado do Congo Belga mostrava sinais de saturação, o consumo local em África começava a mudar — o vinho enfrentava a concorrência crescente da cerveja, considerada mais barata e adaptada ao clima tropical. As reclamações sobre qualidade, especialmente de vinhos brancos com oxidação prematura (1958)⁷⁸, eram cada vez mais frequentes, levando a empresa a reforçar a supervisão laboratorial e a apostar em melhorias no transporte e embalagem.

No domínio da comunicação e promoção comercial, a década de 1950 caracterizou-se por uma imagem gráfica estável e conservadora, alinhada com o espírito de continuidade e presença firme nos mercados coloniais. As marcas da empresa, como “Ginjal”, “Canasta”, “Pátria” e “Theotónio”, eram promovidas com uma linguagem visual dominada por tipografia clássica e simbologia nacionalista — brasões, caravelas, e referências à pátria. Estes elementos reforçavam a confiança junto de intermediários comerciais em Angola e Moçambique, sem recorrer a discursos dirigidos ao consumidor final.⁷⁹ As etiquetas e rótulos,

⁷⁸ SOCIEDADE COMERCIAL TEOTÓNIO PEREIRA, LDA. — *Carta dirigida ao laboratório, relativas a análises de estabilidade química*. 1958. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

⁷⁹ FRAGOSO, Margarida – *Design gráfico em Portugal: formas e expressões da cultura visual do século XX*. Lisboa: Livros Horizonte, 2012.

cuidadosamente compostos, serviam simultaneamente funções logísticas e promocionais. A clareza, o prestígio e a robustez visual estavam ao serviço de um comércio centrado no volume, na fiabilidade e na continuidade institucional. Esta abordagem funcionava no quadro de um sistema económico relativamente estável, mas mostrava limitações quanto à capacidade de adaptação a mercados mais competitivos ou sensíveis ao design e inovação.

A década de 1950 foi, portanto, um período de transição complexa, em que a Sociedade Comercial Theotónio Pereira procurou equilibrar a preservação da sua identidade familiar com a necessidade crescente de adaptação a novas realidades económicas e comerciais. A empresa resistiu graças à robustez das suas redes comerciais e à sua capacidade técnica, mas acumulavam-se sinais evidentes de desgaste que antecipavam desafios ainda maiores nas décadas seguintes.

Transição e resistência: a Sociedade Theotónio Pereira na década de 1960

A década de 1960 foi um período de profundas mudanças para a Sociedade Comercial Theotónio Pereira, marcado por reestruturações internas, desafios financeiros e esforços de reposicionamento. A nível societário, o início da década trouxe alterações significativas. A 13 de janeiro de 1962, Clara Herrmann Pereira Nunes da Silva cedeu a sua quota a Virgínia Maria Herrmann Pereira e Pedro Van-Zeller Palha Teotónio Pereira⁸⁰, n uma escritura que oficializou também a saída do seu marido, Henrique de Beires Valle Nunes da Silva, da gerência. Poucos dias depois, Pedro Van-Zeller foi nomeado gerente, consolidando a renovação da estrutura diretiva a 30 de janeiro de 1962⁸¹.

⁸⁰ SOCIEDADE COMERCIAL TEOTÓNIO PEREIRA, LDA. — *Certidão de teor da escritura de doação parcial de quotas efetuada pelos sócios Clara Herrmann Pereira Nunes da Silva, Pedro Teotónio Pereira e Virgínia Maria Herrmann Pereira ao sobrinho João Paulo Teotónio Pereira*. 11 de novembro de 1959. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

⁸¹ CONSERVATÓRIA DOS REGISTOS PREDIAL E COMERCIAL DE ALMADA — *Nota de registo da nomeação de Pedro Van-Zeller Palha Teotónio Pereira como gerente da Sociedade Comercial Teotónio Pereira, Limitada*. 30 de janeiro de 1962. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

O processo de reorganização prosseguiu em 1967, com a cedência de parte da quota de Virgínia a Pedro Teotónio Pereira,⁸² fortalecendo a presença da nova geração nos destinos da firma. Apesar dessas mudanças, manteve-se a natureza familiar do negócio, agora mais dependente da capacidade dos seus membros em resistir às dificuldades de um contexto económico e político incerto.

Do ponto de vista económico, a década revelou um desempenho oscilante. Houve anos de bons resultados, como 1964 e 1966, mas também períodos críticos, como 1965, em que a redução nas vendas e a concorrência internacional geraram prejuízos relevantes. A falência de clientes importantes em África, como a firma J.J. da Cruz & Filhos em Lourenço Marques, causou um rombo financeiro significativo, com dívidas superiores a 1.200 contos, comprometendo a liquidez da empresa. Moçambique permaneceu como principal destino das exportações, apesar da crescente concorrência. Em Angola, a situação agravou-se com a liquidação da SOVINHOS — um processo iniciado em 1958 e concluído nos primeiros anos da década — que implicou perdas superiores a 600 contos. A falência da Nunes, Gama & C.^a, parceira da Sociedade Comercial Theotónio Pereira, agravou ainda mais o panorama. Críticas à qualidade do vinho remetido da metrópole aumentaram, com queixas sobre adulterações e perda de qualidade, gerando desconfiança nos mercados locais⁸³

Em resposta, a firma apostou na diversificação e na reestruturação logística. Em 1964, vendeu o armazém da Marteleira e iniciou a construção de novas instalações em Vila Nova de Tazem, na Beira Alta, destinadas a funcionar como entreposto comercial⁸⁴. Em 1966, as obras estavam concluídas, com capacidade para 120.000 litros de armazenamento. A ampliação foi aprovada pela Junta Nacional do Vinho e

⁸² SOCIEDADE COMERCIAL TEOTÓNIO PEREIRA, LDA. — *Certidão de teor da escritura de cedência, por venda, de parte da quota pertencente à sócia Virgínia Maria Herrmann Pereira a Pedro Teotónio Pereira*. 9 de novembro de 1967. Arquivo Histórico Municipal de Almada

⁸³ CAPELA, José — *O vinho para o preto: notas e textos sobre a exportação do vinho para África*. Porto: Centro de Estudos Africanos da Universidade do Porto, 2009, p. 9.

⁸⁴ SOCIEDADE COMERCIAL TEOTÓNIO PEREIRA, LDA. — *Carta circular dirigida aos clientes da zona da Beira Alta, anunciando a abertura de novo ponto de venda em Vila Nova de Tazem*. 24 de agosto de 1966. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

mereceu elogios pela sua organização e execução⁸⁵. Esta nova infraestrutura não só apoiava a atividade da casa no interior do país, como servia de apoio estratégico ao eventual reforço da presença no mercado interno — possibilidade cada vez mais considerada como alternativa aos mercados coloniais em declínio.

As exportações para a Europa e América do Norte mantiveram-se modestas, mas constantes. A partir de 1962, os EUA surgiram como mercado promissor, sobretudo para vinhos em botijas de barro.⁸⁶ Em 1963, enviaram-se amostras e realizaram-se contactos presenciais, criando expectativas de crescimento. No entanto, as margens de lucro eram estreitas e os custos fixos elevados. Os relatórios de gerência insistiam nos encargos com salários, juros e taxas, que consumiam quase todos os ganhos. No entanto, as margens de lucro eram estreitas e os custos fixos elevados. Os relatórios de gerência insistiam nos encargos com salários, juros e taxas, que consumiam quase todos os ganhos. Ainda assim, a empresa manteve alguma política de apoio interno, com aumentos salariais e incentivo à formação dos funcionários.

A concorrência estrangeira, as exigências de qualidade dos mercados internacionais e a rigidez das intervenções da Junta Nacional do Vinho tornavam o comércio de exportação português uma atividade de elevado risco e retorno incerto. Os relatórios da gerência sublinhavam repetidamente o peso das despesas gerais (salários, juros bancários, contribuições e taxas), que absorviam quase todo o lucro obtido com vendas. Ainda assim, a firma manteve uma política de responsabilidade social interna, com aumentos salariais pontuais e apoio à formação de funcionários.

Apesar do contexto adverso, a Sociedade Comercial Theotónio Pereira demonstrou uma notável capacidade de resistência e adaptação. O investimento em controlo

⁸⁵ JUNTA NACIONAL DO VINHO — *Ofício à Sociedade Comercial Teotónio Pereira, Lda., confirmando a receção do relatório e a aceitação da nova capacidade instalada*. 7 de agosto de 1968. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

⁸⁶ SOCIEDADE COMERCIAL TEOTÓNIO PEREIRA, LDA. — *Cartas dirigidas ao laboratório, relativas a análises de estabilidade química*. 1958. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

de qualidade foi contínuo, com melhorias nos processos laboratoriais e na estabilização de vinhos⁸⁷. Os mercados insulares (Madeira, Açores, Cabo Verde) e o mercado do Congo-Kinshasa também contribuíram com negócios pontuais, enquanto Moçambique continuava a garantir o grosso das exportações. Esta década de profundas alterações comerciais e estratégicas refletiu-se também na esfera da comunicação e promoção. À medida que a Sociedade Comercial Theotónio Pereira enfrentava o encerramento das operações em Angola e a crescente instabilidade em Moçambique, surgia a necessidade de reconfigurar a sua identidade visual e narrativa comercial para entrar em mercados como os Estados Unidos, Alemanha e Reino Unido.

Mantendo a sua base estética tradicional, a empresa introduziu gradualmente elementos mais adaptáveis a gostos internacionais: cores mais vibrantes, composições mais equilibradas e etiquetas com maior apelo visual. A participação em feiras como a IGAFA de Munique obrigou à produção de materiais promocionais multilingues, mais técnicos e orientados para a diferenciação pela qualidade e autenticidade dos vinhos portugueses. Este esforço de adaptação teve um dos seus casos mais marcantes na entrada no mercado norte-americano, onde a empresa não só ajustou os seus produtos — como os vinhos em botijas de barro — como também reformulou a forma de os comunicar. A rusticidade tornou-se um valor promocional, e a tradição nacional foi reposicionada como atributo de distinção, especialmente valorizado em mercados que procuravam autenticidade. Paralelamente o reforço da comunicação técnico-comercial foi evidente: relatórios laboratoriais, fichas técnicas, correspondência com distribuidores e instruções de acondicionamento ganharam protagonismo. Esta comunicação mais especializada tornou-se uma exigência nos mercados internacionais, onde normas de qualidade, rotulagem e controlo laboratorial eram muito mais rigorosas.

A década de 1960 representou, portanto, não só um esforço logístico e financeiro de reposicionamento da empresa, mas também uma mudança tática na forma

⁸⁷ SOCIEDADE COMERCIAL TEOTÓNIO PEREIRA, LDA. — *Cartas dirigidas ao laboratório, relativas a análises de estabilidade química*. 1963. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

como esta se apresentava ao mundo — menos centrada no prestígio colonial e mais preocupada com os parâmetros de qualidade, inovação técnica e diferenciação cultural.

No final da década, a firma mantinha-se ativa, embora fragilizada. A estrutura familiar resistia, mas os desafios multiplicavam-se. A Sociedade Comercial Theotónio Pereira continuava a procurar novos rumos: reforço da exportação para os EUA, entrada cautelosa no mercado interno e reestruturação das operações logísticas e financeiras. A década de 1960 foi, assim, uma fase de transição entre o otimismo expansionista do pós-guerra e a realidade dura de um comércio internacional em transformação — e os Teotónio Pereira tentaram, com os meios disponíveis, encontrar o seu lugar num mundo em mudança.

Na década seguinte, a situação agravou-se. Os relatórios de gerência revelam prejuízos consecutivos, encerramentos e retração comercial. A perda dos mercados africanos, somada à falência de clientes como a North America Wines Corp., em 1970, contribuiu para o agravamento da situação financeira. A venda de equipamentos como a caldeira de destilação refletia a deterioração das infraestruturas⁸⁸. Apesar de investimentos em maquinaria de engarrafamento, os resultados foram dececionantes. Vendas a granel no mercado interno, a preços baixos, não permitiam rentabilidade e a crise de pessoal — com salários pouco competitivos — dificultava a operação.⁸⁹

Entre 1971 e 1977, os prejuízos acumularam-se. Perderam-se os armazéns do Ginjal e venderam-se os de Vila Nova de Tazem. A empresa passou a operar sobretudo a partir de Amarante, reduzindo drasticamente a produção engarrafada. Em 1975, já não dispunha de laboratório nem de estruturas de vinificação. A comunicação comercial acompanhou esta retração. As campanhas promocionais cessaram e restaram apenas contactos escritos com distribuidores nos EUA, Brasil e Austrália, tentando manter mercados residuais e escoar o rosé “Pombal”. A firma

⁸⁸ SOCIEDADE COMERCIAL TEOTÓNIO PEREIRA, LDA. — *Relatório e conta de gerência do ano de 1970*. 31 de dezembro de 1970. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

⁸⁹ Ibidem

passou a depender quase exclusivamente de comissões e pequenos negócios. Problemas cambiais, instabilidade nos ex-mercados coloniais e incapacidade de se reinventar ditaram um lento colapso.⁹⁰

A firma passou a depender quase exclusivamente de comissões e pequenos negócios pontuais. As dificuldades logísticas, os problemas cambiais, a instabilidade política nos ex-mercados coloniais e a falta de capacidade de reinvenção interna ditaram uma década de declínio sistemático. As atas societárias revelam desânimo e tentativas desesperadas de contenção de danos, sem meios para investir em reposicionamento comercial ou renovação técnica. A década de 1970 representa, assim, o desmantelamento gradual da estrutura empresarial construída no século anterior, num processo de retração que culmina na quase extinção da sua capacidade produtiva e exportadora.

Cartografia comercial: distribuição global de clientes e estratégias de proximidade

Entre 1950 e 1970, a internacionalização da Sociedade Comercial Theotónio Pereira assentou-se numa rede comercial profundamente enraizada nas colónias portuguesas, com África a ocupar um papel central. Angola e Moçambique destacaram-se como os principais mercados externos da firma, numa estratégia que combinava laços familiares, proteção institucional e retórica imperial promovida pelo Estado Novo.⁹¹

A SOVINHOS e o Lobito como pivô da operação colonial

A criação da SOVINHOS, filial da Sociedade Comercial Theotónio Pereira no Lobito, em 1953, representou um passo estratégico fundamental. Esta estrutura semiautónoma, com sócios locais e contas próprias, chegou a concentrar cerca de 40% do volume total de negócios da empresa durante a década de 1950. A sua

⁹⁰ SOCIEDADE COMERCIAL TEOTÓNIO PEREIRA, LDA. — *Carta para o Sr. Carlos Alberto de Magalhães Gomes (Rio de Janeiro)*. Novembro de 1979. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

⁹¹ TORGAL, Luís Reis – “Estado Novo: ‘República Corporativa’”. *Revista de História das Ideias*, vol. 27 (2006), p 29.

importância traduzia o peso de Angola na arquitetura comercial da Sociedade Comercial Theotónio Pereira. No entanto, o modelo de negócio baseado em crédito extensivo a clientes locais revelou-se arriscado: muitos atrasavam sistematicamente os pagamentos, obrigando a empresa a constituir reservas para cobrir perdas e a rever a estrutura societária ⁹²

Redefinição logística: do engarrafamento em Portugal ao enchimento em África

Com os custos de transporte marítimo e taxas alfandegárias em alta, a Sociedade Comercial Theotónio Pereira ensaiou, a partir de 1958, um novo modelo logístico: exportar vinho a granel em grandes cubas e proceder ao seu enchimento local em Luanda e Lobito. A redução dos custos por litro superava os 60%, permitindo uma resposta mais ágil às flutuações do mercado. A prática do "desdobramento" — diluição do vinho para ajustar o teor alcoólico ao gosto local — tornou-se habitual. ⁹³. A empresa procurou ainda articular-se com indústrias locais de vidro, reforçando o seu enraizamento na economia colonial.

A expansão ultramarina da Sociedade Comercial Theotónio Pereira não se limitou aos circuitos tradicionais de exportação de vinhos e azeites. A partir da década de 1940, e de forma mais sistemática nos anos 1970, a Sociedade Comercial Theotónio Pereira integrou-se em redes comerciais ligadas ao setor extrativo africano, nomeadamente através de relações com a Companhia de Diamantes de Angola (Diamang) — um dos mais poderosos conglomerados do império colonial português.

Documentos da empresa revelam uma correspondência frequente entre a Sociedade Comercial Theotónio Pereira e os serviços administrativos da Diamang, sobretudo entre 1974 e 1975, período de grande instabilidade em Angola, no rescaldo da Revolução dos Cravos. Nessas comunicações destacam-se pedidos de fornecimento, faturas e instruções logísticas referentes ao envio de materiais e produtos de apoio às infraestruturas da Diamang em zonas remotas da Lunda

⁹² *ibidem*

⁹³ ROSAS, Fernando. Salazar e os Fascismos. Lisboa: Edições Colibri, 2006, p. 72.

Norte, região central na extração diamantífera.⁹⁴ As cartas referem-se, por exemplo, ao envio de equipamento técnico, produtos alimentares e bens de primeira necessidade, indicando que a Sociedade Comercial Theotónio Pereira funcionava como fornecedor estratégico da empresa mineira em momentos de tensão e disrupção dos fluxos comerciais.⁹⁵ Esta a relação comercial evidencia a capacidade de adaptação da Sociedade Comercial Theotónio Pereira às dinâmicas do império económico português, estendendo os seus interesses a áreas de alta rentabilidade e sensibilidade política. A ligação com a Diamang também ilustra o tipo de redes de confiança entre empresas da metrópole e empresas coloniais, em que a fidelidade institucional e a reputação consolidada de famílias como os Teotónio Pereira serviam como garantias implícitas em contextos de risco. Num tempo em que o império começava a desintegrar-se, essas relações constituíam um recurso estratégico: permitiam à elite comercial lisboeta preservar influência e fluxo de capital em territórios em transição.

Rede de clientes e diplomacia comercial no terreno

A penetração nos mercados africanos dependia de uma teia densa de agentes e distribuidores exclusivos. Em Angola, empresas como J.J. da Cruz, Peixoto & Irmãos e a Companhia Comercial do Ultramar eram pilares da distribuição das marcas "Ginjal", "Canasta" e "Quinta do Pombal". O sistema baseava-se mais em relações pessoais e confiança do que em estratégias modernas de marketing. Os relatórios internos da Sociedade Comercial Theotónio Pereira destacam visitas regulares, negociações de preços com base em variações cambiais e um acompanhamento rigoroso das encomendas e das formalidades aduaneiras, essenciais num ambiente com infraestruturas frágeis.⁹⁶

⁹⁴ SOCIEDADE COMERCIAL TEOTÓNIO PEREIRA, LDA. — *Carta para a Companhia de Diamantes de Angola (DIAMANG)*. 31 de outubro de 1975. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

⁹⁵ SOCIEDADE COMERCIAL TEOTÓNIO PEREIRA, LDA. — *Factura n.º 20/74 – Exportação para Angola (Companhia de Diamantes de Angola – DIAMANG)*. 7 de agosto de 1974. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

⁹⁶ TELO, A. J. — *Portugal na Segunda Guerra Mundial*. Lisboa: Editorial Presença, 1996, p. 69.

Em Moçambique, a presença da empresa era significativa, com atividade em centros urbanos como Lourenço Marques, Beira e Nampula. Ainda assim, enfrentava concorrência feroz de firmas espanholas e sul-africanas. A Sociedade Comercial Theotónio Pereira criticava frequentemente a falta de apoio institucional efetivo da Junta Nacional do Vinho e do Grémio do Comércio de Exportação de Vinhos fora do eixo Lisboa-Luanda. Ensaíram-se também exportações para Timor e Guiné Portuguesa, mas os resultados foram limitados, dadas as dificuldades logísticas e a reduzida escala de consumo.

O vinho como emblema identitário e instrumento simbólico

O vinho da Sociedade Comercial Theotónio Pereira era mais do que um bem comercial: funcionava como emblema da identidade portuguesa nas colónias. Marcas como "Pátria", "Rodízio" e "Theotónio" evocavam a tradição e o imaginário nacional. Os rótulos, decorados com brasões, caravelas e inscrições em português clássico, reforçavam o discurso do Estado Novo sobre a unidade do império e a portugalidade. Este simbolismo, aliado à presença prática da empresa nos territórios, ajudava a consolidar o papel do vinho como vetor de ligação cultural e afirmação nacional.

A trajetória da Sociedade Comercial Theotónio Pereira em África resulta, assim, de uma combinação de adaptação técnica, investimento em relações pessoais e aproveitamento eficaz do quadro institucional colonial. A empresa conseguiu afirmar-se como uma referência do comércio vinícola no ultramar, não só pela qualidade dos produtos, mas pela sua capacidade de operar num sistema altamente regulado, em que a política e a economia caminhavam lado a lado.

RETRATO DA FAMÍLIA TEOTÓNIO PEREIRA

A família Teotónio Pereira constitui um exemplo revelador da forma como algumas elites económicas conseguiram manter a sua posição ao longo de mais de um século da história contemporânea portuguesa. A sua trajetória mostra como estratégias familiares, escolhas empresariais e redes institucionais se entrelaçaram para garantir continuidade num país marcado por profundas mudanças políticas e sociais. Com origens em Vale de Vaide, Coimbra, e fixação definitiva em Lisboa no final do século XVIII, os Teotónio Pereira construíram uma base sólida de capital — económico, mas também relacional e simbólico — que lhes permitiu atravessar diferentes regimes e contextos com notável capacidade de adaptação.

As origens e a formação da Casa Comercial

A empresa familiar fundada pelos Teotónio Pereira dedicava-se ao comércio e exportação de vinhos, azeites, vinagres e cereais — bens essenciais à economia portuguesa. Rapidamente, a família expandiu a sua atividade para Almada, mais concretamente para o Cais do Ginjal. A escolha era estratégica: o Ginjal oferecia proximidade a Lisboa, boas condições logísticas e custos mais baixos. Ali, a firma arrendou armazéns e estabeleceu-se como um ponto de apoio fundamental para as suas operações.

Desde cedo, a empresa demonstrou agilidade para operar nos circuitos do império, com especial destaque para o Brasil e as colónias africanas. As condições jurídicas e comerciais do modelo colonial favoreciam relações estáveis, num mercado onde a concorrência era menor e o acesso era facilitado para casas comerciais portuguesas. Com a morte do fundador, em 1850, o negócio passou para a viúva e os filhos, que mantiveram a atividade com o nome "Viúva Theotónio Pereira & Filhos", mais tarde simplificado para "Theotónio Pereira & Filhos". Numa época em que o nome era sinónimo de reputação, esta continuidade familiar reforçava a confiança de parceiros e clientes.

A gestão da empresa pautava-se por princípios de prudência financeira, reinvestimento de lucros e contenção no estilo de vida. A sobriedade e a discrição eram valorizadas como marcas de respeitabilidade burguesa, contrastando com modelos de enriquecimento mais exibicionistas que surgiam na mesma época. Simultaneamente, a família cultivava alianças matrimoniais com outras casas comerciais, criando redes de solidariedade e cooperação informal, essenciais para o funcionamento da economia relacional da época.⁹⁷

Foi neste ambiente que a família iniciou a sua ligação ao setor segurador, associando-se à Companhia de Seguros Fidelidade, fundada em 1835. Já em 1867, membros da família integravam os órgãos de direção da seguradora. Esta participação representava mais do que diversificação de investimentos — significava acesso a novos espaços de influência e uma presença em estruturas estratégicas para a burguesia comercial lisboeta. O seguro de vida e o seguro marítimo estavam em forte crescimento e ofereciam proteção para os riscos do comércio e da vida urbana.

A ligação à Fidelidade marcaria o início de um processo mais amplo de institucionalização do poder familiar. Ao contrário de outras casas comerciais que se mantiveram focadas apenas nos bens de consumo, os Teotónio Pereira souberam olhar mais longe, percebendo o valor das estruturas financeiras e parafiscais como instrumentos de influência e estabilidade. Esta capacidade de ler o tempo político e de adaptar-se aos cenários institucionais disponíveis foi, provavelmente, o segredo da sua permanência. Sem serem protagonistas do poder político, souberam posicionar-se onde era possível manter margem de manobra e alguma segurança num país em constante mutação.⁹⁸

João Teotónio Pereira Júnior: do comércio à alta finança

⁹⁷ MARTINS, Hermínio — *Power, politics and social classes*. In: RODRIGUES, Eduardo Vieira (org.) — *Estado e Sociedade em Portugal (1974–1988)*. Lisboa: Instituto de Ciências Sociais, 1990, p. 130

⁹⁸ BOURDIEU, Pierre — *La Noblesse d'État: Grandes écoles et esprit de corps*. Paris: Éditions de Minuit, 1989, p.267

João Teotónio Pereira Júnior foi uma figura central na história da empresa familiar e na forma como esta se inseriu nas estruturas de poder económico e político em Portugal durante a primeira metade do século XX. A sua carreira reflete a capacidade de algumas elites económicas em adaptarem-se e influenciarem o funcionamento do Estado, sobretudo num contexto de crescente institucionalização do controlo político sobre a economia.

Entre 1923 e 1936, João Teotónio Pereira foi vice-governador do Banco de Portugal, uma posição que lhe deu acesso direto à gestão da política monetária num período de grande instabilidade económica. Este cargo oferecia-lhe, além de prestígio, uma plataforma privilegiada de contacto com os decisores políticos e com os círculos mais influentes da finança nacional. Em paralelo, foi administrador do Banco Espírito Santo e Comercial de Lisboa e da Companhia de Seguros Fidelidade, onde viria a assumir a presidência. Estas posições demonstram a sua influência nos setores financeiro e segurador e o modo como a sua carreira se construiu no cruzamento entre interesses privados e estruturas estatais. Enquanto representante do Grémio dos Seguradores na Câmara Corporativa, João desempenhava um papel que ia muito além da gestão empresarial. Participava na definição de normas e políticas públicas que afetavam diretamente o funcionamento da economia. A sua atuação insere-se no contexto do regime corporativo do Estado Novo, onde os grémios eram concebidos como mecanismos de mediação entre o Estado e os setores económicos. Mais do que servir o interesse coletivo, funcionavam como canais de legitimação e reprodução do poder económico de quem já o detinha. João soube navegar esse sistema, colocando-se numa posição vantajosa e reforçando a presença da sua família nas esferas de decisão.

Luís Teotónio Pereira: expansão e consolidação no Estado Novo

A geração seguinte herdou o legado de João e aprofundou-o. Luís Teotónio Pereira, seu filho, assumiu responsabilidades a partir dos anos 1930 e tornou-se uma figura relevante tanto no mundo empresarial como no aparelho corporativo do regime. A sua trajetória acompanhou a consolidação do modelo salazarista, e a sua

influência reflete a forma como o Estado Novo promoveu uma aliança estreita com setores económicos considerados fiáveis e úteis à estabilidade do sistema.

Em 1933, Luís Teotónio Pereira foi nomeado presidente do recém-criado Grémio do Comércio de Exportação de Vinhos, órgão fundamental para a regulação de um setor estratégico da economia portuguesa. Sob o pretexto de representar os produtores, o grémio funcionava como instrumento de controlo do Estado sobre os agentes económicos. A permanência prolongada de Luís na liderança do grémio demonstra não apenas a confiança política que o regime lhe depositava, mas também a eficácia com que ele soube preservar os interesses da sua classe e da sua casa comercial.⁹⁹

A sua atuação alargou-se ao Grémio dos Exportadores de Azeite, evidenciando a versatilidade do seu perfil institucional e a coerência da estratégia familiar: reforçar o papel da casa Theotónio Pereira na regulação dos principais produtos agroalimentares de exportação, como o vinho e o azeite. Esta presença simultânea em dois dos grémios mais importantes do país é reveladora da densidade do seu poder setorial e da sua capacidade de interferência na definição de políticas públicas — desde a fixação de preços à distribuição de quotas e incentivos à exportação.

A sua influência alargava-se também à Companhia de Seguros Fidelidade, onde, a partir de 1950, assumiu a presidência do conselho de administração. Luís concentrava, assim, poder em três esferas distintas: empresarial, corporativa e institucional. Esta sobreposição de papéis era sintomática da promiscuidade entre interesses privados e funções públicas, característica do sistema corporativo português.

Luís Teotónio Pereira foi ainda presidente da Câmara Municipal de Almada, local com importância logística para a empresa familiar. Nesta função, garantiu investimentos em infraestruturas que serviam tanto o município como os

⁹⁹ ROSAS, Fernando — *Salazar e o Poder: A arte de saber durar*. Lisboa: Tinta-da-China, 2019, p.124

interesses da firma. Em 1957, foi eleito deputado à Assembleia Nacional, onde reforçou a sua posição como interlocutor entre os empresários e o Estado. O seu papel na Câmara Corporativa também não era decorativo: tratava-se de um espaço onde se tomavam decisões com impacto direto sobre o funcionamento da economia, sempre num sentido favorável às grandes casas comerciais e à manutenção da ordem estabelecida.

O seu percurso institucional culmina com a eleição para a Assembleia Nacional em 1957, durante a IV Legislatura. A entrada no parlamento do regime não alterava significativamente o seu perfil, mas dava-lhe legitimidade acrescida como interlocutor entre as elites económicas e o poder central. O seu papel como procurador à Câmara Corporativa também não deve ser desvalorizado: tratava-se de um espaço onde o discurso económico ganhava forma legal e onde os representantes dos grémios e associações de classe influenciavam diretamente a arquitetura normativa do país.¹⁰⁰

A dimensão filantrópica da sua atuação também merece atenção. Luís esteve ligado a várias instituições de cariz assistencial, como a Cruz Vermelha, o Patronato de Santa Ana ou o Centro de Assistência Social da Trafaria. Os registos existentes mostram uma atividade regular, com donativos e envolvimento institucional. Esta prática, embora refletisse valores pessoais e culturais da época, também servia como ferramenta de legitimação social. Em contextos autoritários, a filantropia da elite reforçava a imagem de compromisso com o bem comum, enquanto funcionava como extensão informal do controlo social promovido pelo regime. A atuação de Luís Teotónio Pereira como benemérito tinha ainda uma dimensão política: num regime que enaltecia a ordem, a moral e a coesão social, a filantropia funcionava como veículo de legitimação simbólica e como prolongamento informal do pacto corporativo. Ao apoiar bombeiros, patronatos e iniciativas religiosas¹⁰¹,

¹⁰⁰ FREIRE, Dulce — *O corporativismo em Portugal: Da formação à consolidação do Estado Novo (1926–1945)*. Lisboa: Dom Quixote, 1994.

¹⁰¹ Arquivo Histórico Municipal de Almada. *Recibos, cartas e ofícios relativos a donativos e atividades filantrópicas de Luís Theotónio Pereira (1952–1975)*. 1952–1975. [Documentos avulsos]. AHMA, Fundo Família Theotónio Pereira,

Luís reforçava o enraizamento da sua família nas comunidades locais, mas também consolidava a imagem de uma elite paternalista, comprometida com o bem comum e com a estabilidade social. Luís Teotónio Pereira simboliza, assim, a consolidação da família como uma das peças do edifício corporativo do Estado Novo. A sua figura encarna a interseção entre tradição e adaptação, entre gestão privada e intervenção estatal, entre prestígio familiar e fidelidade política. A sua trajetória mostra como a elite económica, longe de ser apenas tolerada pelo regime, foi parte integrante da sua arquitetura e beneficiária das suas regras.

Pedro Teotónio Pereira: Diplomacia, Corporativismo e o Rosto Externo do Estado Novo

Pedro Teotónio Pereira (1902–1972) foi, talvez, o membro da família que mais longe levou o nome e o capital simbólico herdado. Se o pai representava a prudência financeira e o irmão a teia corporativa da economia, Pedro tornou-se o rosto externo do regime, transportando para a cena internacional uma forma de estar moldada entre Almada, Lisboa e os corredores do poder.¹⁰²

Formado em Ciências Económicas e Financeiras, integrou cedo o círculo de Salazar, participando ativamente na construção do modelo corporativo que viria a definir o Estado Novo. Em 1933, foi nomeado Subsecretário de Estado das Corporações e Previdência Social, num momento em que o regime consolidava o seu controlo sobre o mundo do trabalho e das organizações económicas. Pedro esteve na linha da frente na criação dos grémios, juntas e casas do povo — instituições que substituíram os sindicatos independentes por estruturas controladas pelo Estado. O seu papel na organização do corporativismo valeu-lhe projeção política e em 1936, foi enviado para Madrid como embaixador junto do regime de Franco¹⁰³. Era uma missão delicada: representar um país oficialmente

¹⁰² MARTINS, Fernando. *Pedro Theotónio Pereira: O Outro Delfim de Salazar*. Lisboa: Dom Quixote, novembro de 2020, p. 151

¹⁰³ CRUZ, M. B. da – *Pedro Teotónio Pereira, Embaixador Português em Espanha durante as Guerras* [em linha]. [S.l.]: oliveirasalazar.org, [s.d.]. [Consult. 29 maio 2025]. Disponível em: https://oliveirasalazar.org/download/documentos/Pedro%20Teot%C3%B3nio%20Pereira-Emb.%20Port.%20em%20Espanha_C4A965BB-56A8-404A-B5B5-A64E12A61E3C.pdf

neutro numa guerra civil vizinha e, ao mesmo tempo, construir pontes com um futuro aliado ideológico. Pedro cumpriu a tarefa com habilidade, consolidando relações com a elite franquista e preparando o caminho para uma para um desafio ainda maior: representar Portugal em Washington durante a Segunda Guerra Mundial. Em Washington, teve de garantir que a neutralidade portuguesa era respeitada, enquanto assegurava o acesso às bases nos Açores aos Aliados. A missão exigia equilíbrio e pragmatismo. Pedro apresentou-se como um diplomata racional e disciplinado, alinhado com os valores de ordem e estabilidade que os Estados Unidos valorizavam num contexto de guerra global. Não agia apenas como representante do regime — levava consigo a legitimidade acumulada por uma família com décadas de influência económica e institucional.

Pode afirmar-se que Pedro Teotónio Pereira adotou uma postura diplomática caracterizada pelo pragmatismo e pela tentativa de preservar a neutralidade portuguesa sem abdicar de um papel relevante no tabuleiro geopolítico europeu.¹⁰⁴. Conseguiu convencer a administração de Franklin D. Roosevelt da utilidade do Estado Novo como tampão estável na Europa do Sul, projetando uma imagem de Portugal como país disciplinado, fiável e alinhado com os princípios de ordem e contenção. Esta capacidade de negociação assentava não apenas em talento individual, mas na densidade institucional da qual Pedro era produto: uma família com raízes sólidas no mundo económico, com um histórico de fidelidade ao regime e com um ethos de serviço que lhe conferia legitimidade social.

A sua carreira prolongou-se até à década de 1960, com participações em organismos internacionais como a ONU e a OCDE. Ao longo deste percurso, Pedro construiu uma imagem de estadista moderno, capaz de dialogar com o mundo liberal sem nunca pôr em causa os fundamentos autoritários do regime que representava. Era um diplomata de regime, mas com traços de cosmopolitismo que

¹⁰⁴ ALEXANDRE, Valentim — *Os sentidos do império: questão nacional e questão colonial na crise do Antigo Regime português*. Porto: Edições Afrontamento, 1993, p.539

o tornavam útil num contexto em que Portugal precisava de parecer moderno sem, de facto, o ser.¹⁰⁵

Esta combinação era rara e estratégica. Pedro Teotónio Pereira falava com a linguagem dos tecnocratas europeus, mas carregava consigo a legitimidade de um regime autoritário. Essa ambivalência tornou-o especialmente eficaz numa época em que Portugal precisava de se apresentar como um país moderno e não-revolucionário, como um bastião de estabilidade num mundo em convulsão.¹⁰⁶ Neste sentido, o seu papel foi análogo ao de outras figuras do Estado Novo que, embora enraizadas nas estruturas do poder salazarista, operavam como pontes com o exterior — como Marcelo Caetano na área do ensino ou Henrique Galvão na cultura.¹⁰⁷

A sofisticação política de Pedro Teotónio Pereira era também expressão de uma matriz familiar bem consolidada. O seu percurso não pode ser dissociado da herança simbólica de João Teotónio Pereira Júnior e da solidez institucional construída por Luís. Pedro Teotónio Pereira era a internacionalização de um modelo de poder baseado na racionalidade económica, na lealdade institucional e na capacidade de adaptação. A sua trajetória comprova que o capital simbólico acumulado ao longo de gerações podia ser convertido em poder diplomático — uma forma de prolongar o domínio familiar sobre novas arenas, sem perder a coerência identitária.

A figura de Pedro Teotónio Pereira condensa, portanto, três dimensões fundamentais: o ideólogo do corporativismo, o diplomata do salazarismo e o herdeiro de uma cultura familiar de serviço. O seu percurso permite compreender como a elite portuguesa do século XX não se limitou a conservar posições

¹⁰⁵ CRUZ, M. B. da – *Pedro Teotónio Pereira, Embaixador Português em Espanha durante as Guerras* [em linha]. [S.l.]: oliveirasalazar.org, [s.d.]. [Consult. 29 maio 2025]. Disponível em: https://oliveirasalazar.org/download/documentos/Pedro%20Teot%C3%B3nio%20Pereira-Emb.%20Port.%20em%20Espanha_C4A965BB-56A8-404A-B5B5-A64E12A61E3C.pdf

¹⁰⁶ MARTINS, Fernando. *Pedro Theotónio Pereira: O Outro Delfim de Salazar*. Lisboa: Dom Quixote, novembro de 2020, p. 189

¹⁰⁷ Idem, p. 192.

herdadas, mas soube modernizar os seus instrumentos de influência. Pedro foi, em última instância, o vértice de uma pirâmide construída com paciência, discrição e sentido estratégico.

A entrada do seu filho, Pedro Van Zeller Teotónio Pereira, como sócio-gerente da firma, marca o início de um novo ciclo.¹⁰⁸ A sua nomeação, cuidadosamente preparada e juridicamente consolidada, manteve a gestão no seio restrito da família. Não se tratava apenas de perpetuar o nome: tratava-se de garantir que a lógica empresarial e institucional que sustentava a casa Theotónio Pereira permanecia intacta — mesmo que o mundo em redor estivesse a mudar.

Os Teotónio Pereira: da filantropia local ao tabuleiro da política internacional

A dimensão simbólica do poder da família Teotónio Pereira manifesta-se com clareza no modo como construiu e geriu a sua identidade patrimonial, comercial e visual. Mais do que operar como uma entidade económica rentável, a casa Theotónio Pereira assumiu-se, desde o século XIX, como um projeto multigeracional de autorrepresentação e projeção de valores. Esta intencionalidade está patente na forma como os seus membros se relacionaram com o espaço, com as marcas e com os dispositivos jurídicos que garantiam a continuidade do controlo familiar.¹⁰⁹

A Quinta do Pombal, em Almada, é um exemplo dessa construção identitária. Mais do que uma casa ou espaço agrícola, funcionava como símbolo de enraizamento territorial e capital de distinção social. O nome foi associado a um dos vinhos da firma, criando uma ligação entre o património familiar e o produto comercial — uma estratégia que reforçava a ideia de autenticidade e tradição, particularmente

¹⁰⁸ ARQUIVO HISTÓRICO MUNICIPAL DE ALMADA. *Nota de registo da nomeação de Pedro Van-Zeller Palha Teotónio Pereira como gerente da firma Sociedade Comercial Teotónio Pereira, Limitada, inscrita na Conservatória dos Registos Predial e Comercial de Almada*. Almada, 30 jan. 1962.

¹⁰⁹ FERNANDES, Paulo Jorge — *As Faces de Proteu: Elites Urbanas e o Poder Municipal em Lisboa de Finais do Século XVIII a 1851*. Lisboa: Câmara Municipal de Lisboa, 2001, p.83.

valorizada nos mercados externos¹¹⁰. As marcas "Ginjal", "Pátria" e "Theotónio"¹¹¹ seguiam a mesma lógica: usavam topónimos e símbolos nacionais como âncoras de identidade. Os rótulos dos produtos — com brasões, caravelas e inscrições arcaizantes — remetiam para uma ideia idealizada de portugalidade, sintonizada com o discurso oficial do Estado Novo. Mas mais do que ideologia, tratava-se de estratégia de mercado: vender tradição como valor acrescentado¹¹².

Os rótulos dos produtos merecem atenção enquanto suportes iconográficos. Neles surgem brasões, caravelas, motivos manuelinos e inscrições em português antigo, numa iconografia que remete para a epopeia imperial, para a pureza da tradição e para a missão civilizadora de Portugal. Estes elementos não eram apenas escolhas gráficas: eram afirmações de identidade num mercado global em que a autenticidade nacional se tornava um valor de mercado, o comércio externo português no século XX foi acompanhado por um “discurso de tradição organizada”, no qual as marcas desempenhavam um papel de mediação cultural entre a produção local e o imaginário colonial ou internacional. A casa Theotónio Pereira participou plenamente dessa lógica, investindo na construção visual de uma portugalidade exportável.¹¹³

Essa representação identitária era, porém, sustentada por um sólido edifício jurídico e organizacional. Os arquivos analisados revelam uma gestão meticulosa da propriedade familiar. Documentos de Almada demonstram um esforço deliberado de conservação, valorização e transmissão ordenada dos ativos familiares. Os pactos sociais da empresa foram reformulados diversas vezes ao longo do século XX para garantir a exclusividade da posse das quotas entre os membros da família direta, impedindo a entrada de herdeiros colaterais ou

¹¹⁰ *ibidem*

¹¹¹ ARQUIVO HISTÓRICO MUNICIPAL DE ALMADA. *Rótulos da marca “Ginjal”, “Pátria” e “Theotónio” produzidos pela firma Sociedade Comercial Theotónio Pereira, Limitada*. s.d. Documento iconográfico. Código de referência: PT/CMAMA/D-C/002/000004. Disponível em: <https://apps.cm-almada.pt/arquivohistorico/details?id=85746> [Acesso em: 25 mai. 2025]

¹¹² ROSAS, Fernando — *Salazar e o Poder: A arte de saber durar*. Lisboa: Tinta-da-China, 2019, p.124

¹¹³ ROSAS, Fernando — *O Estado Novo (1926–1974)*. In MATTOSO, José (dir.) – *História de Portugal*. Vol. VII. Lisboa: Círculo de Leitores, 1994, p. 96.

investidores externos. Esta estratégia assegurava não apenas o controle sobre as decisões, mas a preservação da identidade institucional.

A sucessão foi igualmente objeto de planeamento cuidadoso. A entrada de membros mais jovens – como João Paulo Teotónio Pereira – não se deu por via de simples herança, mas através de atos jurídicos programados, como doações em vida, nomeações administrativas e integração progressiva nas estruturas de comando. Essa política de sucessão controlada é típica das dinastias empresariais de longa duração e reflete uma visão do negócio não como entidade mercantil isolada, mas como expressão de um capital familiar que se desejava imune às vicissitudes do mercado ou aos conflitos familiares. Segundo Pierre Bourdieu a acumulação de capital simbólico e social só se converte em poder duradouro quando apoiada por mecanismos institucionais de reprodução¹¹⁴ – e é precisamente essa lógica que estrutura a continuidade dos Teotónio Pereira.

A diversificação de investimentos é outro pilar desta estratégia. Para além da atividade comercial e da vertente seguradora, a família dedicou-se à aquisição de bens imóveis urbanos e industriais. Os armazéns do Cais do Ginjal, por exemplo, não serviam apenas como infraestruturas logísticas, mas como ativos de valorização patrimonial. A política de reinvestimento sistemático dos lucros – em vez de distribuição por dividendos ou consumo ostentatório – traduziu-se numa acumulação de capital tangível, compatível com a ética de discrição e de solidez que marcava o ethos familiar.

Paralelamente, a família manteve uma atitude conservadora em relação à inovação empresarial. As atas de reuniões, cartas de correspondência interna e relatórios de contas revelam uma gestão avessa a riscos desnecessários, com um foco contínuo na estabilidade financeira e no fortalecimento das relações institucionais. A ligação à Companhia de Seguros Fidelidade, por exemplo, não foi apenas uma oportunidade de investimento: foi um canal de influência institucional e de

¹¹⁴ MENESES, Filipe Ribeiro de — *Salazar: A Political Biography*. New York: Enigma Books, 2009, p. 190

participação na arquitetura corporativa do Estado. A família preferia atuar como parceira estratégica do regime, garantindo um espaço de poder simbólico e material, em vez de embarcar em aventuras empresariais incertas.

Esse posicionamento conservador e estratégico traduz-se ainda numa forma particular de ver a empresa: não como um fim em si mesmo, mas como instrumento de projeção social e política. A casa Theotónio Pereira operava simultaneamente como empresa, escola de elites, espaço de socialização intergeracional e veículo de intervenção cívica. Os seus membros moviam-se com fluidez entre conselhos de administração, câmaras municipais, grémios económicos e missões diplomáticas – uma prática que torna porosas as fronteiras entre a empresa privada, o poder público e o serviço à comunidade.¹¹⁵

A identidade da família foi também reforçada por uma cultura de arquivação e memória. A conservação sistemática de recibos, cadernos de quotas, cartas de agradecimento, fotografias de eventos e documentos notariais não pode ser lida apenas como burocracia. Trata-se de uma prática de autolegitimação histórica: ao preservar o registo das suas ações, a família construía um legado transmissível, passível de ser mobilizado como prova de antiguidade, respeitabilidade e serviço. A memória familiar operava, assim, como mais um ativo – um capital cultural cuidadosamente acumulado, indexado e mobilizável em momentos de crise ou afirmação.

Neste quadro, a casa Theotónio Pereira emerge como um exemplo paradigmático da elite corporativa portuguesa do século XX. A sua força não residia em atos de inovação disruptiva, mas na coerência estratégica entre património, identidade e serviço público. A família cultivou uma narrativa de continuidade, respeito pela tradição e integração institucional, que se revelou adaptável às mudanças de regime, às crises económicas e às exigências de modernização. A sua longevidade não foi acidental: foi construída.

¹¹⁵ MENDES, José Amado. *O contributo da biografia para o estudo das elites locais: alguns exemplos*. In: *Análise Social*, vol. XXVII (116–117), 1992 (2.º–3.º) Lisboa: Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, pp. 357–365.

O poder como herança, estratégia e construção institucional

A história da família Teotónio Pereira, tal como aqui reconstruída, é muito mais do que a narrativa de uma linhagem bem-sucedida. É o espelho de uma elite que compreendeu, como poucas, o modo de operar do poder em Portugal entre o século XIX e o final do Estado Novo. A sua trajetória sintetiza aquilo que se pode designar como uma racionalidade patrimonialista-institucional: uma capacidade de construir capital económico durável, traduzi-lo em influência política e cultural, e protegê-lo através de mecanismos de inserção formal no Estado e nas suas estruturas periféricas.

Neste percurso, vemos não apenas uma empresa, mas uma matriz organizadora de poder que soube adaptar-se às exigências de cada época. No século XIX, a sua força assentava na exportação de produtos estratégicos como o vinho e o azeite, e na aposta em infraestruturas comerciais sólidas como o Cais do Ginjal. Esta fase foi marcada por um ethos de sobriedade, capital simbólico contido e reinvestimento produtivo – elementos que garantiram prestígio sem ostentação, continuidade sem fragilidade.

No século XX, a casa Theotónio Pereira entrou num novo regime de acumulação: não apenas de bens, mas de funções. As suas figuras centrais – João, Luís e Pedro – desempenharam papéis fundamentais nos eixos económico, político, corporativo, diplomático e filantrópico do Estado Novo. Esta diversificação não foi arbitrária: foi a tradução institucional de uma estratégia familiar bem definida, em que cada geração renovava os seus vínculos com o aparelho de Estado, sem abdicar da identidade empresarial de origem.

A noção de “dupla inserção” – empresários que são simultaneamente reguladores e representados, dirigentes associativos e beneficiários de políticas públicas – ganha aqui um contorno particularmente claro. O modelo corporativo do Estado Novo assentava num equilíbrio entre a centralização tecnocrática do Estado e a incorporação dos interesses económicos organizados nos mecanismos

institucionais do regime, como os grémios e a Câmara Corporativa.¹¹⁶ Os Teotónio Pereira não foram apenas beneficiários desse modelo: ajudaram a desenhá-lo. A presença de João na Câmara Corporativa como representante do setor segurador, de Luís como dirigente dos grémios de exportação e presidente de câmara, e de Pedro como arquiteto da diplomacia corporativa do regime, comprova uma apropriação estratégica dos espaços formais de decisão.

Mas o verdadeiro poder da família residia na sua capacidade de representar simultaneamente três temporalidades: o passado (através da filiação a uma casa antiga e respeitável), o presente (pela sua eficácia institucional e económica) e o futuro (pela sua atenção à sucessão, à formação e à manutenção de um ethos familiar). É esta tríade que transforma os Teotónio Pereira num exemplo paradigmático de elite de longa duração. À semelhança das famílias patrimoniais estudadas por Pierre Bourdieu, esta linhagem soube transformar o capital económico em capital simbólico, e este em poder institucional, num circuito de retroalimentação que se manteve coeso durante mais de um século e meio.

O envolvimento constante da família em ações de filantropia, educação, apoio social e beneficência não deve ser lido como simples generosidade. Era uma forma de assumir legitimidade, de inscrever-se no tecido local como protetores da ordem, da tradição e do bem comum. Esta prática reforçava a sua imagem de elite moral, necessária ao equilíbrio social – uma ideia muito presente na retórica salazarista da “autoridade natural” e da “solidariedade orgânica”. Tal como António Costa Pinto observa, o regime valorizava as elites tradicionais que assumiam responsabilidades sociais sem desafiar a autoridade do Estado¹¹⁷.

A articulação entre território e identidade – nomeadamente a centralidade de Almada enquanto base operacional, residência e espaço de filiação simbólica – revela um sentido de pertença que contrasta com a fluidez contemporânea das elites financeiras. A família não apenas investiu localmente: fez da localidade uma

¹¹⁶ ROSAS, Fernando — *Salazar e o Poder: A arte de saber durar*. Lisboa: Tinta-da-China, 2019, p.126

¹¹⁷ PINTO, António Costa. *O corporativismo em Portugal: Da formação à consolidação do Estado Novo (1926–1945)*. Lisboa: Dom Quixote, 1994, p. 58.

extensão da sua história, inscrevendo-se na sua paisagem urbana, no seu associativismo e na sua memória institucional. Este enraizamento territorial conferiu-lhe estabilidade e distinção, fatores que contribuíram para a sua longevidade enquanto força discreta, mas constante, do tecido nacional.¹¹⁸

Por fim, a inserção internacional de Pedro Teotónio Pereira revela a fase mais sofisticada da projeção familiar. Neste ponto, o percurso da família toca a diplomacia de Estado, a alta política e o teatro geoestratégico global. Pedro representa a sublimação do ethos familiar: onde outros viam a defesa do regime, ele executava a coreografia da continuidade nacional com uma precisão ideológica e uma eficácia diplomática que o tornaram figura-chave da política externa portuguesa. O seu papel na negociação com os Aliados, a relação pessoal com líderes internacionais e a construção de uma imagem externa coerente com os valores do regime mostram como o poder familiar pôde ser transposto para a cena internacional, sem perder a sua matriz de origem.¹¹⁹

Em suma, o caso dos Teotónio Pereira mostra como uma família comercial se tornou um microcosmo do regime corporativo português. Os seus membros ocuparam posições centrais na administração económica, na engenharia institucional e na mediação diplomática do Estado Novo. Ao mesmo tempo, permaneceram fiéis a uma identidade de serviço, discrição e continuidade que os tornou figuras de confiança tanto para o regime como para as comunidades locais. Se há um conceito que possa sintetizar o percurso desta família, é o de "domínio legítimo". A sua força não advinha apenas da riqueza, da notoriedade ou da ocupação de cargos. Resultava da forma como souberam alinhar as suas ações com os valores dominantes de cada época, interpretando com precisão o lugar da empresa, da família e do cidadão no concerto nacional. A casa Theotónio Pereira não foi apenas uma empresa familiar: foi uma instituição de poder.

¹¹⁸ HESPANHA, A. M. (1993). *As vésperas do Leviathan: Instituições e poder político em Portugal, século XVII*. Coimbra: Almedina, p. 189

¹¹⁹ MARTINS, Fernando, éditeur. *Diplomacia & Guerra*. Publicações do CIDEHUS, Edições Colibri, 2001.

ALMADA: TERRITÓRIO, PODER E MEMÓRIA DA SOCIEDADE COMERCIAL THEOTÓNIO PEREIRA

A trajetória da Sociedade Comercial Theotónio Pereira não se resume ao seu papel na economia corporativa do Estado Novo ou à atuação política e diplomática de alguns dos seus membros. Trata-se de uma entidade enraizada no território, sendo Almada o epicentro da sua presença logística, simbólica e humana. Durante mais de um século, a Sociedade Comercial Theotónio Pereira exerceu uma influência que ultrapassou o domínio económico, refletindo-se em dinâmicas sociais, políticas e territoriais que perduram até aos dias de hoje. Neste sentido, a empresa oferece um caso paradigmático da forma como as elites fundiárias intervieram no ordenamento urbano português.¹²⁰

As Infraestruturas da Presença: Cais do Ginjal e Quinta do Pombal

A implantação da Sociedade Comercial Theotónio Pereira em Almada é indissociável de dois eixos fundamentais: o entreposto do Cais do Ginjal e a Quinta do Pombal. O Ginjal, com os seus cais privados, armazéns e adegas, não era apenas um ponto de transação de mercadorias — representava um nó logístico estratégico entre a produção rural e os mercados urbanos, entre o interior do país e os circuitos comerciais do Tejo. Documentos do Arquivo Histórico de Almada confirmam que o complexo dos armazéns do Ginjal não se limitava cumprir funções logísticas: constituíam também mecanismos simbólicos de organização social, regulação dos fluxos urbanos e rurais e reforço de hierarquias espaciais, favorecendo determinados atores económicos no controle da mobilidade de pessoas e mercadorias¹²¹.

Exemplos como a Quinta do Pombal ilustram essa lógica fundiária, operando simultaneamente como espaço de produção agrícola, de afirmação patrimonial e

¹²⁰ TILLY, Charles — *Big Structures, Large Processes, Huge Comparisons*. New York: Russell Sage Foundation, 1984, p. 57.

¹²¹ BOURDIEU, Pierre — *Distinção: uma crítica social do julgamento*. Lisboa: Edições 70, 2007, p. 112.

de exercício de autoridade local, tem uma componente social¹²². Assim, a Quinta do Pombal representava uma espacialidade forjada por relações específicas de poder, onde a propriedade se exercia por meio de contratos, signos e práticas quotidianas.

Com o crescimento urbano no pós-guerra, iniciou-se uma reconfiguração territorial em que o capital fundiário passou a ser convertido em capital imobiliário. Esse processo, lido sob a ótica de David Harvey como acumulação por despossessão, tornou visível, também em Almada, a substituição gradual dos usos produtivos da terra por usos habitacionais e de serviços.¹²³

A Sociedade Comercial Theotónio Pereira foi responsável pela administração de um extenso e diversificado conjunto de propriedades, tanto rústicas quanto urbanizáveis, localizadas na margem sul do Tejo e na região de Sintra. Esse conjunto formava o núcleo do património fundiário da família, articulando funções agrícolas, residenciais e logísticas. O portfólio territorial foi mantido por várias décadas como um instrumento de reprodução de capital económico, de prestígio social e de estabilidade familiar.

Entre as suas propriedades mais emblemáticas estava a Quinta do Pombal, situada na Cova da Piedade, a propriedade constituía uma das maiores unidades agrícolas privadas da região. A unidade fundiária combinava zonas produtivas com estruturas de apoio à agricultura — como cavalariças, adega, nora e chiqueiros — além de edifícios residenciais, jardins e equipamentos de lazer, conforme revelam os contratos de arrendamento e os registos prediais da década de 1950.¹²⁴ O padrão de organização revela, assim, que o território sob domínio da Sociedade Comercial Theotónio Pereira não era uma posse estática, mas sim um ativo complexo e regulado, com potencial agrícola, residencial e simbólico, mostrando que a posse

¹²² LEFEBVRE, Henri — *The Production of Space*. Tradução de Donald Nicholson-Smith. Oxford: Blackwell, 1991, p.32.

¹²³ HARVEY, David — *The New Imperialism*. Oxford: Oxford University Press, 2003, p. 145.

¹²⁴ ARQUIVO HISTÓRICO MUNICIPAL DE ALMADA — *Contrato de arrendamento da Quinta do Pombal, Cova da Piedade, entre Pedro Teotónio Pereira e Jorge Caeiro da Mata*. 30 de setembro de 1953.

de a terra funciona era mais do que um bem económico, mas também como lugar de memória e identidade familiar. Os contratos de arrendamento da quinta revelam cláusulas meticolosas que regulavam tudo, desde a manutenção de poços à conservação das habitações dos caseiros. Estas regras não eram meramente formais — configuravam um regime de autoridade que, embora envolvesse relações de confiança, reproduzia uma clara hierarquia social. Para além de Almada, a Sociedade Comercial Theotónio Pereira detinha várias propriedades rústicas em Sintra, com destaque para a freguesia de Colares. Terrenos como “Requeijada”, “Pau Feio”, “Tomadias”, “Veluda” e “Baldeira” foram adquiridos nas décadas de 1960 e 70, nome da empresa João Theotónio Pereira Júnior, Limitada¹²⁵ – que depois da morte de João Teotónio Pereira mudou o seu pacto social para a administração de propriedades da família.¹²⁶

Urbanização e Reconfiguração: A Metamorfose da Quinta do Pombal

Antes da conversão urbana, a exploração da quinta seguia um modelo tradicional de arrendamento rústico, como atesta o contrato de 1953. Nesse documento, figurava uma extensa relação de infraestruturas — adega, nora, poço, chiqueiros e habitações — e uma série de obrigações impostas ao rendeiro, que incluíam a conservação de caminhos, jardins e edificações.¹²⁷

Nas décadas de 1950 e 1960, acompanhando o crescimento demográfico da Margem Sul e o impacto da industrialização, a Quinta do Pombal começou a ser objeto de uma transformação progressiva. A documentação disponível mostra que os contratos de arrendamento rústico já incluíam cláusulas que permitiam a cessão do terreno para fins de urbanização, o que revela uma clara antecipação da

¹²⁵ CONSERVATÓRIA DO REGISTO PREDIAL DE SINTRA — *Registos de aquisição de prédios rústicos pela firma João Theotónio Pereira Júnior, Limitada, na freguesia de Colares (Sintra), incluindo os terrenos denominados “Requeijada”, “Pau Feio”, “Tomadias”, “Veluda”, “Rabela”, “Lourenço Marques” e “Baldeira”, destinados a cultura arvense, pinhal, eucaliptal, vinha e pastagem.* Décadas de 1960 e 1970. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

¹²⁶ DIÁRIO DO GOVERNO — *Série III, n.º 16, publicação da escritura de alteração do pacto social da empresa João Teotónio Pereira Júnior, Limitada.* 20 de janeiro de 1953.

¹²⁷ ARQUIVO HISTÓRICO MUNICIPAL DE ALMADA — *Contrato de arrendamento da Quinta do Pombal, entre Pedro Teotónio Pereira e Jorge Caeiro da Mata.* 30 de setembro de 1953.

reconversão fundiária por parte dos proprietários. Este processo decorreu de forma articulada, envolvendo requerimentos formais, alterações nos registos prediais e, mais tarde, pedidos judiciais para a alienação de parcelas pertencentes a herdeiros menores.¹²⁸

A lógica de urbanização aplicada à Quinta do Pombal parece alinhar-se com as diretrizes municipais da época, mas também com uma tendência mais ampla de adaptação estratégica por parte das elites fundiárias. Nas periferias lisboetas, foi frequente a reconversão de antigas propriedades agrícolas em solo urbanizável, como forma de transformar o capital fundiário em valor imobiliário, numa resposta direta à pressão do mercado habitacional e ao crescimento da mancha urbana. Este movimento ilustra uma forma de continuidade no exercício do poder territorial, agora sob uma nova racionalidade económica e urbana. A partir da década de 1970, o parcelamento tornou-se definitivo. Em 1972, os descendentes da família Teotónio Pereira solicitaram a eliminação da inscrição da Quinta do Pombal como prédio rústico, alegando a completa venda da propriedade em frações urbanas. Esse gesto — simbólico e jurídico — marcou a dissolução oficial de um espaço rural e a sua integração no tecido urbano de Almada.¹²⁹

Da propriedade privada ao espaço público: a inversão fundiária pós-revolucionária

Após a Revolução de 25 de Abril de 1974, Portugal enfrentou uma reconfiguração profunda das estruturas sociais e económicas. Empresas familiares enraizadas nas estruturas do Estado Novo, como a Sociedade Comercial Theotónio Pereira, entraram em declínio devido a tensões internas, pressões fiscais e a transformação do mercado. Este contexto abriu caminho para que o Estado democrático

¹²⁸ ARQUIVO HISTÓRICO MUNICIPAL DE ALMADA — *Contratos de arrendamento, requerimentos camarários e autorizações judiciais relativas à reconversão fundiária da Quinta do Pombal (1953–1970), incluindo cláusulas de cessão para urbanização, alterações prediais e pedidos de alienação por herdeiros menores*

¹²⁹ ARQUIVO HISTÓRICO MUNICIPAL DE ALMADA — *Requerimento dos herdeiros da família Teotónio Pereira para eliminação do artigo rústico da Quinta do Pombal, freguesia da Cova da Piedade. 2 de maio de 1971.*

assumisse um papel ativo na redistribuição de recursos e na resposta às desigualdades acumuladas.¹³⁰ A revolução introduziu uma nova etapa na política urbana portuguesa, marcada por maior intervenção do poder local na gestão do território e pela emergência de políticas públicas voltadas à democratização do acesso à cidade.¹³¹

A antiga Quinta do Pombal, anteriormente um ativo económico da Sociedade Comercial Theotónio Pereira, tornou-se um campo de disputa política e social. Durante a década de 1980, a Câmara Municipal de Almada, já sob governação democrática e com forte orientação para políticas sociais, assumiu a gestão e reconfiguração desses terrenos. Essa reconversão insere-se no movimento de expansão urbana regulada pelo poder autárquico, conforme analisado por Nuno Portas em suas reflexões sobre a resposta municipal à emergência habitacional no Portugal democrático.

Mas reconversão da propriedade em habitação social foi mais do que uma resposta à crise de alojamento; foi uma afirmação simbólica de uma nova autoridade territorial. Este processo insere-se na translação do capital simbólico: o que antes legitimava o poder de uma elite fundiária passou a justificar a intervenção do Estado local como garante de justiça social. A mudança de mãos, do privado para o público, representou uma redefinição das relações de poder e da gestão do espaço urbano.¹³²

O processo já era vislumbrado em 1972, quando os herdeiros solicitaram a eliminação do artigo rústico da quinta. No pós-25 de Abril, a cedência de parcelas ao município e a instalação de um mercado municipal no local marcam a transformação funcional e simbólica do espaço: de ativo fundiário privado para equipamento urbano de interesse coletivo. Em Almada, a Câmara Municipal implementou políticas de habitação social que visavam responder à crise habitacional e substituir o antigo modelo de legitimação fundado no paternalismo

¹³⁰ ANTUNES, Gonçalo — *Política de habitação social em Portugal: de 1974 à actualidade*. Forum Sociológico, Série II, n.º 34, 2019, p. 12.

¹³¹ *ibidem*

¹³² BOURDIEU, Pierre — *Distinção: uma crítica social do julgamento*. Lisboa: Edições 70, 2007, p. 112

empresarial por formas de intervenção do Estado social¹³³. Os bairros construídos sobre antigas propriedades empresariais, como no caso da Quinta do Pombal, emergiram como espaços de transição, onde o passado aristocrático e rural coexistia com as promessas de modernidade democrática.

A tipologia dos edifícios — blocos de três a cinco andares, dispostos em quarteirões regulares — reflete a influência dos modelos urbanísticos promovidos por arquitetos e técnicos ligados ao SAAL e às câmaras municipais, mesmo que a operação não tenha sido formalmente enquadrada nesse programa.. Além das habitações, parte da área foi destinada a espaços públicos — jardins, praças e vias pedonais — que permitiram a integração do novo bairro ao tecido urbano da Cova da Piedade.¹³⁴ A manutenção de certos traçados e estruturas da antiga quinta demonstra uma preocupação com a continuidade morfológica e simbólica do lugar.

Essa valorização da memória espacial articula-se com os estudos de José Manuel Fernandes, que destaca a relevância dos vestígios do passado rural na constituição da identidade urbana contemporânea

Para os novos moradores, a paisagem urbana era também uma paisagem histórica. A reconversão da Quinta do Pombal exemplifica, portanto, não apenas a transição de uma economia fundiária para uma lógica urbanística, mas também a forma como o território é constantemente reinscrito por novos agentes, normas e projetos. A propriedade, antes gerida por critérios familiares e patrimoniais, transforma-se em espaço urbano coletivo — sem, no entanto, romper inteiramente com o passado. Nos termos de Bourdieu, parte do capital simbólico territorial da Sociedade Comercial Theotónio Pereira foi redistribuído no novo regime

¹³³ ANTUNES, Gonçalo — *Política de habitação social em Portugal: de 1974 à actualidade*. Forum Sociológico, Série II, n.º 34, 2019, p. 13.

¹³⁴ BANDEIRINHA, José António — *O Processo SAAL e a Arquitectura no 25 de Abril de 1974*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2007, p.68

democrático, preservando certos traços de continuidade num contexto de mudança.¹³⁵

A Memória e o Ginjal

O Cais do Ginjal, situado na frente ribeirinha de Almada, constitui hoje um espaço urbano liminar, onde se entrecruzam memória histórica, ruína material e paisagem fluvial num processo contínuo de reinscrição simbólica do território. Historicamente vinculado às atividades comerciais da margem sul do Tejo, o Ginjal desempenhou até meados do século XX um papel logístico relevante, utilizado por entidades como a Sociedade Comercial Theotónio Pereira para o transporte e armazenamento de mercadorias, articulando-se com o *hinterland* agrícola.

Com o progressivo declínio da atividade portuária local e a deslocação das funções logísticas para áreas mais especializadas da Grande Lisboa, o Ginjal entrou num ciclo de desativação funcional. Estes espaços de “vocação intermédia” tendem a escapar ao ciclo acelerado da renovação urbana, permanecendo suspensos entre o abandono e o potencial de requalificação.

As estruturas físicas remanescentes — armazéns em ruína, cais inutilizados, fachadas degradadas — compõem um cenário urbano peculiar, que corresponde ao que são lugar de memória.¹³⁶

A relação da cidade com esse tipo de espaço traz à tona questões mais amplas sobre o valor simbólico do património industrial e logístico. Em vez de ser demolido ou rapidamente reocupado, o Ginjal foi-se num repositório de temporalidades descontínuas. A ausência de um plano de reconversão definitivo permitiu a sua apropriação informal por artistas, visitantes, fotógrafos e pequenos negócios sazonais — sem que isso tenha ainda motivado uma intervenção pública

¹³⁵ BOURDIEU, Pierre (1989). *La Noblesse d'État: Grandes écoles et esprit de corps*. Paris: Éditions de Minuit, p.365

¹³⁶ NORA, Pierre (dir.) — *Les Lieux de Mémoire*. Tome II, volume 3: *La Nation*. Paris: Gallimard, 1986, p.80

coerente.¹³⁷

Apesar de propostas de requalificação terem sido elaboradas ao longo das últimas décadas pela Câmara Municipal de Almada — muitas delas relacionadas a planos de valorização da frente ribeirinha e turismo cultural tem sido travada por conflitos de propriedade, entraves burocráticos e ausência de consenso político quanto ao modelo de intervenção.

Parte significativa do território do Ginjal permanece sob domínio de antigos titulares ou seus herdeiros legais, o que dificulta a execução de um plano unificado. Paradoxalmente, essa indefinição confere ao local um valor paisagístico e simbólico próprio. a ruína não é mera ausência de função, mas um registo de um passado em suspensão — que desafia as categorias tradicionais do património.¹³⁸

O Ginjal emerge assim como um espaço ambíguo e liminar, cuja tensão entre passado industrial e futuro incerto continua a atrair simultaneamente a nostalgia e a especulação.

Neste contexto, o Cais do Ginjal não se reduz a uma geografia física: trata-se de um verdadeiro arquivo vivo de narrativas urbanas, onde as marcas visíveis da ocupação e do abandono revelam como o território é também moldado por aquilo que se opta por não reabilitar. Assim como na Quinta do Pombal, a memória espacial aqui não foi apagada — mas reconfigurada, ainda que de maneira não programada. A ausência de intervenção formal transforma o Ginjal num caso exemplar sobre os limites e as possibilidades das políticas patrimoniais no espaço urbano português.

Entre ruína e redistribuição — o território como arquivo vivo

O percurso da Sociedade Comercial Theotónio Pereira em Almada é, no fundo, a narrativa de uma cidade em transição — da hegemonia privada ao projeto público, da acumulação fundiária à redistribuição institucional. A reconversão da Quinta do Pombal em habitação social e o esquecimento do Ginjal são episódios

¹³⁷ EDENSOR, Tim — *Industrial Ruins: Space, Aesthetics and Materiality*. Oxford: Berg, 2005, p.39

¹³⁸ Idem, p.43

complementares de um mesmo processo: a reconfiguração da geografia urbana à luz das novas forças políticas, sociais e simbólicas que emergiram com a democracia.

Este ciclo — acumulação, crise, ruína e reapropriação — não é exclusivo de Almada. Trata-se de um padrão recorrente nas periferias metropolitanas portuguesas, onde os vestígios do Antigo Regime ainda marcam o solo e o imaginário, mesmo quando já não são visíveis à primeira vista. Como observa Rosas (2002), o pós-25 de Abril foi também um processo de substituição de elites: os antigos detentores de capital territorial foram gradualmente substituídos por elites institucionais, com novas legitimidades e novos instrumentos de ação.

Contudo, essa substituição nem sempre foi acompanhada de uma política consciente de patrimonialização e memória. O caso do Ginjal mostra como o esquecimento pode ser também uma forma de reorganizar o espaço — não apenas física, mas simbolicamente. A cidade, neste sentido, torna-se um palimpsesto, onde cada camada de intervenção apaga parcialmente a anterior, mas nunca a elimina por completo.¹³⁹

A história da Sociedade Comercial Theotónio Pereira em Almada não termina com a venda dos seus bens ou com a construção dos bairros sociais. Ela continua viva nos nomes das ruas, nas histórias orais, nas estruturas abandonadas e nos mapas da cidade. Estudar esta história é, portanto, mais do que um exercício académico: é um ato de resgate, de restituição e, talvez, de reconciliação com as múltiplas camadas que compõem a identidade urbana.

¹³⁹ OLIVEIRA, Vítor — *Urban Morphology: An Introduction to the Study of the Physical Form of Cities*. Cham: Springer, 2016, p. 102

*

A história da família Teotónio Pereira constitui um exemplo paradigmático de como uma linhagem familiar pode influenciar profundamente a configuração económica, social e simbólica de um território ao longo de várias gerações. A trajetória desta família está intimamente ligada à evolução de Almada desde o século XIX, refletindo as dinâmicas mais amplas da modernização portuguesa, da expansão colonial e da emergência de uma burguesia nacional com capacidade de moldar o espaço urbano, as instituições e a própria identidade do país.

Originária de Santo André de Poiares, no interior de Portugal, a família Teotónio Pereira estabeleceu-se em Lisboa no final do século XVIII, integrando-se no vibrante tecido mercantil da capital. Desde cedo, demonstraram um apurado sentido estratégico, enraizando-se no comércio de bens alimentares – um setor vital numa economia ainda marcadamente agrária, mas em processo de transição. Este espírito empreendedor viria a guiá-los, décadas depois, para a Margem Sul do Tejo, mais concretamente para o Cais do Ginjal, em Almada, onde iniciaram uma nova fase de expansão a partir de 1871.

A escolha do Cais do Ginjal como epicentro das suas operações não foi meramente logística, mas revelou uma notável visão económica. Situado em frente a Lisboa, com acesso direto por via fluvial, o Ginjal oferecia uma ligação privilegiada aos circuitos comerciais metropolitanos e coloniais. Vinho, azeite, vinagres e outros produtos circulavam entre armazéns e navios, consolidando Almada como um entreposto dinâmico e reforçando a posição da família como protagonista de uma economia de exportação em expansão. A aquisição da Quinta do Pombal simbolizou, por sua vez, o enraizamento social da família no concelho, conferindo-lhe estatuto territorial e prestígio simbólico. A contribuição da família para o desenvolvimento urbano de Almada foi notável. Ao instalar armazéns e promover investimentos em infraestruturas de apoio à sua atividade económica, os Teotónio Pereira catalisaram a urbanização da zona ribeirinha. Contribuindo para a transformou-se gradualmente de um território rural e periférico num espaço urbano funcional, integrado no tecido económico da Grande Lisboa.

Para além da sua ação económica, a família desempenhou um papel de relevo na vida política e institucional do município. A ascensão de Luís Teotónio Pereira à presidência da Câmara Municipal constituiu um marco que atesta a projeção pública e o capital político da família. Esta presença política foi acompanhada por um forte envolvimento no mecenato, no apoio a instituições religiosas e caritativas, e na participação em grémios corporativos ligados ao Estado Novo. A atuação dos Teotónio Pereira inscreveu-se, assim, numa lógica de aristocracia burguesa, onde o poder económico era reforçado pelo prestígio social e pela legitimidade institucional.

Ao longo do século XX, a empresa Teotónio Pereira demonstrou uma capacidade notável de adaptação aos desafios do mercado e às transformações políticas. Souberam diversificar as suas operações, estabelecendo marcas próprias, como “Pátria” e “Ginjal”, e firmando parcerias internacionais, incluindo com a prestigiada Martini & Rossi. Esta versatilidade empresarial refletiu-se também na sua atuação nos mercados coloniais, nomeadamente em Angola, através da SOVINHOS, onde a família continuou a exercer influência mesmo em contextos adversos, como os anos de guerra e instabilidade política.

O legado da família ultrapassa o plano empresarial. A sua estratégia de institucionalização, exemplificada pela participação na fundação e gestão da Companhia de Seguros Fidelidade, pela sua presença no Banco de Portugal e em outros órgãos do Estado corporativo, revela um entendimento sofisticado da gestão de poder numa sociedade em constante mutação. Esta presença em estruturas de decisão foi uma forma de perpetuar a influência familiar através de regimes diversos – monarquia, república, ditadura – com uma impressionante capacidade de adaptação institucional.

Pedro Teotónio Pereira, figura cimeira da diplomacia portuguesa e ideólogo do corporativismo salazarista, levou a influência da família para o plano internacional. O seu papel como embaixador em Madrid e Washington, durante períodos de alta tensão geopolítica, foi crucial para garantir o alinhamento estratégico de Portugal e para proteger os interesses económicos nacionais. A sua reputação como

interlocutor fiável entre Lisboa, Madrid e Washington consolidou o nome da família no cenário diplomático internacional. No plano simbólico e cultural, os Teotónio Pereira utilizaram a sua imagem para construir uma marca identitária. Marcas como “Pátria” e “Theotónio” não foram apenas comerciais, mas elementos de um projeto de construção simbólica do que era ser portugueses. O uso de brasões, motivos nacionalistas e referências históricas nas embalagens dos seus produtos demonstram uma consciência aguda do valor da memória e da tradição como instrumentos de diferenciação no mercado e de legitimação social.

Apesar do declínio da empresa a partir da década de 1970, motivado por fatores como a perda dos mercados coloniais, a crise do Estado Novo e a crescente globalização, o impacto da família permanece visível. A sua influência na configuração urbana de Almada, na estrutura económica da região e na construção de uma identidade empresarial portuguesa continua a ser reconhecida por historiadores e pela memória coletiva local. A história dos Teotónio Pereira é, em última análise, um estudo de caso exemplar sobre as intersecções entre economia, política, território e identidade. Revela como é possível atravessar séculos de mudanças, revoluções e transformações globais mantendo uma lógica de continuidade assente na adaptabilidade estratégica, no investimento em redes institucionais e na utilização criativa dos símbolos nacionais.

Hoje, ao percorrer Almada, é possível encontrar os vestígios desta epopeia familiar: os antigos armazéns do Ginjal, os bairros operários, as memórias urbanas. Estes elementos formam o testemunho tangível de uma família que, mais do que comerciantes, foi artífice de um projeto de sociedade. Os Teotónio Pereira deixaram um legado que transcende o tempo, o comércio e o espaço físico.

FONTES ARQUIVÍSTICAS

DIÁRIO DO GOVERNO — Decretos e despachos relativos à reorganização fundiária e reconhecimento jurídico de transmissões de bens imóveis no concelho de Almada (1960–1975).

ARQUIVO HISTÓRICO MUNICIPAL DE ALMADA — Contrato de arrendamento da Quinta do Pombal, Cova da Piedade, entre Pedro Teotónio Pereira e Jorge Caeiro da Mata, 30 de setembro de 1953.

ARQUIVO HISTÓRICO MUNICIPAL DE ALMADA — Contratos de arrendamento, requerimentos camarários e autorizações judiciais relativas à reconversão fundiária da Quinta do Pombal (1953–1970), incluindo cláusulas de cessão para urbanização, alterações prediais e pedidos de alienação por herdeiros menores.

ARQUIVO HISTÓRICO MUNICIPAL DE ALMADA — Requerimento dos herdeiros da família Teotónio Pereira para eliminação do artigo rústico da Quinta do Pombal, freguesia da Cova da Piedade, 2 de maio de 1971.

ARQUIVO HISTÓRICO MUNICIPAL DE ALMADA. Nota de registo da nomeação de Pedro Van-Zeller Palha Teotónio Pereira como gerente da firma Sociedade Comercial Teotónio Pereira, Limitada, inscrita na Conservatória dos Registos Predial e Comercial de Almada. Almada, 30 jan. 1962.

ARQUIVO HISTÓRICO MUNICIPAL DE ALMADA. Recibos, cartas e ofícios relativos a donativos e atividades filantrópicas de Luís Theotónio Pereira (1952–1975). 1952–1975. [Documentos avulsos]. AHMA, Fundo Família Theotónio Pereira.

ARQUIVO HISTÓRICO MUNICIPAL DE ALMADA. Recibos, cartas e ofícios relativos a donativos e atividades filantrópicas de Luís Theotónio Pereira (1952–1975). 1952–1975. [Documentos avulsos]. AHMA, Fundo Família Theotónio Pereira.

ARQUIVO HISTÓRICO MUNICIPAL DE ALMADA. Rótulos da marca “Ginjal”, “Pátria” e “Theotónio” produzidos pela firma Sociedade Comercial Theotónio Pereira, Limitada. s.d. Documento iconográfico. Código de referência: PT/CMAMA/D-C/002/000004. Disponível em: <https://apps.cm-almada.pt/arquivohistorico/details?id=85746> [Acesso em: 25 mai. 2025]

CONSERVATÓRIA DO REGISTO PREDIAL DE SINTRA — Registos de aquisição de prédios rústicos pela firma João Theotónio Pereira Júnior, Limitada, na freguesia de Colares (Sintra), incluindo os terrenos denominados “Requeijada”, “Pau Feio”, “Tomadias”, “Veluda”, “Rabela”.

CONSERVATÓRIA DOS REGISTOS PREDIAL E COMERCIAL DE ALMADA — Nota de registo da nomeação de Pedro Van-Zeller Palha Teotónio Pereira como

gerente da Sociedade Comercial Teotónio Pereira, Limitada. 30 de janeiro de 1962. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

FÁBRICAS METALÚRGICAS F.A.S.; CASA HIPÓLITO, LDA. — Cartas dirigidas à Sociedade Comercial Teotónio Pereira, Lda., relativas a propostas e informações técnicas sobre aparelhos de destilação (incluindo coluna de destilação contínua e sistema Derooy com acessório "aguenta-vinho"). 9 de outubro de 1958; 2 e 13 de março de 1959. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

JUNTA NACIONAL DO VINHO — Ofício à Sociedade Comercial Teotónio Pereira, Lda., confirmando a receção do relatório e a aceitação da nova capacidade instalada. 7 de agosto de 1968. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

SOCIEDADE COMERCIAL TEOTÓNIO PEREIRA, LDA. — Carta circular dirigida aos clientes da zona da Beira Alta, anunciando a abertura de novo ponto de venda em Vila Nova de Tazem. 24 de agosto de 1966. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

SOCIEDADE COMERCIAL TEOTÓNIO PEREIRA, LDA. — Carta dirigida ao laboratório, relativas a análises de estabilidade química. 1958. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

SOCIEDADE COMERCIAL TEOTÓNIO PEREIRA, LDA. — Carta para a Companhia de Diamantes de Angola (DIAMANG). 31 de outubro de 1975. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

SOCIEDADE COMERCIAL TEOTÓNIO PEREIRA, LDA. — Carta para o Sr. Carlos Alberto de Magalhães Gomes (Rio de Janeiro). Novembro de 1979. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

SOCIEDADE COMERCIAL TEOTÓNIO PEREIRA, LDA. — Carta relativa a reclamação sobre vinho branco da marca "Quinta do Ginjal". 11 de agosto de 1958. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

SOCIEDADE COMERCIAL TEOTÓNIO PEREIRA, LDA. — Cartas dirigidas ao laboratório, relativas a análises de estabilidade química. 1958. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

SOCIEDADE COMERCIAL TEOTÓNIO PEREIRA, LDA. — Cartas dirigidas ao laboratório, relativas a análises de estabilidade química. 1963. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

SOCIEDADE COMERCIAL TEOTÓNIO PEREIRA, LDA. — Certidão de teor da escritura de cedência, por venda, de parte da quota pertencente à sócia Virgínia Maria Herrmann Pereira a Pedro Teotónio Pereira. 9 de novembro de 1967. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

SOCIEDADE COMERCIAL TEOTÓNIO PEREIRA, LDA. — Certidão de teor da escritura de constituição da sociedade. 10 de janeiro de 1953. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

SOCIEDADE COMERCIAL TEOTÓNIO PEREIRA, LDA. — Certidão de teor da escritura de doação parcial de quotas efetuada pelos sócios Clara Herrmann Pereira Nunes da Silva, Pedro Teotónio Pereira e Virgínia Maria Herrmann Pereira ao sobrinho João Paulo Teotónio Pereira. 11 de novembro de 1959. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

SOCIEDADE COMERCIAL TEOTÓNIO PEREIRA, LDA. — Certidão de teor da escritura de doação parcial de quotas efetuada pelos sócios Clara Herrmann Pereira Nunes da Silva, Pedro Teotónio Pereira e Virgínia Maria Herrmann Pereira ao sobrinho João Paulo Teotónio Pereira. 11 de novembro de 1959. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

SOCIEDADE COMERCIAL TEOTÓNIO PEREIRA, LDA. — Estudo: Novas Possibilidades de Venda de Vinhos Comuns em Angola. 26 de julho de 1958. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

SOCIEDADE COMERCIAL TEOTÓNIO PEREIRA, LDA. — Factura n.º 20/74 – Exportação para Angola (Companhia de Diamantes de Angola – DIAMANG). 7 de agosto de 1974. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

SOCIEDADE COMERCIAL TEOTÓNIO PEREIRA, LDA. — Relatório da Feira Gastronómica de Munich (IGAFA). 5 de fevereiro de 1959. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

SOCIEDADE COMERCIAL TEOTÓNIO PEREIRA, LDA. — Relatório e conta de gerência do ano de 1958. Dezembro de 1958. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

SOCIEDADE COMERCIAL TEOTÓNIO PEREIRA, LDA. — Relatório e conta de gerência do ano de 1970. 31 de dezembro de 1970. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

SOCIEDADE COMERCIAL TEOTÓNIO PEREIRA, LDA. — Relatório sobre a SOVINHOS, Lobito. [s.d.]. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

VERMOUTH MARTINI E ROSSI — Contrato com a firma João Teotónio Pereira Júnior, Lda., para a exploração comercial, em Portugal e suas colónias, das marcas Vermouth Martini. 1 de julho de 1935. Arquivo Histórico Municipal de Almada.

BIBLIOGRAFIA

ALEXANDRE, Valentim — *Os sentidos do império: questão nacional e questão colonial na crise do Antigo Regime português*. Porto: Edições Afrontamento, 1993

- ANDERSON, Kym – *The World's Wine Markets: Globalization at Work*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2003.
- ANTUNES, Gonçalo — *Política de habitação social em Portugal: de 1974 à actualidade*. Forum Sociológico, Série II, n.º 34, 2019
- BANDEIRINHA, José António — *O Processo SAAL e a Arquitectura no 25 de Abril de 1974*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2007
- BOURDIEU, Pierre (1989). *La Noblesse d'État: Grandes écoles et esprit de corps*. Paris: Éditions de Minuit.
- CABRAL, João — *Ruinologia: práticas e políticas da ruína no espaço urbano contemporâneo*. Lisboa: Argumentum, 2014.
- CABRAL, Manuel Villaverde – *Empresários e Empresariado em Portugal*. Lisboa: Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, 199
- CAPELA, José — *O vinho para o preto: notas e textos sobre a exportação do vinho para África*. Porto: Centro de Estudos Africanos da Universidade do Porto, 2009, p. 5.
- CORREIA, Romeu. *Cais do Ginjal*. Lisboa: Editorial Caminho
- CRUZ, Manuel Braga da – *Pedro Teotónio Pereira, Embaixador Português em Espanha durante as Guerras* [em linha]. [S.l.]: oliveirasalazar.org, [s.d.]. [Consult. 29 maio 2025]. Disponível em: https://oliveirasalazar.org/download/documentos/Pedro%20Teot%C3%B3nio%20Pereira-Emb.%20Port.%20em%20Espanha__C4A965BB-56A8-404A-B5B5-A64E12A61E3C.pdf
- EICHENGREEN, Barry – *Globalizing Capital: A History of the International Monetary System*. Princeton: Princeton University Press, 2008.p..
- FERNANDES, José Manuel — *A forma do lugar: o desenho urbano na arquitetura portuguesa*. Lisboa: Livros Horizonte, 2002.
- FERNANDES, Paulo Jorge — *As Faces de Proteu: Elites Urbanas e o Poder Municipal em Lisboa de Finais do Século XVIII a 1851*. Lisboa: Câmara Municipal de Lisboa, 2001
- FLORES, Alexandre M. *Almada na História da Indústria Corticeira e do Movimento Operário: Da Regeneração ao Estado Novo, 1860-1930*. 1.ª ed. Almada: Câmara Municipal, 2003.
- FOUCAULT, Michel — *Segurança, território, população: curso no Collège de France (1977–1978)*. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

- FRAGOSO, Margarida – Design gráfico em Portugal: formas e expressões da cultura visual do século XX. Lisboa: Livros Horizonte, 2012.
- FREIRE, Dulce — O corporativismo em Portugal: Da formação à consolidação do Estado Novo (1926–1945). Lisboa: Dom Quixote
- GARRIDO, Álvaro – *Queremos uma economia nova!: Estado Novo e corporativismo*. Lisboa: Círculo de Leitores/Temas & Debates, 2016
- GONÇALVES, Diana Filipa Freirinha (2020). *A industrialização da pesca de bacalhau: marcas arqueológicas na foz do Tejo (séc. XIX e XX)*. Dissertação de Mestrado em Arqueologia, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa,
- HARVEY, David — *O novo imperialismo*. São Paulo: Loyola, 2004.
- HARVEY, David — *Spaces of Capital: Towards a Critical Geography*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2001.
- HESPANHA, A. M. (1993). *As vésperas do Leviathan: Instituições e poder político em Portugal, século XVII*. Coimbra: Almedina, p. 189
- LAINS, Pedro – *A Economia Portuguesa no Século XX*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 2003, p.65
- LEFEBVRE, Henri — *A produção do espaço*. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2013.
- LUKACS, Paul – *Inventing Wine: A New History of One of the World's Most Ancient Pleasures*. New York: Norton, 2000
- MAIER, Charles – *Among Empires: American Ascendancy and Its Predecessors*. Cambridge: Harvard University Press, 2006.
- Martini & Rossi S.p.A. – Company History." FundingUniverse. Disponível em: <https://www.fundinguniverse.com/company-histories/martini-rossi-spa-history/>. Acedido em 27 de março de 2025
- MARTINS, Conceição Andrade – “A agricultura”. In LAINS, Pedro; FERREIRA DA SILVA, Álvaro (orgs.) – *História económica de Portugal, 1700-2000*. Vol. III: *O século XIX*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 2005, p. 419.
- MARTINS, Fernando. *Pedro Theotónio Pereira: O Outro Delfim de Salazar*. Lisboa: Dom Quixote, novembro de 2020.
- MARTINS, Hermínio — *Power, politics and social classes*. In: RODRIGUES, Eduardo Vieira (org.) — *Estado e Sociedade em Portugal (1974–1988)*. Lisboa: Instituto de Ciências Sociais, 1990.

- PEREIRA, Pedro Teotónio - Família Theotónio Pereira – 200 anos de Tradição Comercial (I): Elementos para a História da Sociedade Comercial Theotónio Pereira, Lda. Almada, junho de 1998.
- PINTO, António Costa. *O corporativismo em Portugal: Da formação à consolidação do Estado Novo (1926–1945)*. Lisboa: Dom Quixote, 1994,.p
- PIRES, Ana Paula, *Portugal e a I Guerra Mundial. A República e a Economia de Guerra*, Comissão Nacional para as Comemorações do Centenário da República, Caleidoscópio, Lisboa, 2011.
- RIBEIRO DE MENESES, Filipe — *Salazar: A Political Biography*. New York: Enigma Books, 2009.
- ROCHA, J. – “Marcas e denominações de origem de vinhos no início da República”. *Omni Tempore. Atas dos Encontros da Primavera*, n.º 7 (2022).
- ROLLO, Maria Fernanda, "Heranças da Guerra: o reforço da autarcia e os ‘novos rumos’ da política económica", in *Ler História*, nº 50, 2006, pp. 115-153.
- ROLLO, Maria Fernanda, “Marcelo Caetano: política económica e modernização”, in *Espacio, Tiempo y Forma*, Série IV, *Historia Moderna*, t. 19, 2006, p. 109-138.
- ROLLO, Maria Fernanda, *Portugal e a Reconstrução Económica do Pós-Guerra. O Plano Marshall e a Economia Portuguesa dos anos 50*, Colecção Biblioteca Diplomática, 13, Ministério dos Negócios Estrangeiros, 2007
- ROSAS, Fernando e ROLLO, Maria Fernanda (Eds.), *História da I República*, Tinta da China, 1ª edição 2009, 2ª edição 2010.
- ROSAS, Fernando – *O Estado Novo (1926–1974)*. In MATTOSO, José (dir.) – *História de Portugal*. Vol. VII. Lisboa: Círculo de Leitores, 1994, p.
- ROSAS, Fernando — *Salazar e o Poder: A arte de saber durar*. Lisboa: Tinta-da-China, 2019, p.124
- TEIXEIRA, Cláudia Raquel Zegre. Actividade industrial na frente ribeirinha de Almada nos séculos XIX e XX: contributos para a constituição de um núcleo museológico. Dissertação de Mestrado em Museologia, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, Novembro de 2019.
- TELO, António José, *Portugal na Segunda Guerra Mundial*. Lisboa: Editorial Presença, 1996.
- TILLY, Charles — *Big Structures, Large Processes, Huge Comparisons*. New York: Russell Sage Foundation, 1984.

TORGAL, Luís Reis – “Estado Novo: ‘República Corporativa’”. *Revista de História das Ideias*, vol. 27 (2006), p. 41

TOSTÕES, Ana — *Os Verdes Anos na Arquitectura Portuguesa dos Anos 50*. Lisboa: FA-UTL, 1997.

USUNIER, Jean-Claude – *Marketing Across Cultures*. Harlow: Pearson Education, 2013