

**A FÁBRICA DE CALÇADOS ZEFERINO:
FRAGMENTOS DE UMA HISTÓRIA FEITA NO SUL.**
*A SHOE FACTORY ZEFERINO:
FRAGMENTS OF A HISTORY MADE IN THE SOUTH.*

Valéria Tessari
PPGTE/Mediações e Culturas, Universidade Tecnológica Federal do Paraná
tessari.valeria@gmail.com

Mariúze Mendes, Profa. Dra.
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
mariuzem@gmail.com

Resumo

Este artigo objetiva relatar parte da pesquisa de Mestrado que aborda a história de trabalho e de artefatos na fábrica de calçados Zeferino, situada em Novo Hamburgo, RS. É um recorte que apresenta o objeto de pesquisa: a fábrica Zeferino e seu contexto regional. As metodologias adotadas para levantamento de dados e das narrativas foram: pesquisa exploratória, bibliográfica e entrevistas.

Palavras-chave: História da fábrica Zeferino; indústria calçadista; moda.

Abstract

This paper aims to report part of the Master research that addresses the history of work and artifacts at Zeferino shoes factory, located in Novo Hamburgo-RS. This text is an excerpt that presents the research object: the Zeferino factory and its regional context. The methodologies adopted for data and narratives collection were: exploratory research, literature review and interviews.

Keywords: History of Zeferino factory; shoe industry; fashion.

Deslocar-se para o Sul

Há dois principais polos sapateiros no país: Novo Hamburgo, no Rio Grande do Sul e Franca, em São Paulo. Apesar de Franca estar mais próxima dos grandes centros consumidores e exportadores de moda, como São Paulo, o “Sul” tornou-se referência e lugar no meio sapateiro. O Sul é lugar deslocado, fora do principal eixo econômico do país, mas que possui uma tradição coureiro-calçadista merecedora da visita.

Renato Nogueira (2012), se contrapõe à visão eurocêntrica usando a palavra *sulear* no lugar de *nortear*, sendo comum usar a expressão: “*vou usar o autor tal para*

sulear minha fala”. Assim, como o autor, fizemos tal escolha por concluirmos que a palavra *nortear* é arbitrária, uma convenção dos países centrais, baseada em uma verdade e história únicas.

Afinal, quem disse, cartograficamente falando, que o norte é para cima e o sul cima e o sul para baixo? E quem disse que o norte é a referência? Certamente alguém disse. E, sem pensar, nós usamos esta convenção.

Propomos, como Noguera, retratar o sul como deslocamento (um sul metafórico) ao questionar o norte como a referência padrão.

Refletir sobre estes deslocamentos é importante quando se deseja falar sobre a história – ou histórias – da fábrica Zeferino. Histórias e fábrica que escolheram ser sul geográfico e metafórico.

Explorações Metodológicas

As metodologias adotadas para levantamento de dados e das narrativas na escrita deste texto foram estudo exploratório, pesquisa bibliográfica e entrevistas. Os estudos exploratórios permitiram uma aproximação do campo (GIL, 2007). A pesquisa bibliográfica propiciou a construção de um cenário no qual a Zeferino está inserida, além de apresentar os processos que geraram o contexto favorável para sua instalação. As entrevistas abertas foram fundamentais para acessar os relatos inéditos dos idealizadores da Zeferino, bem como para preencher certas lacunas sobre a história da região.

Escolhas que levam ao Sul

O proprietário da Zeferino, Eduardo Rabinovich, havia trabalhado a vida toda na gestão da indústria têxtil¹ criada por sua família. Quando seu pai decidiu vender o negócio, na primeira metade da década de 2000, Eduardo considerou que, no Brasil,

¹ A Vicunha Têxtil, indústria de grande porte, foi criada por Jacks Rabinovich, pai de Eduardo, em 1967. Atualmente a empresa emprega 8 mil trabalhadores e no balanço do ano de 2012 divulgou um lucro bruto de R\$305 milhões. Informações disponíveis em <http://www.vicunha.com.br/resultados>. Acesso: 28 abr. 2013, 23:50.

não era mais tempo de investir em indústrias de grande porte, entendendo que um espaço se abria para outros tipos de artefatos nacionais de moda.

Inicialmente ele não pensava em criar algo novo, mas sim em encontrar marcas nacionais nas quais investir, tornando-se um gestor. Esta ideia surgiu da sua experiência na Vicunha. Eduardo relatou que *“Anos atrás (...) recebia estilistas, hoje famosos, pedindo patrocínio e até tecido para seus desfiles. E pensava: Puxa! Há muito talento na moda brasileira, pouco capital e pouca gestão”* (Eduardo Rabinovich, entrevista, agosto de 2012).

Observou que já havia diversas marcas de roupas no mercado, como Alexandre Herchcovitch, Ronaldo Fraga, Fause Hatén e outros (PRADO e BRAGA, 2011). Na primeira década dos anos 2000 o setor da confecção de roupas no Brasil estava bem estruturado e

a cadeia produtiva da moda brasileira parecia, finalmente, ter se completado, com semanas de lançamentos semestrais ajustadas (ou tentando se adequar) aos ciclos de renovação das coleções disponibilizadas nas vitrines das lojas, estimulando maior inventividade, qualificação e preços competitivos com o produto importado (PRADO; BRAGA, 2011, p. 539).

Percebeu que dentre estas marcas não havia nenhuma especializada em sapatos, o que o fez direcionar seus esforços para criar uma marca de sapatos femininos de alto padrão, com lojas e fábrica próprias. A ideia de Eduardo era fabricar *“produtos de alto padrão (...) diferenciados, e criar uma marca que seja referência no mercado de alto padrão feminino”* (Eduardo Rabinovich, entrevista, agosto de 2012).

Alfredo Mascarenhas, consultor de marketing e negócios de moda, que participou da fundação da Zeferino, comenta em seu depoimento que a ideia

(...) foi buscar alguma coisa que o Brasil não tinha (...) um produto de altíssima qualidade, de acabamento especial e (...) uma marca que tivesse realmente uma origem e uma razão de ser no Brasil. Tudo que existe no segmento de luxo (...) era considerado só como produto importado e a ideia então (...) foi que o Brasil tivesse um produto de alta qualidade, de grande intervenção manual e que fosse um produto brasileiro (Entrevista, Alfredo Mascarenhas, julho de 2012).

Este é um dos produtos que foi realizado pela nova empresa:



Figura 1. Sandália Zeferino Verão 2013. Fonte: Autoria de Márcia Fasoli. Acervo digital da Zeferino, 2012

Noções como *alto padrão*, *altíssima qualidade*, *intervenção manual* e *luxo*, presentes nestas falas, remetem a artefatos fabricados sob a ideia de tradição. Lipovetsky e Roux (2008) afirmam que as marcas de luxo francesas legitimaram-se em torno da tradição associada “ao domínio de um “ofício” e uma qualidade de execução únicos (...) ligados à uma base artesanal ou a uma tradição manufatureira” (LIPOVETSKY; ROUX, 2008, p.137).

A percepção dos gestores da Zeferino sobre a ausência de artefatos de moda de alta qualidade fabricados no Brasil levou-os a produzir tais artefatos associados a noções como brasilidade.

O conceito de brasilidade, que é polissêmico (VARGAS, 2007), é definido na apresentação da empresa em seu sítio na internet “O nome Zeferino traz brasilidade, as múltiplas referências culturais de nosso país”². Leitão (2007) investiga noções de brasilidade que podem ser coladas a artefatos por meio de referências e usos de elementos historicamente construídos como emblemas de uma identidade nacional brasileira: riquezas naturais, fauna, flora, alegria, cores, diversidade, sensualidade, mas não refinamento, alta qualidade e luxo. Segundo Leitão (2007) “a moda brasileira, mesmo em seu gênero mais refinado e luxuoso, precisa de algum modo remeter a

² Disponível em www.zeferino.com.br. Acesso: 16 mai. 2013, 23:20.

(...) trabalho manual” (LEITÃO, 2007, p. 212), o que gera certo atestado de autenticidade, tradicionalidade e legitimidade.

Este conjunto de diretrizes (sapatos femininos, intervenção manual, alta qualidade, tradição) levou o projeto a estabelecer sua fábrica no Sul, referência e lugar no meio sapateiro.

Localizando-se no Sul

Entre os polos de Novo Hamburgo e Franca existe uma diferença fundamental: o primeiro se especializou na fabricação de calçados femininos, enquanto o segundo de masculinos. Por isso, apesar de Franca estar a apenas 343 quilômetros de São Paulo e Novo Hamburgo a 814 quilômetros, esta se apresentou mais próxima da proposta de produtos que a Zeferino pretendia fabricar.

Novo Hamburgo, a principal cidade da região do Vale dos Sinos, possui aproximadamente 240 mil habitantes e está localizada a 40 quilômetros de Porto Alegre³.

A cidade mostrou sua habilidade para trabalhar o couro devido à “herança preciosa”⁷ deixada pelos jesuítas, a pecuária, que foi introduzida no Rio Grande do Sul no século XVII. Esta atividade colaborou com a fixação de populações, serviu de alimento (inclusive a charqueada a partir do século XVIII) e também ao comércio do couro e do gado vivo.

A partir de 1824, com a imigração de colonos alemães, o curtimento e a produção de artefatos de couro foram fortalecidos. Inicialmente motivados a trabalhar na agricultura, os imigrantes também se dedicaram ao artesanato aliando seus conhecimentos às matérias-primas disponíveis na região. Os pertences de montaria⁴ – a selaria – foram os primeiros artefatos produzidos artesanalmente nas pequenas oficinas, seguidos de objetos como botas e sapatos para uso pessoal.

³ Dados disponíveis em <http://www.novohamburgo.rs.gov.br>. Acesso: 29 abr. 2013, 10:55.

⁴ Para Lígia Gomes Carneiro isto se deve a dois motivos primordiais: o cavalo era o principal meio de transporte e a região entrava em constantes conflitos com seus vizinhos a respeito de suas fronteiras, gerando maior uso de equipamentos de montaria (CARNEIRO, 1986, p. 20-21).

Porém, Leopoldo Petry (1959) registra que já existiam na região atividades relacionadas ao couro mesmo antes da imigração oficial. Cita Nicolau Becker, vindo da Alemanha em 1797, como o primeiro a estabelecer curtume e selaria em Hamburgo Velho⁵.

A partir de 1870 a selaria perdeu importância pela diminuição dos conflitos bélicos. O aumento gradual do uso de calçados e as novas dinâmicas comerciais na região com a chegada do trem que ligou Porto Alegre a Hamburgo Velho em 1876 propiciaram condições para a instalação de indústrias. Parte dos calçados que eram confeccionados de forma artesanal e familiar passaram lentamente a serem feitos em pequenas fábricas. Contudo, segundo Carneiro (1986), mesmo estas fábricas dependiam em grande parte do trabalho de artesãos, utilizando poucas máquinas, sendo elas muitas vezes bem rudimentares.

Um marco na produção de calçados da região foi a fundação da fábrica de Pedro Adams Filho, em 1898 – a Pedro Adams Filho & Cia. Considerado o pioneiro, instalou a primeira empresa “em bases modernas” que tinha como “objetivo a racionalidade da produção” (PRODANOV; SCHEMES; THÖN; MARTINS, 2005, p. 17).

Sendo o sapato um artefato com muitas operações (modelagem, corte, chanfração, preparação, costura, montagem, colocação de sola e salto, acabamento e limpeza), além das variações de fôrmas, saltos e modelos, houve um esforço de adaptação de diferentes máquinas para mecanizar as etapas de trabalho, considerando questões de produção e desempenho (MOTTA, 2004). Porém, nem todas as etapas puderam ser mecanizadas e a mão-de-obra artesanal continuou sendo importante no setor.

Aos poucos as fábricas da região passaram a fornecer calçados para o território nacional. No final dos anos 1960 um acontecimento marcou a história da região. Segundo Eduardo Motta (2004), um grupo de empresários locais – dentre eles

⁵ Hamburgo Velho, povoado que deu origem a Novo Hamburgo, fazia parte do município de São Leopoldo e recebeu a primeira colônia oficial de imigrantes alemães na região em 1824. A chegada de 43 colonos alemães – 8 famílias e 4 solteiros – estabeleceu casas comerciais que vendiam alimentos e a produção excedente de calçados feitos pelas famílias. Localizado estrategicamente, o povoado comercializava mercadorias entre “a serra e a colônia (...) como centros de produção agrícola e pastoril e a Capital (...) como fornecedora de artigos manufaturados” (PETRY, 1959, p. 8). Emancipou-se em 1927.

Cláudio Strassburguer, pioneiro na atividade da exportação – concretizaram importante etapa de um trabalho que visava exportar calçados para o mercado americano. Maurício Schmidt, membro do grupo, afirma que “foram 33 anos desse trabalho para (chegar) a exportação de sapatos.”¹⁰ Este movimento gerou esforços de adaptação tecnológica, tanto com relação ao maquinário, quanto aos processos de fabricação e de comercialização. Ida Thön, coordenadora do Museu Nacional do Calçado, comenta que o estado precisou formular leis para regulamentar a exportação de artefatos industrializados, pois até então o Brasil só havia exportado produtos primários (Ida Thön, entrevista, 16 abril 2013).

Na década de 1970, o calçado de Novo Hamburgo e região alcançou a posição de setor de maior importância nas exportações brasileiras (PRODANOV, SCHEMES, THÖN e MARTINS, 2005). Como os empregos diretos eram abundantes, pessoas de outras regiões do país foram para ali atraídas. Empresas fabricantes de componentes relativos à cadeia calçadista foram criadas, além de metalúrgicas, instituições de ensino, pesquisa e assistência tecnológica.

Esta fase durou até a década de 1980, mas teve seu fim decretado em 1989 no governo de Fernando Collor de Melo⁶. Thön diz que, com a abertura, o mercado que o Brasil havia conquistado, antes prevalentemente da Itália foi, então, tomado pela China (Ida Thön, entrevista, 16 de abril de 2013). Houve migração de grandes empresas da região para os países asiáticos, além do encerramento de empresas menores. Algumas continuaram na cidade, porém com número de empregados extremamente reduzidos, sendo as cooperativas de trabalho uma das alternativas encontradas. Segundo Lima (2008), estas foram alternativas pragmáticas encontradas pelos trabalhadores para suprir a falta do emprego formal, como possibilidade de sobrevivência, mas não, necessariamente, gerando melhores condições de trabalho ou crescimento econômico.

Diante destes acontecimentos, o contexto se tornou favorável para empreendimentos como a Zeferino. O processo de instalação desta fábrica na cidade teve impulso quando, ainda em São Paulo, Eduardo foi apresentado a Jorge Guimarães, um paulistano experiente na gestão de fábricas de sapatos em Novo

⁶ Este governo editou o Plano Brasil Novo que abriu o mercado interno às importações e confiscou poupanças privadas (PRADO; BRAGA, p. 540).

Hamburgo. Na época, Jorge era proprietário de uma pequena fábrica de calçados que já estava instalada na região há muitos anos. Possuindo consideráveis conhecimentos sobre fabricação de calçados femininos em couro, esta fábrica mesclava técnicas artesanais e aspectos da fabricação industrial. Segundo Alfredo Mascarenhas, ela possuía um diferencial pois era “uma fábrica de mais de 15 anos (...) que se especializou em fazer (...) produtos especiais, com um trabalho manual bastante intenso, uma intervenção humana, de artesãos, muito intensa!” (Alfredo Mascarenhas, entrevista, julho de 2012). Este é um dos artesãos mais antigos:



Figura 2. Montador da fábrica Zeferino trabalhando. Fonte: Autoria própria, 2013.

A composição entre artesanal e industrial é apontada por Lipovetsky e Roux (2008, p. 44) como “o primeiro momento moderno do luxo”, quando no final da década de 1920 marcas francesas de alta costura como Chanel e Dior começaram a adaptar parte de sua produção (antes totalmente feita à mão e sob medida) ao princípio moderno de série. Ainda que bastante limitadas em quantidade, estas produções em série geraram uma hibridação entre o artesanal e o industrial.

Diante deste cenário favorável aos propósitos e características desejáveis ao futuro empreendimento, Eduardo comprou a fábrica, cuja fachada apresento:



Figura 3. Fachada da fábrica Zeferino. Fonte: Autoria de Diogo Oliveira. Acervo digital da Zeferino, 2008.

Em maio de 2008 a fábrica passou a funcionar como Zeferino, com 47 funcionários distribuídos em 1.138 m² entre galpão, escritório e almoxarifado. Alguns dos funcionários já trabalhavam na fábrica existente anteriormente, e outros foram contratados a partir deste recomeço. A média de tempo de experiência de trabalho destes artífices no meio sapateiro é de 25 anos.

Considerações Finais

O objetivo deste artigo foi apresentar o objeto de pesquisa: a história da fábrica Zeferino e seu contexto histórico regional. A Zeferino planejava fabricar sapatos femininos, de alto padrão e qualidade, configurando artefatos de luxo, que remetem à tradição, legitimidade e autenticidade. Desta forma, sua localização geográfica e metafórica no Sul, relaciona-se ao tipo de artefato que desejava produzir e ao contexto favorável que Novo Hamburgo representava.

O conceito de brasilidade foi primordial para a Zeferino, que buscava produzir sapatos com um diferencial nas origens e razão de ser no Brasil. Mais do que referências, o percurso da constituição da fábrica Zeferino permite pensar que sua brasilidade pode ser compreendida como o próprio lugar a partir do qual a Zeferino

fala. Como exemplo desta noção de brasilidade, Alexandre Herchcovitch afirma que sua moda é brasileira porque é feita no Brasil (PRADO e BRAGA, 2011). A brasilidade não se dá somente no âmbito do uso de elementos emblemáticos ou estereótipos nacionais, mas na sua constituição como empresa fabricante de artefatos de alta qualidade, com valorização do fazer artesanal local, em diálogo com o processo industrial.

A brasilidade da Zeferino também foi firmada pelo fato de seus sapatos serem feitos no Brasil, por brasileiros. Leitão (2007) nos faz refletir a respeito de conceitos como brasilidade, quando materializados em elementos estereotipados, podem permitir a produção de “artefatos brasileiros” em qualquer parte do mundo, sem qualquer vínculo direto com a cultura ou com as pessoas do Brasil, o que não passa de um simulacro de origens sem reconhecimento e valorização de saberes e fazeres.

Mais do que autenticidade ou protecionismo, projetos como a Zeferino podem permitir a valorização dos saberes e fazeres locais, promover o movimento social e econômico de uma região, além de se constituir como um lugar onde as pessoas ainda possam exercer seus ofícios tradicionais.

REFERÊNCIAS

CARNEIRO, L. G. **Trabalhando o couro**: do serigote ao calçado made in Brazil. Porto Alegre: L&PM CIERGS, 1986.

GIL, Antônio C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2007.

LIMA, J. C. Reestruturação industrial, desemprego e autogestão: as cooperativas do Vale do Sinos. **Sociologias**, Porto Alegre, n. 19, Junho/ 2008. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-45222008000100010&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 25.03.2013.

LEITÃO, D. K. Nós, os outros: construção o exótico e consumo de moda brasileira na França. **Horizontes Antropológicos**. Porto Alegre, ano 13, n. 28, p. 203-230, jul/dez 2007.

LIPOVETSKY, G.; ROUX, Elyette. **O luxo eterno**: da idade do sagrado ao tempo das marcas. São Paulo: Cia. Das Letras, 2008.

MOTTA, E. **O calçado e a moda no Brasil**: um olhar histórico. São Paulo: Assintecal, 2004.

NOGUERA, R. Denegrindo a educação: um ensaio filosófico para o ensino da pluriversalidade. **Revista Sul-Americana de Filosofia e Educação**. Número 18: maio-out 2012, p. 62-73.

PRADO, L. A.; BRAGA, J. **História da moda no Brasil**: das influências às autorreferências. 2a. ed. São Paulo: Disal Editora-Pyxis Editorial, 2011

PETRY, L. **O município de Novo Hamburgo**: monografia. São Leopoldo: Rotermond, 1959.

VARGAS, E. V. **O legado do discurso**: brasilidade e hispanidade no pensamento social brasileiro e latino-americano. Brasília: FUDAG, 2007.

PRODANOV, C.; SCHEMES, C; THON, I. H.; MARTINS, R. P. **Memória do Setor Coureiro-Calçadista**: Pioneiros e Empreendedores do Vale do Rio dos Sinos. Novo Hamburgo: Editora Feevale, 2005. v. 1.

ENTREVISTAS

MASCARENHAS, Alfredo. Entrevista concedida. São Paulo, julho de 2012.

RABINOVICH, Eduardo. Entrevista concedida. São Paulo, agosto de 2012.

THÖN, Ida Helena. Entrevista concedida. Novo Hamburgo, abril de 2013.