

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TECNOLOGIA

VALÉRIA FARIA DOS SANTOS TESSARI

**FAZER É PENSAR, PENSAR É FAZER:**

O Trabalho e os Artefatos na Fábrica Zeferino, Novo Hamburgo, RS

DISSERTAÇÃO

CURITIBA

2014

VALÉRIA FARIA DOS SANTOS TESSARI

**FAZER É PENSAR, PENSAR É FAZER:**

O Trabalho e os Artefatos na Fábrica Zeferino, Novo Hamburgo, RS

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Tecnologia, do Programa de Pós-Graduação em Tecnologia, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Área de Concentração: Mediações e Culturas.

Orientador: Prof. Dr. Ronaldo de Oliveira Corrêa

Co-orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Mariuze Dunajski Mendes

CURITIBA

2014



Aos meus pais, origem.

Ao meu marido, presente e destino.

## AGRADECIMENTOS

Escrever uma dissertação é trabalho coletivo, feito a muitas mãos. As palavras que compõem este documento foram registradas por mim, mas estão contaminadas pelas presenças de pessoas que me acompanharam durante esta trajetória.

Em primeiro lugar agradeço ao meu orientador, Prof. Dr. Ronaldo de Oliveira Corrêa, pelo privilégio de sua presença, de suas palavras e de sua condução. Presença marcada e marcante. Mesmo quando fisicamente distante, por meio de sua tese que se tornou minha bússola e me guiou quando eu não sabia ao certo por onde ir. Agradeço o movimento que fez no sentido de construir uma possibilidade de pesquisa por meio da qual me vejo enriquecida. Agradeço também por me permitir construir novos sentidos para velhas coisas.

De igual forma agradeço à minha co-orientadora, Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup> Mariuze Dunajski Mendes, pela calma, pelas palavras e pelas perspectivas que me deram segurança durante o caminho.

Agradeço à CAPES pelo apoio financeiro, o que permitiu dedicar-me à pesquisa e ao Programa de Pós-Graduação em Tecnologia e Sociedade da Universidade Tecnológica Federal do Paraná pela aposta e acolhida. Aos (às) professores (as) do programa que cotidianamente constroem possibilidades por meio de seu trabalho. Às professoras Marinês Ribeiro dos Santos e Fabiela Bigossi pela leitura atenta e preciosas contribuições.

De maneira muito especial agradeço à Zeferino. Ao Eduardo Rabinovich que prontamente me permitiu voltar a sua empresa como pesquisadora. Sua atitude não será por mim esquecida. Muito obrigada a todos (as) os (as) artífices que me receberam, participaram, contribuíram e construíram comigo esta pesquisa. Seus gestos, sorrisos e palavras me inspiraram a querer fazer melhor a cada dia. De maneira particular dou graças pelas vidas de Ademir Moiano Rodrigues, Cláudio Pereira, David Paim de Matos, Diogo Terme de Oliveira e Márcia Magalhães, que foram tão generosos ao compartilhar comigo suas experiências e saberes. Obrigada ainda mais uma vez ao Diogo e ao David que para mim são exemplos de gente que não cansa de tentar fazer as coisas darem certo. A ajuda de vocês foi preciosa e sem ela eu não poderia ter realizado esta pesquisa.

Ao Cláudio Arenhart, sempre simpático e receptivo. À Gisele Luisa Forneck por sua atenção. Ao Cláudio Pereira, Gerson Klein e Alexandre Cardoso por toda a ajuda, pelas caronas e também pelas aulas sobre chimarrão. Ao Cristiano Rodriguez, amigo declarado, que me permitiu participar do seu mundo e do seu trabalho que admiro tanto. À Marcela Padilha Siqueira que tão prontamente providenciou

tudo o que precisei a partir do escritório em São Paulo. E a Alfredo Mascarenhas por me contar com beleza um pouco da história da Zeferino. Estou certa de que parte da minha alegria em realizar esta pesquisa foi poder estar novamente junto de todos (as) vocês.

Aos (às) colegas orientandos (as) Aline Voros, Carla Batista, Juarez Bergmann Filho, Luciana Ceschin, Raphael Rios e Rodrigo Mateus. Dou graças pelo privilégio de ter participado com vocês deste grupo e por ter aprendido tanto estando nele. Às companheiras de estudos e cafés Ana Caroline, Cauhana e Flaviani. Suas presenças tornaram tudo mais prazeroso.

Por fim, agradeço à minha família: a de origem e a de destino. À minha mãe, irmãs e irmão que nunca duvidaram das minhas escolhas. À Lilian pelas revisões competentes. E ao Manassés, razão – em grande medida – desta dissertação existir. Sua ajuda, apoio e carinho incondicionais foram fundamentais neste processo de aprendizado. Ter você ao meu lado tem sido o bastante para eu nunca desistir.

## RESUMO

A pesquisa que documento por meio deste texto tem como objetivo investigar como o trabalho e os artefatos são constituídos na fábrica Zeferino, Novo Hamburgo, Rio Grande do Sul, Brasil. Desta maneira, explorei as maneiras pelas quais os modelistas e o estilista que atuam nesta empresa constroem suas práticas em meio a embates e tensões. Para isto, percorri uma trajetória que apresenta a marca e a fábrica Zeferino, bem como os (as) interlocutores (as) que participaram do estudo. Da mesma forma apresento os artefatos e os modos particulares do fazer deste microcosmos para, enfim, discutir os embates por meio dos quais o trabalho e os artefatos ali se constituem. Os procedimentos que realizei para a elaboração desta pesquisa qualitativa foram experiências empíricas exploratórias e entrevistas narrativas ao modo da História Oral. Tomei as narrativas do processo de desenvolvimento de modelos para explorar os momentos de embates com a finalidade de interpretar os sentidos atribuídos pelos interlocutores a estas tensões e conflitos. Tive assim a intenção de montar uma imagem tanto do processo de desenvolvimento como dos interlocutores que permita perceber seus modos singulares de trabalho, seus fazeres e saberes, evidenciando a não homogeneidade das formas de produção de artefatos.

**Palavras-chave:** Cultura material, artífices, calçados, trabalho, moda.

## ABSTRACT

The research I have documented through this text aims at investigating on how the work and artifacts are made at the Zeferino factory, Novo Hamburgo, Rio Grande do Sul, Brasil. Thus, I have explored the ways in which both the modelers and the designer work in this company build their practices in the midst of clashes and tensions. For this, I follow a journey that presents the brand and Zeferino factory, as well as the interlocutors who participated in the study. Likewise, I present artifacts and the particular ways of doing this microcosm to, finally, discuss the struggles through which the work and the artifacts are made there. The procedures conducted for the preparation of this qualitative research were exploratory empirical experiences and narratives interviews on the model of Oral History. I took the narratives of the model development process in order to explore the moments of these conflicts, to interpret the meanings attributed by the interlocutors to these tensions and conflicts. So I intend to set up an image from the development process as well as from the interlocutors which enables individuals to realize their unique work modes, their activities and knowledge, showing the inhomogeneity of the ways of production of artifacts.

**Keywords:** Material culture, craftsmen, shoes, work, fashion.



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Rede de interlocutores (as) da pesquisa .....	26
Figura 2 – Paulo Borges, Eduardo Rabinovich e Alfredo Mascarenhas .....	31
Figura 3 – Logomarca Zeferino e estampa "bichinhos" .....	34
Figura 4 – Materiais personalizados da Zeferino .....	35
Figura 5 – Organograma da matriz Zeferino em São Paulo, SP .....	37
Figura 6 – Mapa de localização de Novo Hamburgo, Vale dos Sinos, Rio Grande do Sul, Brasil ...	40
Figura 7 – Fábrica de Pedro Adams, início do século 20 .....	42
Figura 8 – Mapa de localização da fábrica Zeferino .....	46
Figura 9 – Fachada da fábrica Zeferino .....	46
Figura 10 – Organograma da fábrica Zeferino .....	47
Figura 11 – Empresas de componentes diversos para calçados em Novo Hamburgo, RS.....	48
Figura 12 – Mapa de localização de alguns fornecedores da fábrica Zeferino .....	49
Figura 13 – Diogo Terme de Oliveira, modelista da fábrica Zeferino .....	55
Figura 14 – David Paim de Matos, modelista da fábrica Zeferino .....	58
Figura 15 – Ademir Moiano Rodrigues, montador de calçados da fábrica Zeferino .....	60
Figura 16 – Chão de folhas na floresta Amazônica, Mato Grosso, Brasil.....	81
Figura 17 – Croqui de modelo da família Floral.....	82
Figura 18 – Opções de gravações para couro.....	82
Figura 19 – Material sintético estampado utilizado na família Floral.....	83
Figura 20 – Exemplos de modelos da família Floral.....	83
Figura 21 – Borboletas na Amazônia, Mato Grosso, Brasil .....	84
Figura 22 – Referências para estilização da figura da borboleta .....	85
Figura 23 – Croqui e croqui 3D de modelo da família Borboleta .....	85
Figura 24 – Arte não aprovada (esquerda) e arte aprovada (direita) .....	86
Figura 25 – Exemplos de modelos da família Borboleta .....	86
Figura 26 – Estrutura geral de um sapato .....	88
Figura 27 – Partes de um sapato .....	88

Figura 28 – Plataforma, vira e composição da forração da palmilha .....	90
Figura 29 – Organograma das coleções Zeferino .....	91
Figura 30 – Exemplo da família Lona da Linha Coleção .....	92
Figura 31 – Modelos da Linha Closet .....	92
Figura 32 – Modelos da Linha Pink Label .....	93
Figura 33 – Modelos da Linha Especial .....	93
Figura 34 – Modelos da Linha Resort .....	94
Figura 35 – Modelos da Linha Botas .....	94
Figura 36 – Protocolo de Pesquisa para Documentos Iconográficos .....	98
Figura 37 – Modelo lançado na Coleção Verão 2009 e versão seguinte para a Linha Closet .....	103
Figura 38 – Cronograma de desenvolvimento Zeferino .....	126
Figura 39 – Exemplos de matérias-primas .....	127
Figura 40 – Cartela de cores de uma coleção Zeferino .....	128
Figura 41 – Cartelas de cores por material .....	129
Figura 42 – Croqui do modelo FST200 .....	130
Figura 43 – Ficha de Amostra .....	131
Figura 44 – Construção para Sapatos .....	132
Figura 45 – Ficha de combinação .....	134
Figura 46 – Fluxograma geral da fábrica Zeferino .....	137
Figura 47 – Fluxograma da área de produção da fábrica Zeferino .....	138
Figura 48 – Exemplos de fontes de pesquisa utilizadas pelo estilista .....	139
Figura 49 – Viagem à Amazônia, Mato Grosso, Brasil .....	139
Figura 50 – Organização do material pesquisado .....	140
Figura 51 – Montagem das cartelas de materiais e cores .....	140
Figura 52 – Croquis desenhados por Cristiano Rodriguez .....	141
Figura 53 – Reunião de discussão dos croquis .....	141
Figura 54 – Setor de modelagem na fábrica Zeferino .....	142
Figura 55 – Almoxarifado da fábrica Zeferino .....	143
Figura 56 – Setor de corte da fábrica Zeferino .....	143

Figura 57 – Divisão e chanfração do couro .....	144
Figura 58 – Setor de preparação na fábrica Zeferino .....	144
Figura 59 – Costura à máquina e aplicação de enfeites com costura à mão .....	145
Figura 60 – Setor de pré-fabricado da fábrica Zeferino .....	145
Figura 61 – Setor de montagem da fábrica Zeferino .....	146
Figura 62 – Setor de acabamento da fábrica Zeferino .....	146
Figura 63 – Setor de revisão da fábrica Zeferino .....	147
Figura 64 – Protótipos em avaliação e armazenados na Zeferino em São Paulo .....	147
Figura 65 – Estudo de combinações das famílias Floral e Pétalas, da Coleção verão 2012 .....	148
Figura 66 – Modelos selecionados para descrição do processo de desenvolvimento .....	150
Figura 67 – Documentos do Processo de Desenvolvimento do Modelo CLO50 .....	152
Figura 68 – Documentos do processo de desenvolvimento do modelo LEY01 .....	158
Figura 69 – Documentos do Processo de Desenvolvimento do Modelo FST35 .....	164
Figura 70 – Sandália FST35 em tecido cetim de seda pink .....	166

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Circuito de distribuição Zeferino .....	38
Quadro 2 – Relação entre famílias, siglas e modelos .....	95
Quadro 3 – Componentes gerais e específicos dos modelos .....	135
Quadro 4 – Técnicas e procedimentos de confecção do modelo LEY01 .....	161

## LISTA DE FICHAS TÉCNICAS

Ficha Técnica 01 – <i>Peep-toe</i> Zeferino CLO40 .....	99
Ficha Técnica 02 – <i>Scarpin</i> Zeferino CLO50 .....	101
Ficha Técnica 03 – Bota Zeferino CLO58 .....	102
Ficha Técnica 04 – <i>Peep-toe</i> Zeferino CLO59 .....	103
Ficha Técnica 05 – Sapatilha Zeferino CLO63 .....	104
Ficha Técnica 06 – Bota Zeferino BOT25 .....	105
Ficha Técnica 07 – Sandália plataforma Zeferino ESP03 .....	106
Ficha Técnica 08 – Sandália plataforma Zeferino ESP23 .....	107
Ficha Técnica 09 – Sandália Zeferino FST35 .....	108
Ficha Técnica 10 – <i>Scarpin</i> Zeferino FST181 .....	109
Ficha Técnica 11 – Sandália salomé plataforma Zeferino FST200 .....	109
Ficha Técnica 12 – <i>Scarpin</i> plataforma LEY01 .....	110
Ficha Técnica 13 – Sandália anabela Zeferino LON05 .....	111
Ficha Técnica 14 – Abotinado <i>peep-toe</i> Zeferino PAT04 .....	112
Ficha Técnica 15 – <i>Peep-toe</i> Zeferino REN03 .....	113

## LISTA DE FRAGMENTOS

Fragmento 1 – EN ARQ03 (ED) ago/2012. Turnos 234-250 .....	32
Fragmento 2 – EN ARQ12 (CL) abr/2013. Turnos 96-104; 106; 119-120 .....	44
Fragmento 3 – EN ARQ09 (DA; DI) abr/2013. Turnos 1383-1384; 1386; 1391-1395; 1397.....	50
Fragmento 4 – EN ARQ7 (AD) nov/2012. Turnos 94-104.....	61
Fragmento 5 – EN ARQ09 (DA; DI) abr/2013. Turnos 1016;1018-1026; 1034; 1040 .....	68
Fragmento 6 – EN ARQ09 (DA; DI) abr/2013. Turnos 1042-1045; 1050-1052; 1057-1062.....	69
Fragmento 7 – EN ARQ12 (CL) abr/2013. Turnos 385-387; 389 .....	79
Fragmento 8 – EN ARQ14 (C) set/2013. Turnos 229-237 .....	87
Fragmento 9 – EN ARQ09 (DA; DI) abr/2013. Turnos 894; 900-908 .....	95
Fragmento 10 – EN ARQ09 (DA; DI) abril/2013. Turnos 722-733 .....	97
Fragmento 11 – EN ARQ09 (DA.; DI) abr/2013. Turnos 1804-1809 .....	102
Fragmento 12 – EN ARQ09 (DA; DI) abr/2013. Turnos 1231-1234 .....	106
Fragmento 13 – EN ARQ09 (DA; DI) abr/2013. Turnos 1476-1479 .....	107
Fragmento 14 – EN ARQ09 (DA; DI) abr/2013. Turnos 1869-1880 .....	121
Fragmento 15 – EN ARQ14 (C) set/2013. Turnos 48-58 .....	138
Fragmento 16 – EN ARQ09 (DA; DI) abr/2013. Turnos 873-879 .....	152
Fragmento 17 – EN ARQ09 (DA; DI) abr/2013. Turnos 746-748; 762-764; 766-771; 780 .....	153
Fragmento 18 – EN ARQ09 (DA; DI) abr/2013. Turnos 1671-1673; 1642-1646 .....	154
Fragmento 19 – EN ARQ09 (DA; DI) abr/2013. Turnos 1173-1175; 1186 .....	155
Fragmento 20 – EN ARQ09 (DA; DI) abr/2013. Turnos 974-982 .....	156
Fragmento 21 – EN ARQ09 (DA; DI) abr/2013. Turnos 86-100 .....	161
Fragmento 22 – EN ARQ09 (DA; DI) abr/2013. Turnos 43-44; 49-51 .....	162
Fragmento 23 – EN ARQ14 (C) set/2013Turnos 365-379 .....	165
Fragmento 24 – EN ARQ14 (C) set/2013Turnos 58-60 .....	168
Fragmento 25 – EN ARQ09 (DA; DI) abr/2013. Turnos 641; 643-647; 651; 653 .....	169
Fragmento 26 – EN ARQ09 (DA; DI) abr/2013. Turnos 1492-1498 .....	169
Fragmento 27 – EN ARQ09 (DA; DI) abr/2013. Turnos 1514-1519 .....	170

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	17
<b>2 ZEFERINO: FRAGMENTOS DE UMA TRAJETÓRIA RECENTE</b> .....	25
2.1 AS MARCAS DE MODA NO BRASIL: UM BREVE CENÁRIO .....	28
2.2 ZEFERINO: UMA MARCA EM CONSTRUÇÃO .....	30
2.2.1 Um Novo Nome, uma Nova Visualidade .....	33
2.2.2 Estrutura Organizacional .....	37
2.3 LOCALIZANDO-SE NO SUL DO BRASIL .....	39
2.4 A FÁBRICA ZEFERINO .....	45
2.4.1. Fornecedores (as) .....	48
2.5 ARTÍFICES .....	51
2.5.1. Artífices e artesãos (ãs): “E a minha profissão faz do sapato acto” .....	52
2.5.2. Muito prazer, meu nome é... .....	55
<b>3 ARTEFATOS: AQUILO QUE FAZEMOS NOS FAZ</b> .....	65
3.1 A CENTRALIDADE DO ARTEFATO NA CONSTITUIÇÃO DA ZEFERINO .....	66
3.2 A BIOGRAFIA CULTURAL DOS ARTEFATOS .....	71
3.3 ZEFERINO: CONSTRUINDO UM ARTEFATO DE LUXO NO BRASIL .....	73
3.4 MATÉRIA-PRIMA COMO ATESTADO DE LEGITIMIDADE .....	77
3.5 OS ARTEFATOS SAPATOS .....	87
3.6 OS SAPATOS ZEFERINO: COLEÇÕES, LINHAS, FAMÍLIAS E MODELOS .....	90
3.6.1 Linhas de Sapatos Zeferino .....	91
3.7 OS MODELOS SELECIONADOS .....	96
3.7.1 Modelos Seleccionados da Linha Closet .....	99
3.7.2 Modelo Seleccionado da Linha Botas .....	104
3.7.3 Modelos Seleccionados da Linha Especial .....	105
3.7.4 Modelos Seleccionados da Linha Pink Label .....	107

3.7.5 Modelos Seleccionados da Linha Coleção .....	110
<b>4 MODOS DE FAZER: O QUE OS SAPATOS NÃO TÊM EM COMUM .....</b>	<b>116</b>
4.1 QUANDO A MÃO DESLIGA A MÁQUINA .....	116
4.2 FAZERES E INVENÇÕES .....	123
4.3 O PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DOS SAPATOS ZEFERINO .....	125
4.4 DO CROQUI AO SAPATO: UM HIATO DE FAZERES .....	136
4.5 DOCUMENTOS DO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO: RASTROS DE UMA TRAJETÓRIA DO ARTEFATO .....	149
4.5.1 A Biografia do Modelo CLO50: “Um nada tudo” .....	151
4.5.2 A Biografia do Modelo LEY01: em uma fábrica comum “ele não seria produzido” .....	158
4.5.3 A Biografia do Modelo FST35: “esse sapatinho foi (...) o Festa mais marcante” .....	164
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>173</b>
<b>6 REFERÊNCIAS .....</b>	<b>178</b>
<b>7 APÊNDICES .....</b>	<b>183</b>



# INTRODUÇÃO

---

## 1 INTRODUÇÃO

*Que o sapato tem alma dizem ao que parece os livros, (...)  
Amar os sapatos é amar os meus dedos.  
Amar os meus dedos é amá-lo a ele.*

*Pedro Tamen, O livro do Sapateiro, 2010.*

A trajetória que percorri para constituir o tema deste estudo foi marcada por alguns acontecimentos. Sou designer, trabalhei durante 10 anos desenvolvendo sapatos, sendo que entre 2008 e 2011 atuei na Zeferino. Esta é uma marca de sapatos femininos com sede na cidade de São Paulo, SP, e fábrica própria estabelecida em Novo Hamburgo, RS. Seus produtos possuem alto valor agregado e são direcionados a um público que consome sapatos tanto de marcas nacionais como de marcas internacionais.

A fábrica Zeferino é um espaço onde se constituiu um arranjo mecanizado para a produção de sapatos ao mesmo tempo que privilegia o uso de técnicas manufaturadas. A ideia é privilegiar o trabalho manual, os saberes e os modos de fazer dos (as) trabalhadores (as) no processo de fabricar sapatos.

Durante minha experiência como desenvolvedora de produtos nesta empresa vivi as tensões e conflitos que ali constituem o trabalho e os artefatos. Como havia me distanciado, voltei a aproximar-me, mas agora como pesquisadora buscando problematizar as tensões que marcam o trabalho cotidiano deste lugar.

A retomada da aproximação foi possível por meio de um convite que recebi da Zeferino para realizar uma assessoria de desenvolvimento de coleção durante o mês de Julho/2012. Este momento tornou-se uma oportunidade para que, ao juntar-me pontualmente à equipe, eu pudesse retomar o diálogo com as pessoas que se tornariam interlocutores (as) nesta pesquisa. Os encontros com as equipes de São Paulo, SP, e Novo Hamburgo, RS, foram instigantes e todos (as) se mostraram receptivos (as) a minha presença. Nestas oportunidades pude conversar com as pessoas que ali trabalham sobre a natureza da minha estada durante o mês de julho/2012, explicitando tanto ser uma assessoria pontual e específica, quanto uma chance de estabelecer as conexões necessárias para a realização da pesquisa.

Durante as experiências empíricas, por vezes, os (as) trabalhadores (as) num impulso reportavam-se à mim em busca de uma opinião para solucionar alguma questão a respeito do trabalho que executavam. Porém, quase no mesmo impulso se davam conta de que a minha função ali, agora,

era outra. Neste reencontro tivemos que reaprender a nos olhar e a nos ter por perto de outra maneira. Reaprendi a olhar para a fábrica Zeferino e para seus (uas) trabalhadores (as). Antes local e colegas de trabalho, agora lugar e sujeitos da pesquisa. Em contrapartida, os (as) trabalhadoras (es) também tiveram que reaprender a me olhar, agora como pesquisadora.

Os sujeitos da pesquisa são trabalhadores (as) que se tornaram meus (inhas) interlocutores (as). Na fábrica exercem atividades manuais como modelagem e montagem de sapatos. Os artefatos, produto do trabalho, também explicitam narrativas em sua materialidade, nas objetificações possíveis por meio das relações no trabalho. O objeto deste estudo foram os modos particulares de fazer sapatos constituídos por meio da participação dos (as) trabalhadores (as) da fábrica Zeferino.

Neste contexto, a pergunta que moveu a pesquisa foi como as tensões e conflitos presentes no trabalho constituem estes saberes e práticas da feitura de sapatos.

O principal objetivo configurou-se em mapear e interpretar as narrativas (verbais e objetualizadas) utilizadas nos processos de desenvolvimento destes artefatos, a fim de analisar as relações entre o trabalho dos (as) artífices, os modos de fazer e os artefatos.

Partindo deste propósito os objetivos específicos foram: 1. Descrever e analisar o processo de desenvolvimento de modelos, considerando o trabalho do estilista e dos modelistas. 2. Descrever os modos de fazer explicitando as maneiras pelas quais estes artífices realizam seu trabalho. 3. Apresentar os artefatos produzidos pela fábrica Zeferino explorando as relações entre sua materialidade e o trabalho dos (as) artífices.

Inicialmente, quando havia tomado a decisão de falar sobre sapatos não imaginava que iria pensar tanto nas mãos. Eu pensava que iria falar sobre pés. No entanto, outras formas de olhar para um artefato – as formas pelas quais o outro olha – nos ensinam e, por vezes, comovem. Assim, estou em diálogo com Corrêa (2008)<sup>1</sup> que me orienta e dá perspectiva ao meu olhar. Este texto foi escrito em constante troca com este autor a quem me filio nesta tarefa quando procuro vincular-me ao seu tema. Suas maneiras e posturas estão presentes neste documento, como o uso da primeira pessoa do singular e a escolha dos métodos de trabalho, por exemplo. Acheço-me às suas esperanças crendo que a partir das falas de pessoas e dos artefatos podemos tentar construir olhares que serão inexatos, movediços e, portanto, passíveis de interpretações variadas.

---

<sup>1</sup> CORRÊA, Ronaldo de O. **Narrativas sobre o processo de modernizar-se**: uma investigação sobre a economia política e simbólica do artesanato recente em Florianópolis, Santa Catarina, BR. 2008. 305 f. (Doutorado Ciências Humanas). Programa do Doutorado Interdisciplinar em Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

À luz da cultura material, as biografias dos objetos procuram compreender “os processos culturais que se imprimem no próprio perfazimento das coisas materiais e no seu uso, consumo, tudo imbricado” (BARBUY, 2009, p. 15). Assim, é possível afirmar que investigar as biografias dos objetos implica em sobreposições e câmbios entre artefatos, práticas culturais e sociais, não havendo dissociações possíveis.

Com a finalidade de localizar o uso dos procedimentos metodológicos que adotei vale ressaltar que, segundo Andrade (2008) a perfeição tem sido alvo corrente no processo de fabricação dos artefatos dentre as configurações fabris recentes, onde prevalecem procedimentos que buscam um grau de completude hermética capaz de evitar o quanto possível vestígios que revelem a presença dos corpos que executaram o trabalho.

Stallybrass (2012) esclarece que é por meio dos sinais de gasto marcados nos objetos que se transmite a presença. O autor se refere à roupa que, pelo uso, recebe a marca do corpo humano. Peço licença ao autor para me referir, ainda que em seus rastros, à marca anterior ao uso: a marca humana deixada no artefato pelo (e no) fazer. Nas imperfeições, nas assimetrias<sup>2</sup>, nas pequenas singularidades possíveis entre os artefatos de uma produção pode ser possível notar a presença daqueles (as) que o fizeram. A interferência dos corpos na feitura do sapato, no puxar o couro sobre a forma usando mais ou menos força, no determinar a posição das marcas naturais do couro e, portanto, no imprimir marcas na superfície do calçado.

Por meio de uma abordagem interpretativista tenho a intenção de acessar as negociações que constituem o trabalho e os artefatos na Zeferino, por meio de um tipo de interpretação que parte das coisas em direção aos seus significados. As estratégias iniciais para alcançar os objetivos propostos foram a pesquisa empírica, por meio da prática exploratória realizada na sede da empresa em São Paulo, SP, e na fábrica em Novo Hamburgo, RS, entrevistas narrativas, pesquisa documental e bibliográfica.

Por contar uma história recente alinho-me aos Estudos Culturais e privilegio o uso de entrevistas narrativas extensas, com base nas orientações da História Oral, como o procedimento primordial para a geração de documentos. Neste sentido, a entrevista não é uma técnica, mas uma postura metodológica e ética, um posicionamento e uma escolha. A História Oral, como postura metodológica, declara que uma história pode ser escrita a partir da fala de seus (uas) protagonistas, que

---

<sup>2</sup> Yohji Yamamoto afirma que para ele “a simetria é a perfeição. A perfeição não é humana. Dá medo.” (entrevista à *Liberation*, 23 out 1991, apud. OLIVEIRA; CASTILHO, 2008).

possivelmente nunca antes foram ouvidos (as). É uma modalidade de história que elege como coautor (a) aquele (a) que vivenciou e se permite ser escrita partindo da percepção e de memórias subterrâneas, clandestinas. Quer dizer, por meio das narrações das histórias, o rememorar o vivido não traduz necessariamente um fato tal qual ocorreu. Ali o sujeito está à certa distância do que experienciou, e assim produz um ato cognitivo sobre as situações vividas anteriormente. Como elucida Márcia Merlo

É esse o sentido de se trabalhar com as técnicas qualitativas em uma pesquisa que prioriza a memória. A busca não é da verdade ou das certezas, conforme o objetivado na formulação de leis gerais, mas a das lembranças, do vivido, do interpenetrado durante toda uma existência e que mostra na riqueza simbólica o sentido real e o imaginado do sujeito, que o faz autor de sua própria trajetória de vida (MERLO, 2010, p. 418).

Neste compasso o tempo não é necessariamente linear, nem busca um sentido evolutivo, cronológico, pois este tempo não flui uniformemente: “A memória é, sim, um trabalho sobre o tempo, mas sobre o tempo vivido, conotado pela cultura e pelo indivíduo” (BOSI, 2003, p. 53). No rememorar é estabelecido um sentido, como uma análise daquilo que foi um dia uma experiência. Este sentido é impregnado de presente, já que a lembrança não reside no passado, mas antes é constantemente processada, com memórias sobrepostas em fragmentos antes alterados. Nelas nunca estamos sós. As lembranças são relacionais, construídas a partir de experiências vividas em grupos sociais.

Assim, ao escolher esta postura metodológica, não tive como preocupação excessiva a comprovação objetiva de uma narrativa pela outra ou ainda por fontes escritas. Os fatos rememorados e narrados não foram comprometidos por eventuais contradições, esquecimentos ou os não-ditos (MENDES, 2005; MERLO, 2010). Antes, puderam compor visões e perspectivas de distintas experiências vividas, às vezes num mesmo espaço, num mesmo tempo.

Esta pesquisa encontrou em parte suas justificativas nas palavras Sennett quando afirma que, em grande medida, “o desenvolvimento de técnicas é algo sofisticado sem registro” (SENNETT, 2012a, p. 170). Importa então, catalogar, registrar, documentar em coleções os objetos como cultura material de um tempo. O mapeamento e o registro dos artefatos, dos modos de fazer e dos saberes podem ajudar a compor noções a respeito de como vivemos. De igual forma, uma vez que as mercadorias são resultado do trabalho humano, importa descrever as maneiras pelas quais este trabalho é feito a fim de explicitar o fazer humano nele contido.

Em particular, o registro destes processos de trabalho pode ampliar o questionamento de ideias hegemônicas sobre o capitalismo recente, ao demonstrar que “talvez não haja nenhum capitalismo, mas

apenas capitalismos” (MILLER, 2013, p. 17). Ao discutir diferentes estratégias para a produção de artefatos o presente texto pretende explicitar outros tipos de arranjos fabris.

O documento desta dissertação foi organizado da seguinte maneira: no capítulo 1 apresento o tema da pesquisa e explico o problema, os objetivos e justificativas, bem como os métodos que utilizei e as razões pelas quais tais métodos foram escolhidos.

No capítulo 2 apresento o lugar e os interlocutores deste estudo. Início pela gênese da marca, sigo pela história da fundação da fábrica Zeferino imbricada ao seu entorno, a saber, Novo Hamburgo, Rio Grande do Sul, e a constituição desta cidade em relação ao trabalho com o couro e a fabricação de calçados. Tais aspectos informam os motivos pelos quais a Zeferino escolheu instalar sua unidade fabril nesta cidade. Finalizo o capítulo apresentando os sujeitos deste estudo ao enunciá-los como artífices em uma narrativa que procura expor fragmentos de suas trajetórias biográficas e laborais.

Desta forma procurei compor um cenário para a apresentação dos artefatos da Zeferino que é o tema do capítulo 3. Tal capítulo tem o objetivo de evidenciar a centralidade do sapato de luxo na constituição da Zeferino e ressaltar que os artefatos têm uma biografia cultural no microcosmos da fábrica. Antecipei a apresentação dos artefatos aos modos de fazer para informar ao (à) leitor (a) sobre as características destes objetos e sobre alguns aspectos de sua circulação como, por exemplo, atributos, critérios de seleção de materiais e configuração de coleções.

Na sequência, o capítulo 4 descreve a trajetória dos modos de fazer e os procedimentos e materiais utilizados a partir da documentação dos processos de desenvolvimento dos modelos. Partindo destas descrições, tive o objetivo de analisar os processos problematizando suas reordenações e evidenciando as negociações realizadas entre os fazeres e saberes do estilista e dos modelistas para a constituição de seu trabalho.

Por fim, o capítulo 5 registra as considerações finais. Nele retomei os objetivos inicialmente propostos a fim de verificar se foram ou não alcançados e apontei possibilidades de continuidades de pesquisa a respeito dos desdobramentos ou aprofundamentos de temas que não foram esgotados neste estudo.

Quanto a análise, parti da noção de que na materialidade do objeto estão impressas, ou seladas, uma gama de informações passíveis de compreensão e de serem ativadas como enunciadoras de uma biografia. Assim penso ser possível realizar uma análise tomando as narrativas dos modelistas e do estilista sobre as formas pelas quais os modelos selecionados foram desenvolvidos e fabricados. Para Meneses (1998, p. 91)

A matéria-prima, seu processamento e técnicas de fabricação, bem como a morfologia do artefato, os sinais de uso, os indícios de diversas durações, e assim por diante, selam, no objeto, informações materialmente observáveis sobre a natureza e propriedade dos materiais, a especificidade do saber fazer envolvido e da divisão técnica do trabalho e suas condições operacionais e essenciais, os aspectos funcionais e semânticos – base empírica que justifica a inferência de dados essenciais sobre a organização econômica, social e simbólica da existência social e histórica do objeto.

Com isto tive a intenção de não apenas indicar a trajetória daqueles objetos, mas também de identificar as tensões e conflitos que constituem o trabalho do estilista e dos modelistas no contexto do desenvolvimento destes sapatos. Pois as coisas materiais, os artefatos, são entendidos como objetualizações que carregam em sua materialidade um tanto das percepções do grupo que o produziu, no qual circulou e o consumiu.

As mediações sociais permeiam a busca destes sentidos, pois não há como encontrar sentido nos objetos isolados. Meneses afirma que “nenhum atributo de sentido é imanente” (MENESES, 1998, p. 91), o que revela ser necessária a compreensão dos artefatos na sua interação social. Corrêa (2008) observa que empreendimentos como este seriam vistos por um tipo de “análise objetiva” como preocupações acerca de elementos externos às relações sociais, econômicas ou históricas, adequando-se mais a uma investigação catalográfica dada a vulgaridade dos objetos em questão. Mas continua o pensamento explicitando que realiza sua reflexão partindo da materialidade dos objetos com a intenção de expor os gestos/expressões que ficaram impressos por homens e mulheres naquelas objetualidades.

Neste contexto, a interpretação é entendida como acesso aos sentidos, aos significados corporificados, impostos aos corpos dos objetos. Logo, a análise foi construída a partir das narrativas dos artífices sobre o trabalho e os artefatos. Considerando a intenção de montar uma imagem do processo de desenvolvimento procurei justapor as etapas do trabalho dos sujeitos e identificar possíveis hiatos que o constituem. Tomando as narrativas do processo de desenvolvimento feitas pelos modelistas a partir dos artefatos tive a intenção de explorar os momentos de embates a fim de encontrar os sentidos que constituem o trabalho do estilista e dos modelistas. Entendo que tais negociações são próprias e particulares desta maneira de fazer sapatos, maneira esta constituída na fábrica como um microcosmos. Assim procurei identificar os momentos desta relação a partir dos quais poderiam surgir subordinações e resistências e analisar como o trabalho é constituído, descrevendo as negociações que ocorrem durante o processo da feitura dos artefatos.

Vale ressaltar que falar destas relações não tem o sentido de narrar polêmicas, mas sim de explicitar as negociações cotidianas, os processos de decisão, as dúvidas e tentativas nas maneiras de

fazer os artefatos. Esta ação anseia por demonstrar que os objetos não surgem espontaneamente e que os seus processos de desenvolvimento não são lineares ou sempre bem sucedidos. No entanto, não tive a intenção de sanar qualquer embate mas, antes, investigar como estes marcam ou constituem ali o trabalho, pois nestas tensões é que os (as) trabalhadores (as) da fábrica Zeferino constituem suas práticas. Portanto, é possível pensar que se tais embates fossem desfeitos o trabalho e os artefatos realizados nesta fábrica se constituiriam de outra maneira.

Importa dizer que questões de gênero perpassam ou permeiam continuamente as relações sociais, e certamente assim também o é nas relações entre os (as) trabalhadores (as) da Zeferino. No entanto, não era objetivo desta pesquisa problematizar tais questões, que podem vir a se configurar como tema de pesquisas futuras.

O tema da cultura material é fundamental no desenvolvimento deste estudo, pois “as pessoas podem aprender sobre si mesmas através das coisas que fazem” (SENNETT, 2012a, p. 18). Ao final é a minha esperança: aprender sobre fazer sapatos, sobre as pessoas que os fazem e assim aprender a fazer-me.



**ZEFERINO:  
FRAGMENTOS DE UMA HISTÓRIA RECENTE**

---

Foto: Richard Luiz/Montagem: Valéria Tessari

## 2 ZEFERINO: FRAGMENTOS DE UMA TRAJETÓRIA RECENTE

Este capítulo tem como objetivo apresentar o lugar e os sujeitos deste estudo, a saber, a fábrica Zeferino e os (as) trabalhadores (as) que foram meus (inhas) interlocutores (as). Para compor o cenário no qual a fábrica está inserida, inicio com uma apresentação breve e panorâmica das marcas de moda no Brasil, uma vez que algumas questões constituintes da empresa Zeferino estão mais relacionadas ao cenário das marcas de moda de metrópoles como São Paulo, SP, (e ao cenário econômico nacional), do que propriamente a uma história da fabricação de sapatos no país. Esta não pretende ser uma revisão histórica, mas uma narrativa pontual dos momentos que entendo como marcadores para a fundação da empresa.

Assim, demonstro as relações entre a intenção de criar uma marca nacional que viesse a ser referência de moda, a decisão pelo sapato como produto e os atributos que orientaram a formação da marca. Aponto também que este conjunto de elementos direcionou a empresa a estabelecer fábrica própria na cidade de Novo Hamburgo, RS, Brasil – lugar e referência no meio sapateiro. Traçado este caminho, finalmente apresento a fábrica e a trajetória do seu estabelecimento, bem como os (as) trabalhadores (as) interlocutores (as) por meio de seus relatos biográficos.

Para cumprir este propósito realizei investigações documentais e empíricas tanto na Zeferino em São Paulo, SP, como na fábrica em Novo Hamburgo, RS. Entrevistei aqueles (as) que se tornaram meus (inhas) interlocutores (as) a fim de aproximar-me do lugar da pesquisa e daquelas pessoas.

Ao fazer a opção pela entrevista narrativa busquei os (as) interlocutores (as) que poderiam informar-me, por meio de suas memórias, sobre os assuntos abordados neste estudo. O encadeamento das memórias dão a perspectiva do texto. Segundo Merlo (2010) é possível perceber que enquanto os acontecimentos rememorados são contados e ouvidos é que estão sendo tecidos. Sendo assim, não somente o que diz respeito à cultura daquele cosmos interessa, mas principalmente seus (uas) produtores (as), que se tornam interlocutores (as).

Para estabelecer o início da rede de interlocutores (as) entrevistei, durante o período de julho/2012, quatro pessoas que trabalham na Zeferino em São Paulo, SP. Foram eles Alfredo Mascarenhas (consultor de marketing e negócios de moda, trabalha na Zeferino em São Paulo desde o projeto de fundação da empresa), Marcela Padilha Siqueira (analista de produto, trabalha na empresa em São Paulo desde 2007 e já atuou em diferentes setores da Zeferino), Eduardo Rabinovich (fundador e proprietário, gerencia a empresa a partir de São Paulo) e Cristiano Rodriguez (diretor criativo/estilista,

trabalha na Zeferino em São Paulo desde 2006). A rede de interlocutores (as) foi construída ao longo da pesquisa. As pessoas que entrevistei em momentos posteriores serão apresentadas no decorrer do texto. No entanto, demonstro por meio da figura a seguir a configuração final da rede de interlocutores (as):

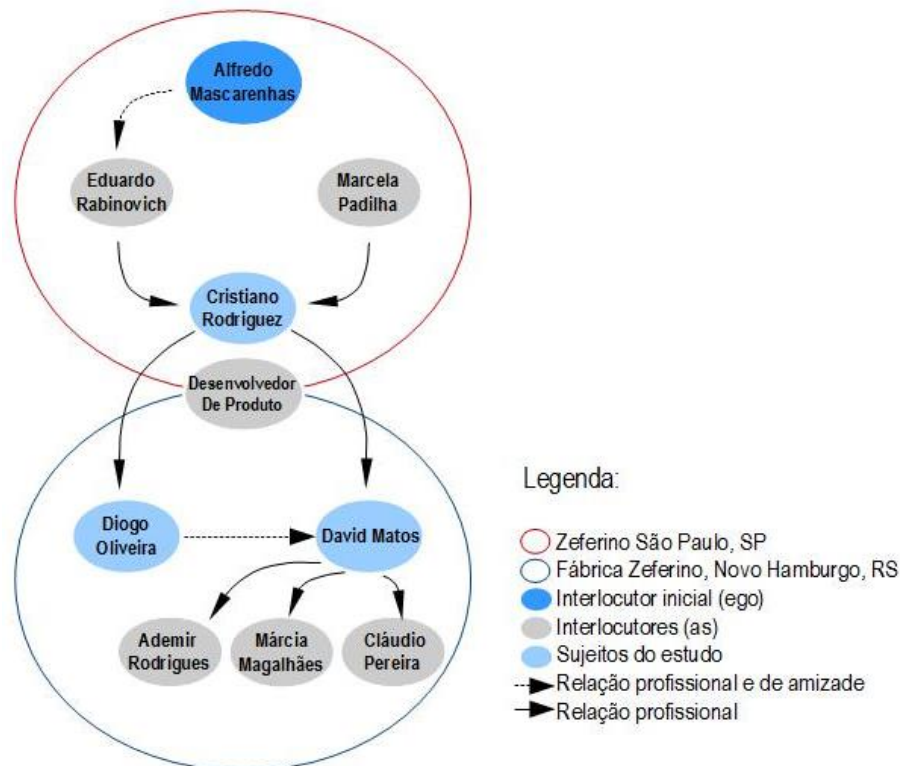


Figura 1 - Rede de interlocutores (as) da pesquisa. Fonte: Autoria própria.

As entrevistas que realizei durante a pesquisa exploratória tiveram o objetivo de reunir dados para situar o universo da pesquisa – a fábrica da Zeferino. Assim, realizei entrevistas informais, não padronizadas, que segundo Gil (2007) só se diferenciam de uma conversa simples “porque tem como objetivo básico a coleta de dados” (GIL, 2007, p. 119). Estas são adequadas às experiências exploratórias, já que têm a intenção de aproximar o (a) pesquisador (a) de detalhes do universo da pesquisa e fornecer condições para elaborar um problema a ser investigado.

Durante estes diálogos tive a chance de acessar informações que auxiliaram no desenvolvimento e esclarecimento de conceitos ou ideias sobre a pesquisa, aumentando minha experiência em torno da questão de investigação (TRIVINÕS, 2011). A escolha das pessoas ouvidas foi feita ao modo da seleção para entrevistas informais, o que Gil (2007) chama de “informantes-chaves”. Neste caso, considerei as pessoas escolhidas como “informantes-chaves” por possuírem notório conhecimento acerca dos temas pertinentes à pesquisa. Destaco a primeira destas entrevistas como um

relato do meu percurso de aprendizado. Nesta oportunidade Alfredo Mascarenhas narrou sobre o projeto e a gênese da empresa, processo do qual participou diretamente. Esta foi minha primeira experiência com entrevistas, um momento de aprendizado e adaptação. Como explica Duarte (2002)

Aprender a realizar entrevistas é algo que depende fundamentalmente da experiência no campo. Por mais que se saiba, hipoteticamente, aquilo que se está buscando, adquirir uma postura adequada à realização de entrevistas semiestruturadas, encontrar a melhor maneira de formular as perguntas, ser capaz de avaliar o grau de indução da resposta contido numa dada questão, ter algum controle das expressões corporais (evitando o máximo possível gestos de aprovação, rejeição, desconfiança, dúvida, entre outros), são competências que só se constroem na reflexão suscitada pelas leituras e pelo exercício de trabalhos dessa natureza (DUARTE, 2002, p. 146).

Os nomes dos (as) interlocutores (as) são reais, pois estes (as) não se opuseram à identificação. As conversas foram gravadas com o consentimento de cada participante e sua divulgação foi autorizada por meio de documento. As gravações foram feitas em equipamento *Ipod Nano* 8GB, gerando arquivos digitais de áudio do tipo MPEG-4. Tais arquivos foram armazenados em HD externo e estão sob minha guarda e disponíveis para consultas.

Quanto à organização e ao preparo do material para a análise, concordo com Bosi (2003, p. 49) quando afirma que “muito mais do que qualquer outra fonte, o depoimento oral ou escrito necessita esforço de sistematização e claras coordenadas interpretativas.” A sistematização que realizei nesta pesquisa é composta por: 1) Transcrição da entrevista no formato do protocolo específico para este tipo de material, escrevendo palavra por palavra e organização do texto em turnos numerados; 2) Descrição dos símbolos utilizados na transcrição, que se referem a elementos extra comunicativos (pausas, gestos, entre outros); 3) Catalogação em ficha específica para protocolo de entrevistas; 4) Elaboração do quadro descritivo, que consiste em uma organização por temas, a partir da leitura das entrevistas.

Realizei as transcrições em protocolo desenvolvido especificamente para este fim, com o registro de palavra por palavra e organizei a transcrição da entrevista em turnos, nos quais “E” (entrevistadora) indica as minhas falas e “DI” indica as falas de Diogo, por exemplo. O recurso de duas letras iniciais para indicar o nome do participante foi utilizado quando, no grupo formado pela rede de interlocutores (as), a letra inicial do nome se repetia, como é o caso de Diogo e David. No caso do nome de Eduardo, por exemplo, a letra inicial de seu nome coincidia com a letra inicial da palavra “entrevistador”, então indiquei seu nome por meio das letras “ED”. O protocolo apresenta uma breve legenda que indica o uso de determinados sinais para observações meta comunicativas.

O nome do arquivo que contém a entrevista transcrita foi construído da seguinte maneira: “Fragmento 1 - Fonte: EN ARQ03 (ED) ago/2012. Turnos 234-250”: “Fragmento 1”, fragmentos em ordem

numérica; nome do arquivo “EN ARQ03” (Entrevista arquivo 09); participante Eduardo (ED); a entrevista ocorreu em agosto de 2012. Também os turnos que compõem este fragmento estão no intervalo de 234 a 250 e estão identificados por “ED” (Eduardo) e “E” (Entrevistadora).

Os usos dos fragmentos foram feitos ao modo de documento e não como ilustração, pois os fragmentos narrativos

são um dispositivo metodológico para a análise de entrevistas narrativas. Através da apresentação completa dos fragmentos é possível não só utilizar seus conteúdos – como geralmente é feito por investigadores das ciências sociais e humanas, mas entender a coerência interna da narrativa imersa em um gênero discursivo. Esta estratégia pode ressaltar uma questão problematizada ou contradizê-la, cabendo ao pesquisador reconstruir sua rota de análise ou evidenciar a contradição (CORRÊA, 2008, p. 45).

A seguir apresento um cenário pontual no qual a marca Zeferino foi criada, considerando os caminhos apontados pelos (as) interlocutores (as) por meio de suas falas.

## 2.1 AS MARCAS DE MODA NO BRASIL: UM BREVE CENARIO

Com o objetivo de traçar um contexto mais imediato das marcas de moda nacionais, tomo como recorte aproximado as décadas de 1980 a 2000, destacando alguns acontecimentos que entendo como fundantes para a criação da empresa Zeferino.

Desde finais da década de 1970, os artefatos feitos em jeans azul (*denim* índigo *blue*<sup>3</sup>) se firmavam nos circuitos de produção, circulação e consumo nas grandes cidades brasileiras. Paulistanos fabricantes de roupas encontraram uma oportunidade de criar marcas, como por exemplo Zoomp e Fórum. O trabalho e a rivalidade destas duas marcas deslocou para a cidade de São Paulo, SP, as atenções que antes eram destinadas ao Rio de Janeiro, RJ, cidade historicamente constituída como palco principal dos circuitos da moda nacional (PRADO; BRAGA, 2011).

Como Prado e Braga (2011) argumentam, mesmo em um cenário econômico instável a circulação dos artefatos em jeans foi um dispositivo para certo impulso do setor têxtil, motivando a abertura de confecções de roupas em diversas regiões do país e dando origem à feiras comerciais no

---

<sup>3</sup> *Denim*: tecido de algodão com trama de sarja; índigo: referência à planta indiana da qual era extraído o corante azul; *blue*: azul (SABINO, 2006).

modelo FENIT<sup>4</sup>. Outra estratégia de impulsão foi a formação de grupos de moda para articular pequenos confeccionistas têxteis regionais. O modelo inicial dos grupos de moda foi estabelecido pelo Grupo Rio-Moda em 1978 no Rio de Janeiro, RJ. A partir deste muitos outros foram formados. Estes grupos empreendiam ações conjuntas para alcançar visibilidade, organizando desfiles e salões de venda e compartilhando os custos do investimento.

A articulação destes grupos contribuiu para o amadurecimento de alguns aspectos do cenário dos circuitos da moda nacional e construiu certos caminhos para que na década de 1990 fosse possível a abertura de cursos de graduação para formação acadêmica em design de moda<sup>5</sup> e a instituição de um calendário nacional para o setor têxtil. Estes dois aspectos foram fundamentais para o processo de profissionalização da moda no Brasil que, até então, vinha sendo entendida em grande medida como um cosmos inconstante, regido por disputas de egos<sup>6</sup>. Assim, nos primeiros anos da década de 2000

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).

A partir da década de 2000 o índice da consolidação das marcas era marcado pela regularidade de seus lançamentos sazonais realizados nos eventos oficiais do calendário nacional da moda, a saber, a Semana de Estilo Leslie (Rio de Janeiro, a partir de 1992), *Phytoervas Fashion* (São Paulo, a partir de 1994), Semana BarraShopping de Estilo (Rio de Janeiro, a partir de 1996), Semana de Moda/Casa dos Criadores (São Paulo, a partir de 1997), São Paulo *Fashion Week-SPFW*<sup>7</sup> (São Paulo, a partir de 2001), *Fashion Rio* (Rio de Janeiro, a partir de 2002) e *Rio Summer* (Rio de Janeiro, a partir de 2008). Marcas como Alexandre Herchcovitch, Ronaldo Fraga e Fause Hatén, são algumas das que, produzindo roupas,

<sup>4</sup> FENIT, Feira Nacional da Indústria Têxtil, criada em 1958 em São Paulo, SP. Relatos sobre esta história constam em PRADO; BRAGA (2011) e BONADIO (2005).

<sup>5</sup> Pires (2002) e Sanches (2006) discutem os currículos e os propósitos das graduações em design de moda no Brasil e problematizam a conformação dos cursos aos interesses exclusivos da indústria. Para consultas verificar PIRES, Dorotéia. B. A história dos cursos de design de moda no Brasil. **Revista Nexos: Estudos em Comunicação e Educação. Especial Moda.** São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, Ano VI, Nº 9, 2002; SANCHES, Lucinéia. **Os Moldes da Moda: Um estudo sobre o estado dos cursos de formação em moda no Brasil.** 2006. 121f. Dissertação – Universidade Regional de Blumenau. Blumenau/SC. 2006.

<sup>6</sup> Em um capítulo intitulado “A revolta das tesouras”, Prado e Braga (2011, p. 409) deixam esta ideia nítida.

<sup>7</sup> A São Paulo Fashion Week foi consolidada como o calendário referencial para o Brasil (PRADO e BRAGA, 2011, p. 570).

tiveram destaque nos circuitos de produção, circulação e consumo e contribuíram para a formação do cenário das marcas da moda nacional.

É notável que as marcas de moda, indústrias têxteis e calçadistas foram configuradas em grande medida pelas políticas econômicas nacionais deste período. Prado e Braga (2011) afirmam que certas medidas adotadas no ano de 1990 pelo governo federal, a saber, a abertura do mercado interno às importações e o confisco de poupança, foram especialmente dramáticas para o setor da moda. As barreiras protecionistas que impediam a entrada de artefatos importados foram anuladas repentinamente. Produtos importados de diversos tipos e preços dificultaram ou impossibilitaram a continuidade de algumas empresas do setor têxtil como a Fiorucci, por exemplo, que era uma marca italiana licenciada no Brasil (PRADO; BRAGA, 2011; SABINO, 2007).

Quanto ao confisco das poupanças, o setor - especialmente o do jeans - que havia “criado verdadeiras fortunas” (PRADO; BRAGA, 2011, p. 406) ficou sem reservas financeiras para investir ou mesmo manter-se. Ao passo que o país foi deixando de ser um lugar para produções em grandes escalas, alguns países asiáticos, principalmente a China, assumiram esta posição. Algumas marcas nacionais incorporaram capital de investidores ou venderam integralmente seus negócios. Tais medidas também envolveram empresas têxteis brasileiras<sup>8</sup> fornecedoras de matéria-prima (tecidos, aviamentos), pois artigos importados de preços mais baixos se mostraram mais competitivos.

A ideia de construir a Zeferino foi elaborada a partir deste cenário. Sua configuração está relacionada a diversos aspectos que envolvem o panorama da moda nacional e o econômico. Partindo disto, a próxima sessão buscará apresentar a trajetória desta construção.

## 2.2 ZEFERINO: UMA MARCA EM CONSTRUÇÃO

Eduardo Rabinovich, proprietário e gestor da Zeferino, havia trabalhado a vida toda na gestão da indústria têxtil Vicunha<sup>9</sup> criada por sua família. Quando seu pai decidiu vender o negócio, na primeira metade da década de 2000, Eduardo Rabinovich considerou que no Brasil não era mais tempo de investir

---

<sup>8</sup> A questão das indústrias têxteis nacionais em relação à abertura comercial ao mercado externo foi problematizada em trabalhos como em EMERY (2007) e LIMA (2006).

<sup>9</sup> A Vicunha Têxtil, indústria de grande porte, foi criada por Jacks Rabinovich, pai de Eduardo Rabinovich, em 1967. Atualmente a empresa emprega 8 mil trabalhadores (as) 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.

em indústrias de grande porte, entendendo que um espaço se abria para outros tipos de artefatos que não os fabricados em grande escala.

Inicialmente Eduardo Rabinovich não pensava em criar uma nova marca, mas sim em encontrar marcas nacionais nas quais investir tornando-se um gestor. Esta ideia surgiu durante sua experiência na Vicunha. Em depoimento, Eduardo Rabinovich 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). Sua intenção era, portanto, gerir marcas de moda no país a fim de dar início à formação de um núcleo, semelhante aos conglomerados de marcas de moda citados por Lipovetsky e Roux (2005) e Sorgen e Udale (2009), porém em menor escala. Este núcleo de marcas iria disputar o espaço até então ocupado hegemonicamente por marcas importadas.

Neste texto o conceito de marca está apoiado em Lipovetsky e Roux (2005) que o associa às tradicionais “casas de moda” francesas, referindo-se às marcas como instituições. Estes autores afirmam que nos dias recentes as casas de moda não se restringem a vender artefatos, mas também possibilidades de experiências de ser e que estas possibilidades são veiculadas por meio do marketing (discurso)<sup>10</sup>.

Eduardo Rabinovich informa que não foi possível encontrar uma marca junto a qual desenvolver suas ideias. Por este motivo decidiu construir um projeto novo. Para isto, convidou o amigo Alfredo Mascarenhas, consultor de marketing e negócios de moda, e Paulo Borges, idealizador do SPFW a fim de que ajudassem a pensar uma nova marca.



Figura 2 - Paulo Borges, Eduardo Rabinovich e Alfredo Mascarenhas. Fonte: Acervo digital Zeferino, 2009.

---

<sup>10</sup> Lipovetsky e Roux (2005) referem-se à marketing, enquanto Semprini (2006) pensa em discurso.



Alfredo Mascarenhas comenta que “nessa época então, nós nos reuníamos (...) num mezanino na Oscar Freire e não existia ainda uma ideia formada e dessas discussões começamos a falar o que que seria feito” (Alfredo Mascarenhas, entrevista, julho de 2012). No entanto, havia pontos de partida para a formação da marca. Eduardo Rabinovich comenta que desde o início havia uma direção de pensamento, que era fabricar “produtos de alto padrão (...) diferenciados, e criar uma marca (...) referência no mercado de alto padrão feminino” (Eduardo Rabinovich, entrevista, agosto de 2012).

A partir destas premissas o modelo de empresa que buscavam construir, em alguma medida, estava pautado por marcas como Prada, a qual Sorger e Udade (2009) definem como sendo uma super marca de moda, pois

são empresas globais. Elas têm imensos orçamentos de publicidade, lojas próprias e produzem seus próprios perfumes e acessórios. As super marcas também vendem e produzem diferentes linhas de produtos com seu nome. Elas desenham e produzem artigos de luxo do designer e promovem suas coleções na passarela durante os desfiles de *prêt-à-porter* (SORGER; UDALE, 2009, p. 112).

No entanto, Eduardo Rabinovich não desejava criar uma empresa de tamanho global, mas sim uma marca que pudesse se especializar em um tipo de produto. No decorrer da trajetória deveria agregar outros tipos de produtos, chegando um dia às passarelas. Além dos sapatos, a Zeferino iniciou o desenvolvimento de artefatos como bolsas e cintos, que são fabricados por empresas terceirizadas. O proprietário e gestor da Zeferino explica esta ideia no fragmento a seguir:

Fragmento 1

Fonte: EN ARQ03 (ED) ago/2012. Turnos 234-250

*ED. Então, bolsa é mais difícil, mas a gente (...) a gente gostaria é de poder crescer também nisso. Até um dia chegar em roupa.*

*E. Ahã!*

*ED. Mas para chegar em roupa você precisa estar fazendo bolsa, carteira, cinto (...)*

*E. Redondo, né?*

*ED. Bijuteria, perfume, óculos, para você poder chegar um dia em roupa, mas aquele basiquinho, só para dar uma (...)*

*E. Para ter um mix mais completo (...)*

*ED. É! Isso!*

*E. Que legal, assim, essa ideia permanece do início, né?*

*ED. Permanece do início (...)*

*E. Já desde o início, acho que tinha (...)*

*ED. Essa ideia permanece, agora (...) depende do mercado.*

*E. Ahã! Isso é espelhado (...) em uma marca de (...) fora.*

*ED. Todas as marcas de fora fazem isso. Na realidade o intuito é poder desfilarmos! Porque quando você desfila você, a visibilidade muda, né?*

*E. Ahã! Ah! Um dia você quer chegar em ter o desfile?*

*ED. É!*

*E. Que legal!*

*ED. É! Para você mudar de visibilidade e de patamar é só assim, num tem outro jeito!*

Ainda assim a ideia de não ter uma empresa global ou de grande porte moveu Eduardo Rabinovich na busca por construir a Zeferino sob outra concepção, formada por aspectos de empresas globais, porém de pequeno porte, uma vez que o proprietário tem noção do limite de crescimento possível de uma marca como esta no país.

A escolha do sapato como o produto primordial aconteceu por meio de uma junção de fatores. Enquanto os idealizadores da marca discutiam a respeito de sua constituição, Alfredo Mascarenhas apresentou à Eduardo Rabinovich uma fábrica de sapatos localizada em Novo Hamburgo, RS. Para eles, esta aproximação foi pertinente pois como a fábrica já estava em funcionamento a Zeferino poderia partir de um ponto mais avançado. Outro aspecto relevante é que esta fábrica produzia sapatos utilizando técnicas manufaturadas, o que favorecia a construção de uma marca como a Zeferino. Segundo Forty (2007) as indústrias com práticas mais próximas das artesanais adaptam-se “com mais facilidade a muitos designs diferentes do que as indústrias mecanizadas (...) em indústrias mais mecanizadas, a preparação de novas tinturas, modelos, matrizes e moldes” gera muitos custos e isto restringe a criação de artefatos muito variados (FORTY, 2007, p. 120). Sendo assim, a configuração da fábrica em questão potencializava as ideias iniciais sobre a marca Zeferino e o produto desejado, tais como alta qualidade, luxo e fabricação própria no Brasil.

Outro aspecto que fortaleceu a decisão por fabricar sapatos foi o conhecimento de que na área da confecção de roupas já haviam diversas marcas estabelecidas. Eduardo Rabinovich considera que havia mais espaço para inserir uma nova proposta de produto no cenário dos sapatos. Alfredo Mascarenhas concorda dizendo que por este motivo a Zeferino pôde buscar ser esse “núcleo de originalidade e de ser um intermédio entre o sapato brasileiro e o sapato internacional” (Alfredo Mascarenhas, entrevista, julho de 2012). Ao escolher o sapato como produto, os idealizadores da empresa pensaram nas possibilidades de novidade no cenário das marcas de sapatos no Brasil.

### 2.2.1 Um Novo Nome, uma Nova Visualidade

Durante o processo de constituição da empresa, a convite de Paulo Borges, a Agência Criativa O Estúdio, do Rio de Janeiro, RJ, elaborou os elementos que dariam visualidade à marca, bem como realizar um estudo para a seleção de um nome. A empresa desejava “um nome (...) que fosse, ao mesmo tempo internacional e altamente brasileiro (...) então, dentro de uma seleção enorme que nos foi apresentada, foi escolhido o nome Zeferino” (Alfredo Mascarenhas, entrevista, julho de 2012).

Inicialmente, as opiniões divergiam, mas o nome Zeferino foi preferido pela maioria e Eduardo Rabinovich o aprovou. Alfredo Mascarenhas foi um dos que tiveram dúvidas, mas afirma que depois de um tempo achou o nome muito apropriado como um sintetizador dos atributos da empresa “a tal ponto que achavam que Zeferino era um nome italiano, de uma marca italiana e não brasileira” (Alfredo Mascarenhas, entrevista, julho de 2012). Nesta fala, Alfredo Mascarenhas se refere ao nome de uma perspectiva que teve como ponto de partida uma ideia de associação com o Brasil, mas também a intenção de batizar a marca de sapatos de luxo associando-a às marcas de sapatos de luxo de tradição francesa e italiana. Eduardo Rabinovich associa o nome da marca ao “desejo de colocar no mercado matérias-primas de qualidade, primor no acabamento e inventividade na criação de moda” (Eduardo Rabinovich, entrevista, agosto de 2012). O que o gestor descreve são características próprias das marcas de luxo tradicionais, ou seja, uma tradição legitimada por uma qualidade única e pela criação, conforme é possível observar em Lipovetsky e Roux (2005).

A respeito deste processo de criação dos elementos visuais da marca, a agência O Estúdio registrou que “tudo foi pensado nos mínimos detalhes para que a marca apresente resultados inovadores, exclusivos e, portanto, especiais – da produção manual das peças, sua comunicação visual e o design das lojas, para de uma forma contemporânea trabalhar o luxo, aliado ao bem estar.”<sup>11</sup> Estes são alguns dos elementos visuais desenvolvidos pela agência:



Figura 3 – Logomarca Zeferino e estampa "bichinhos". Fonte: Acervo digital Zeferino.

<sup>11</sup> Disponível em [http://www.oestudio.com.br/creative\\_agency/selected\\_works/83](http://www.oestudio.com.br/creative_agency/selected_works/83), acesso em 06/07/2013, às 22:24h.

Estes são alguns exemplos de aplicação dos elementos desenvolvidos:



Figura 4 - Materiais personalizados da Zeferino. Fonte: Acervo digital Zeferino.

Não é meu objetivo realizar uma leitura dos significados contidos ou possíveis dos elementos das Figuras 3 e 4, mas apresentá-los e descrevê-los brevemente. Para a logomarca Zeferino a agência O Estúdio propôs o uso de uma fonte cursiva na cor preta, finalizando a escrita do nome com um detalhe rosa pink. A estampa base, que na Figura 3 está apresentada ao lado direito da logomarca, foi desenvolvida para ser usada inteira ou parcialmente nos diversos tipos de materiais impressos. Esta estampa é chamada pela Zeferino de “bichinhos” e contém elementos fantasiosos de flora e fauna, apontando o que Alfredo Mascarenhas chama de ludicidade e descontração. Alguns dos elementos que estão presentes nesta estampa são pássaros, tatus, sapo e porco-espinho representados calçando sapatos rosa pink, além de flores. Na sequência da imagem da logomarca estão exemplos de aplicação da estampa e da logomarca nos materiais impressos institucionais, como envelopes, pastas, caixa de sapatos e sacolas.

Uma noção de brasilidade será discutida na sequência, no entanto importa ressaltar neste momento que Alfredo Mascarenhas argumenta ao se referir à estampa de bichinhos que por meio deste

tipo de elemento a empresa busca trazer para a marca de luxo certa imagem descontraída associada pela Zeferino a um modo de ser brasileiro. Em entrevista o interlocutor afirma que “o luxo Zeferino ele é altamente contemporâneo, porque ele aliou uma imagem de altíssima qualidade com o lúdico, e daí a existência dos bichinhos e das bichinhas com os seus sapatinhos e tudo mais, dentro da imagem visual, pra se criar essa ligação entre aquilo que é bom, ou excelente, com uma forma relaxada de usar o excelente” (Alfredo Mascarenhas, entrevista, julho de 2012). Assim, a Zeferino procurou compor juntamente com o luxo contemporâneo um deslocamento do olhar: para o luxo e para o sapato de luxo feito no país.

Eduardo Rabinovich afirma que não há receita para formar uma empresa que reúne esferas tão distintas quanto estas, pois “(...) você não está construindo uma empresa comum, né? Não é um tipo de negócio que todo mundo faz. É uma coisa diferente, é um desafio mesmo (...) construir uma marca” (Eduardo Rabinovich, entrevista, agosto de 2012). Ele ainda argumenta que começar a fazer esta associação entre luxo, alta qualidade e produtos nacionais é um trabalho lento. Para Eduardo Rabinovich, quando a Zeferino foi criada não havia uma grife de sapatos femininos com tal perfil, logo os “consumidores ficaram desconfiados” ao se depararem com uma marca que tinha como proposta vender sapatos feitos à mão cujos preços estavam acima dos praticados pelas marcas nacionais de produção mecanizada. No entanto, Eduardo Rabinovich argumenta em entrevista à revista IstoÉDinheiro que este tipo de ação também pode ser entendido como estratégia para criar uma fissura na “hegemonia das grifes europeias no mercado de calçados femininos de alto padrão” (BORELLI, 2012) e assim apontar novas possibilidades que não aquelas que circulam a respeito das marcas feitas no país.

Neste sentido, determinados artefatos, como os produzidos a partir do que se compreende como artesanato por exemplo, questionam “a aparente homogeneidade do processo histórico do capitalismo e das suas formas de (re) produção” (CORRÊA, 2008, p. 21). Para este autor, mesmo que de maneira subterrânea, a participação do artesanato nos circuitos de circulação e consumo recentes tensiona a ideia de homogeneidade quando dá indícios de que as sociedades mantêm, muitas vezes num mesmo espaço e ao mesmo tempo, maneiras distintas de produzir, circular e consumir, que não somente àquelas tidas como hegemônicas. Considerando este pensamento, a Zeferino adotou como estratégia colocar-se em algum ponto entre o centro e a periferia do sistema capitalista recente, não podendo ser enquadrada como subterrânea, nem como uma marca que, por meio de suas práticas, alinha-se totalmente aos modos de produção entendidos como próprios e mais comuns de um capitalismo homogêneo. Esta questão será aprofundada na sequência, no capítulo 4. No momento, para aproximar o olhar das formas desta empresa constituir-se apresento na próxima sessão sua estrutura física e organizacional.

## 2.2.2 Estrutura Organizacional

A Zeferino foi fundada no ano de 2006 e seu projeto já apontava para uma empresa com crescimento planejado e delimitado. Eduardo Rabinovich diz que não pensa em ser grande, pois não deseja que a Zeferino seja uma empresa de capital intensivo. Para ele isto é parte do plano inicial, pois “a ideia de fazer um negócio ((com um)) produto com valor agregado mais alto é para ter um negócio menor mesmo! Um negócio que (...) sabia que o limite de crescimento é menor em relação a um negócio que (...) tem preço mais baixo e que você pode crescer muitas vezes” (Eduardo Rabinovich, entrevista, agosto de 2012). Desta forma, a empresa foi organizada em duas bases: São Paulo, SP, onde funciona a sede ou matriz e Novo Hamburgo, RS, a fábrica. Este é o organograma da estrutura sediada na capital paulista:

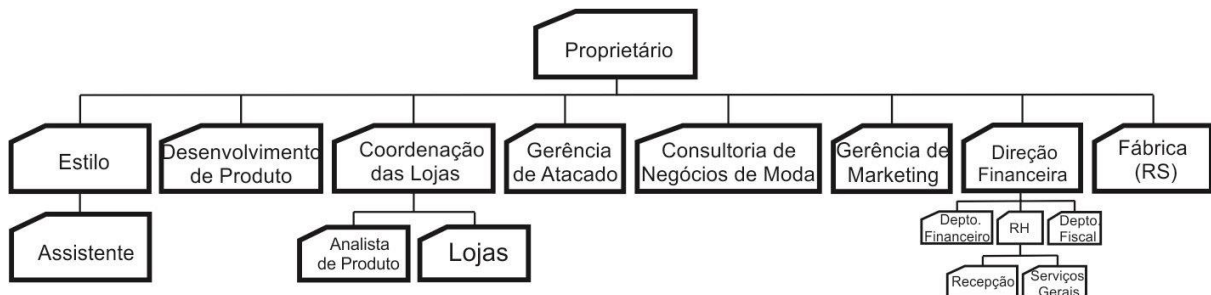


Figura 5 - Organograma da matriz Zeferino em São Paulo, SP. Fonte: Autoria própria.

A equipe de desenvolvimento dos sapatos é formada pelas áreas de estilo, desenvolvedor de produto ou DP e modelagem<sup>12</sup>, sendo estes alguns (as) dos (as) principais interlocutores (as) desta pesquisa. O estilista é responsável pela definição do tema, desenho dos croquis, organização da coleção, coordenação geral do processo de desenvolvimento e aprovação final dos modelos. O DP é responsável pela coordenação direta do processo de desenvolvimento de modelos, de matérias-primas e de componentes. É responsável também por elaborar a documentação do processo de desenvolvimento a partir do croqui. Os modelistas são responsáveis por fazer a modelagem (cabedais, solas, palmilhas,

<sup>12</sup> Em empresas maiores, estilo, produto e modelagem são departamentos separados e formados por muitas pessoas. Na Zeferino a formação é esta: 1 estilista/diretor criativo (São Paulo, SP), 1 desenvolvedor de produto, ou “produto” (São Paulo, SP, em constante deslocamento a Novo Hamburgo, RS) e 2 modelistas (Novo Hamburgo, RS). A partir deste momento utilizarei a abreviação “DP” para designar a área de desenvolvedor de produto, uma vez que na Zeferino esta área é chamada somente de “produto”. Logo, para não causar confusão nos sentidos de uso do termo durante o texto (produto/desenvolvimento de produto e produto/artefato) utilizarei a abreviação.

saltos), desenvolver os componentes e coordenar diretamente os (as) artífices na fabricação dos protótipos.

Como estratégia de distribuição a Zeferino optou por abrir três frentes de comercialização: lojas próprias, *corners* – que são como pequenas lojas próprias dentro do espaço de lojas multimarcas já estabelecidas – e venda no atacado. A cidade de São Paulo, SP, foi escolhida como o local para iniciar a abertura de lojas próprias. Isto ocorreu pelo fato de que a equipe idealizadora da marca tem maior conhecimento sobre o mercado e os consumidores nesta cidade. As duas primeiras lojas foram estabelecidas em endereços específicos, que serviram como legitimadores do posicionamento que a marca Zeferino buscava. Tais endereços estão localizados na rua Oscar Freire no bairro dos Jardins, reconhecida por reunir lojas e marcas de luxo nacionais e internacionais e no Shopping Iguatemi, empreendimento igualmente legitimado.

Como estratégia de expansão e divulgação da marca em outras cidades a Zeferino optou pela instalação de *corners*. Segue abaixo um quadro que apresenta a dinâmica das lojas e *corners* da marca:

<b>Cidade</b>	<b>Tipo</b>	<b>Local</b>	<b>Situação Atual</b>
São Paulo	Loja	Shopping Iguatemi	Desde 2006
São Paulo	Loja	Rua Oscar Freire	Desde 2006
Belo Horizonte	Corner	Loja M&Guia	Encerrado
Brasília	Corner	Loja Magrella	Encerrado
Curitiba	Corner	Bazaar Fashion	Encerrado
Brasília	Loja	Shopping Iguatemi	Encerrado
Campinas	Outlet	Outlet Premium	Desde 2009
São Paulo	Loja	Shopping Iguatemi JK	Desde 2012
Paris	Showroom Multimarcas	Showroom Multimarcas	Desde 2013
Site	Loja <i>on-line</i>	<a href="http://www.zeferino.com.br">www.zeferino.com.br</a>	Desde 2011

Quadro 1 - Circuito de distribuição Zeferino. Fonte: Autoria própria.

No que diz respeito à expansão da marca para outras cidades do país, Eduardo Rabinovich entende que cada cidade tem sua dinâmica particular, suas preferências de consumo. Cada cidade exige seleção específica dos produtos a serem oferecidos. O proprietário assume como uma estratégia para estas ações a mediação de pessoas que conheçam as cidades potenciais para a instalação de lojas Zeferino. Até o momento não existem lojas próprias estabelecidas fora da cidade de São Paulo, SP.

Os *corners* podem funcionar como uma apresentação ou teste da marca em diferentes cidades, e de acordo com os resultados destas aproximações, as lojas próprias podem ou não serem instaladas. A venda no atacado também é uma maneira de estar presente em diferentes cidades. Estas operações de venda no atacado são realizadas a partir da cidade de São Paulo, SP, nos chamados *showrooms* (salões de venda). São eventos que possuem uma administração própria e que reúnem em um mesmo espaço diversas marcas de todo o território nacional durante um período que varia entre uma e duas semanas. Nestes eventos as marcas atendem lojistas que compram itens das coleções ali apresentadas para revenderem em suas lojas. Estes salões de venda são organizados por coleção/estação, compreendendo primavera/verão e outono/inverno.

Já a viabilização da presença da marca na cidade de Paris, França, ocorreu por intermédio do consultor Alfredo Mascarenhas que mantém um trabalho de relacionamento comercial com empresas naquela cidade. A modalidade realizada nesta ocasião é a colocação de produtos da marca Zeferino em um salão de vendas multimarcas, que agrega produtos de diferentes lugares e/ou fabricantes. A Zeferino entende que estratégias como esta podem ser adequadas para a inserção da marca em novas cidades, pois conta com o conhecimento de pessoas locais.

Sendo esta a estrutura sediada na cidade de São Paulo, SP, na sessão seguinte apresento a organização da fábrica Zeferino, em Novo Hamburgo, RS.

### 2.3 LOCALIZANDO-SE NO SUL DO BRASIL

Início esta sessão apresentando os (as) interlocutores (as) cujas falas auxiliaram na montagem de um cenário dos motivos pelos quais a Zeferino decidiu estabelecer sua fábrica na cidade de Novo Hamburgo, RS. Integram esta rede de interlocutores (as) Diogo Terme de Oliveira, modelista, trabalha na fábrica da Zeferino em Novo Hamburgo desde 2006; David Paim de Matos, modelista na fábrica Zeferino desde 2008; Ademir Moiano Rodrigues, montador na fábrica Zeferino desde 2008; Márcia Magalhães, ex-chefe da costura, trabalhou na fábrica Zeferino entre 2007 e 2012; Cláudio Pereira, desenvolvedor e comprador de couros na fábrica Zeferino desde 2010 e finalmente Ida Helena Thön, coordenadora do Museu Nacional do Calçado em Novo Hamburgo, RS.

Para problematizar a decisão da localização desta fábrica é importante esclarecer que existem dois principais polos sapateiros no país: Novo Hamburgo, RS e Franca, SP. Ainda que Franca esteja mais próxima dos grandes centros consumidores e exportadores de moda, como São Paulo, o “Sul”



tornou-se referência no meio sapateiro. Entre estes dois polos existe uma diferença fundamental: o primeiro se especializou na fabricação de calçados femininos, enquanto o segundo na fabricação de calçados masculinos. Por isso, apesar de Franca estar a 398 quilômetros de São Paulo, e Novo Hamburgo a 1.063 quilômetros, esta última se apresentou mais próxima da proposta de produtos que a Zeferino pretendia fabricar.

Novo Hamburgo, uma das principais cidades da região do Vale dos Sinos, possui aproximadamente 240 mil habitantes e está localizada a 40 quilômetros de Porto Alegre<sup>13</sup>. Por meio do mapa a seguir é possível ter uma noção de sua localização:

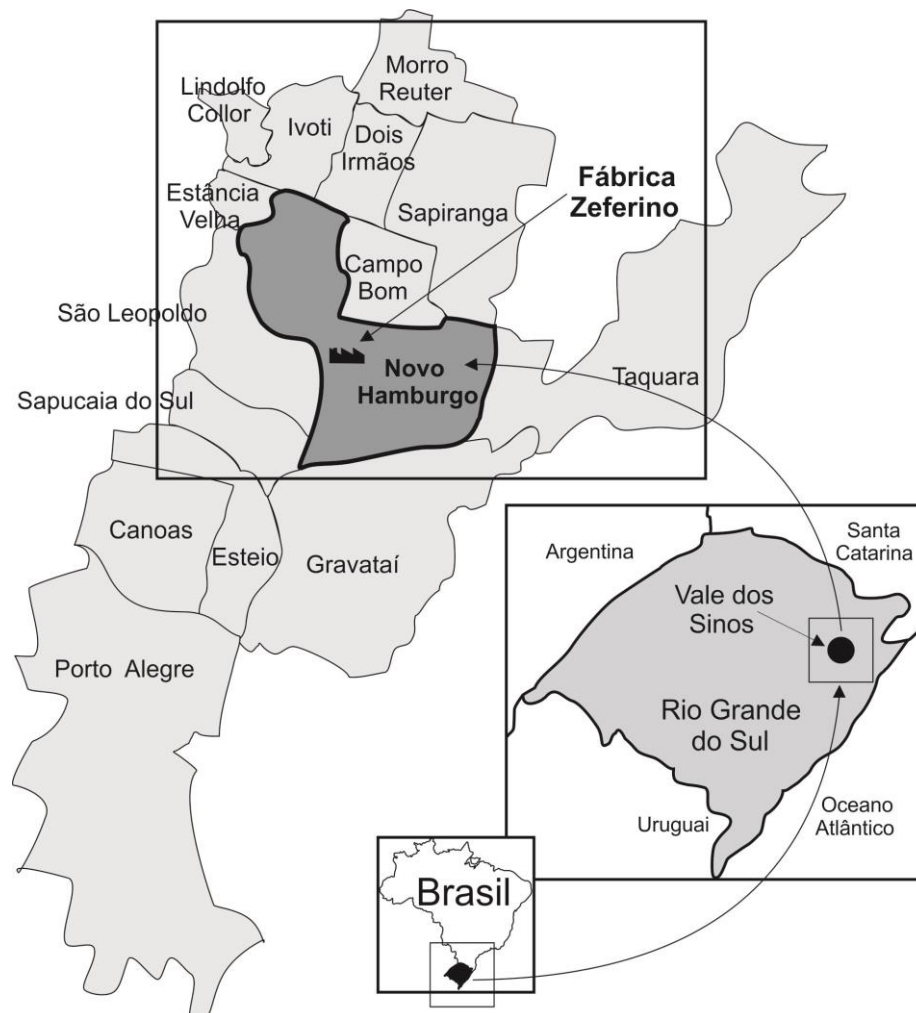


Figura 6 - Mapa da localização de Novo Hamburgo, Vale dos Sinos, Rio Grande do Sul, Brasil.  
Fonte: Autoria própria.

<sup>13</sup> Dados disponíveis em <http://www.novohamburgo.rs.gov.br>. Acesso: 29 abr. 2013, 10:55.

Para Carneiro (1986) a cidade mostrou sua habilidade para trabalhar o couro devido à “herança preciosa” 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 montaria<sup>14</sup> – a selaria – foram os primeiros artefatos produzidos artesanalmente nas pequenas oficinas, seguidos de objetos como botas e sapatos para uso pessoal. No entanto, Leopoldo Petry (1959) registra que atividades relacionadas ao couro já existiam na região mesmo antes da imigração oficial<sup>15</sup>. Cita Nicolau Becker, vindo da Alemanha em 1797, como o primeiro a estabelecer curtume e selaria em Hamburgo Velho, RS<sup>16</sup>.

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 incentivaram a instalação de indústrias. Parte dos calçados confeccionados de forma artesanal e familiar passou lentamente a ser feita em pequenas fábricas. Contudo, Carneiro (1986) enfatiza o caráter artesanal destas fábricas que dependiam em grande parte do trabalho de artesãos (ãs), utilizando poucas máquinas, muitas delas 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” (SCHEMES; PRODANOV; THÖN; MARTINS, 2005, p. 17). O modo de produção de Adams era considerado distinto dos demais fabricantes pelo uso intensivo de máquinas. Ele entendia o uso de máquinas como uma forma de dar destaque ao seu produto.

---

<sup>14</sup> Para Lúcia 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).

<sup>15</sup> A imigração oficial (1824) fazia parte de um projeto do Governo Imperial que tinha o objetivo de povoar as regiões de fronteira em constante conflito com os habitantes do Prata. A estratégia era conceder pequenos lotes de terra para o cultivo da agricultura (Fundação Cultural de Campo Bom, 2011).

<sup>16</sup> 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.



Figura 7 - Fábrica de Pedro Adams, início do século 20. Fonte: SCHEMES; PRODANOV; THÖN; MARTINS (2005).

Apesar de haver uma histórica admiração por parte de certos produtores da região pelas máquinas<sup>17</sup>, Carneiro (1986) informa que as indústrias calçadistas de Novo Hamburgo, RS, sempre estiveram um passo atrás das paulistas localizadas em Franca, SP. Com menor capacidade de investimento os gaúchos usavam mais intensivamente a mão-de-obra, resultando em artefatos fabricados de forma mais artesanal que os fabricados em Franca. Concorre para esta ideia o sapato ser um artefato com muitas operações (modelagem, corte, chanfração, preparação, costura, montagem, colocação de sola e salto, acabamento e limpeza), além das variações de formas, saltos e modelos. Houve um esforço de adaptação de diferentes máquinas para mecanizar as etapas de trabalho, o que Eduardo Motta (2004) indica que era feito enfatizando questões de produção e desempenho. Porém, nem todas as etapas da produção de calçados puderam ser mecanizadas e a mão-de-obra artesanal continuou sendo importante no setor. Segundo o entendimento de Carneiro (1986) esta condição mais artesanal de fabricar sapatos foi o motivo da especialização de Novo Hamburgo, RS, na feitura de sapatos femininos. A autora argumenta que

o trabalho mais artesanal da indústria gaúcha (...) atendia ao interesse de ao menos uma faixa de consumidores, que consideravam o artesanal como sinônimo de qualidade; e lhe permitia acompanhar com relativa facilidade as mudanças da moda. Essas características (...) estavam muito presentes em determinada linha de calçados: os calçados femininos (CARNEIRO, 1986, p. 113).

<sup>17</sup> MARTINS (2011) argumenta que as fábricas de calçados de Novo Hamburgo, RS, buscavam na medida do possível mecanizar-se.

Ida Helena Thön, coordenadora do Museu Nacional do Calçado (Novo Hamburgo, RS), afirma em entrevista que esta especialização teve outro motivo central: Pedro Adams Filho que era o principal fabricante da região havia se especializado na fabricação de sapatos masculinos. O empresário mantinha uma relação de respeito com seus (as) funcionários (as) e estes (as), por sua vez, o tinham em alta conta. Quando alguns (as) destes (as) trabalhadores (as) perceberam que haviam aprendido o ofício, partiram para fundar suas próprias fábricas. No entanto, não querendo afrontar o antigo patrão, decidiram fabricar sapatos femininos, que não concorriam com os fabricados por Adams.

Completando este cenário, Schemes (2006) registra que outros empreendedores do ramo sapateiro e contemporâneos de Pedro Adams Filho foram Arthur Haas, que em 1895 estabeleceu em Novo Hamburgo, RS, uma pequena fábrica para produzir carteiras de couro chamada Arthur Haas & Cia. Mais tarde expandiu seu trabalho para frascadeiras, bolsas e malas, chegando a fabricar sapatos a partir de 1926. Augusto Jung estabeleceu em Novo Hamburgo, RS, no ano de 1892 o primeiro comércio de chinélos, uma fábrica de calçados e um curtume. Atendia a região até Porto Alegre e seus produtos tinham reconhecida qualidade.

A indústria calçadista de Novo Hamburgo, RS, foi se estabelecendo entre momentos de euforia e depressão. Cláudio Pereira, desenvolvedor de couros da fábrica Zeferino, descreve estas alternâncias como um movimento cíclico:

(...) eu noto assim, mais ou menos, dá a impressão que de cada 8, 10 anos dá uma peneirada cada vez mais, e o que que está acontecendo? As grandes fábricas estão diminuindo. A tendência hoje já são as pequenas e médias. Não é mais as grandes fábricas. Porque hoje não se tem mais grandes quantidades (Cláudio Pereira, entrevista, abril de 2013).

Nesta trajetória não-linear, 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 Cláudio Strassburguer, pioneiro na atividade da exportação – concretizou 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” (SCHEMES, PRODANOV, THÖN, MARTINS, 2005, p. 190). Na década de 1970 o calçado de Novo Hamburgo, RS, e região alcançou a posição de setor de maior importância nas exportações brasileiras. Este movimento gerou esforços de adaptação tecnológica, tanto com relação ao maquinário, quanto aos processos de fabricação e de comercialização.

Ida Helena Thön 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 Helena Thön, entrevista, abril de 2013). Como os empregos diretos eram abundantes, homens e mulheres de outras regiões do país foram para ali atraídos (as). 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 a partir de 1990, época do governo de Fernando Collor de Melo<sup>18</sup>. Com a abertura, o mercado que o Brasil havia conquistado, antes prevalentemente da Itália foi, então, tomado pela China (Ida Thön, entrevista, abril de 2013). Houve migração de grandes empresas da região para os países asiáticos, além do encerramento de empresas menores. Cláudio Pereira também vivenciou estas experiências e explica como percebe a recente alteração na economia desta região:

Fragmento 2

Fonte: EN ARQ12 (CL) abr/2013. Turnos 96-104; 106; 119-120

CL. (...) hoje as empresas não são mais de produzir 20, 30 mil pares do mesmo modelo, da mesma cor.

E. houve uma época em que as fábricas daqui fabricavam (...)

CL. Trabalhavam o ano inteiro com o mesmo modelo e com o mesmo (...) Mas isso foi naquela época ali de 70, 80 ((1970, 1980)) quando se tinha (...)

E. (...) uma fábrica grande daqui que fabricasse o mesmo modelo tirava quantos pares por dia?

CL. Ah, na época fazia assim, 4, 5 ((mil pares por dia)). Na época do Andreas, que eu trabalhei no Andreas, que foi de (...) 2004 a 2007, nós fazíamos 15 mil pares por dia. Tinha-se 8 fábricas!

E. Tudo aqui na região?

CL. Ah, era na região ali (...) do Taquari ali. Tinha Cruzeiro, tinha Lajeado, tinha Forquetinha (...)

E. Ahã.

CL. E daí nós tínhamos mais 3 na Bahia já.

(...)

CL. É. E daí o que que aconteceu? Começou fechando primeiro a de Lajeado, depois fechou a de Cruzeiro, fechou a de, Forquetinha foi a última que fechou (...) Fechou também, e aí eles levaram isso aí, hoje eles fazem só lá na Bahia.

E. Ahã. E mantém até hoje daí?

CL. Mantém, tem empresas maiores que estão, que já foram para fora do país, deu errado em alguns lugares. Que nem tem uns que foram à Nicarágua, o caso do Schmidt Imãos. Foi à Nicarágua, foi lá, montou fábrica e não encontrou mão-de-obra qualificada. Voltou. Paquetá também está na Nicarágua e está na (...) República Dominicana! Também eles estão na República Dominicana. Mas já tem uma sinalização de que não estão dando certo lá e talvez vão voltar para produzir aqui de novo. Sabe?

<sup>18</sup> Ida Helena Thön se refere ao Plano Brasil Novo que abriu o mercado interno às importações e confiscou poupanças privadas. Os autores PRADO; BRAGA (2011, p. 540) relatam aspectos do impacto deste evento sobre empresas do ramo do vestuário e calçados no Brasil.

A cidade convive hoje com restrições no setor de fabricação de calçados e curtumes, que segundo Carneiro (1986) chegou a empregar 80% dos moradores do município. Algumas empresas continuaram na cidade, porém com número de empregados reduzidos, sendo as cooperativas de trabalho uma das alternativas encontradas. Segundo Lima (2008), estas foram alternativas pragmáticas encontradas pelos (as) trabalhadores (as) 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 fábrica Zeferino. Este é o assunto abordado na próxima sessão.

## 2.4 A FÁBRICA ZEFERINO

O processo de instalação da fábrica Zeferino na cidade de Novo Hamburgo, RS, teve início em 2006 quando, ainda em São Paulo, SP, Eduardo Rabinovich foi apresentado a Jorge Guimarães, na época proprietário desta fábrica. Jorge Guimarães é um paulistano experiente na gestão de fábricas de sapatos nesta cidade gaúcha.

A fábrica em questão já estava instalada na cidade há muitos anos e possuía consideráveis conhecimentos sobre fabricação de calçados femininos em couro mesclando, em alguma medida, técnicas manufaturadas e mecanizadas.

Segundo Alfredo Mascarenhas, tal fábrica 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). Diante da configuração favorável aos propósitos e características da Zeferino, Eduardo Rabinovich comprou a fábrica, que está localizada no bairro Rincão, à Rua Nepal, nº 41. As figuras seguintes apresentam sua localização e fachada:



as funções de Jorge Guimarães, incluindo um gestor para a unidade fabril com conhecimentos sobre a fabricação de calçados e um desenvolvedor de produtos e de couros, e a partir de então o organograma da fábrica ficou configurado da seguinte maneira:

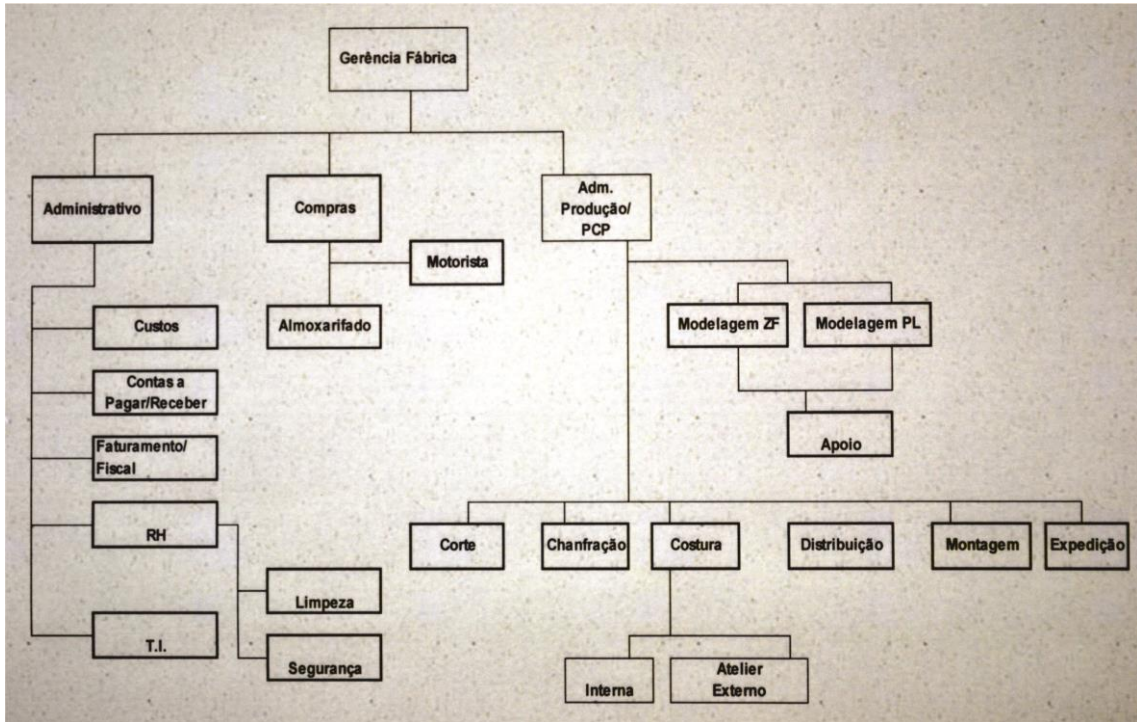


Figura 10 - Organograma da fábrica Zeferino. Fonte: Foto de autoria própria.

Em segundo lugar, até 2006 o trabalho da fábrica consistia em desenvolver modelos de calçados para terceiros, que eram marcas nacionais que não possuíam fábrica própria e encomendavam modelos para serem desenvolvidos e produzidos nesta fábrica. Outro aspecto é que até aquele momento esta fábrica fazia parcerias com outras fábricas para a produção de determinados tipos de calçados nos quais não era especialista, como botas, por exemplo. A partir do projeto Zeferino a fábrica deveria passar a produzir modelos originais desenhados pelo estilista da marca, bem como era desejável que se preparasse para a fabricação de todos os tipos de calçados.

Estas novas orientações solicitaram certas adaptações como, por exemplo, encontrar maneiras de desenvolver modelos a partir de croquis, não mais tendo como ponto de partida um modelo previamente desenvolvido por outra empresa. Por motivos como este Cristiano Rodriguez, estilista da Zeferino, argumenta que houve um longo processo de trabalho e adaptação entre a fábrica e o estilista afirmando que “isso tem que ir (...) treinando, tem que ir construindo! (...) Porque, você tem que, na verdade você tem que ir lapidando! (...) Porque nós temos ótimos profissionais, mas você tem que ir lapidando para chegar na qualidade que nós temos hoje” (Cristiano Rodriguez, entrevista, agosto de



2012). Logo, apesar da fábrica já existir há alguns anos e produzir sapatos utilizando técnicas manufaturadas foi necessário um período de adaptação para que fosse possível produzir os artefatos idealizados inicialmente pela marca.

A partir de maio de 2008 estas ações já estavam completadas e Jorge Guimarães efetivou seu desligamento. Nesta ocasião a fábrica contava com 47 trabalhadores (as) distribuídos (as) em 1.138 m<sup>2</sup> entre galpão, escritório e almoxarifado. Atualmente, a fábrica conta com 34 trabalhadores (as), sendo 19 na produção, 2 no almoxarifado, 2 na modelagem, 1 nos serviços gerais, 8 no escritório, 1 nos serviços externos e 1 na gerência da unidade.

A seguir apresento alguns aspectos dos fornecedores das matérias-primas utilizadas pela fábrica Zeferino.

#### 2.4.1 Fornecedores (as)

A região do Vale dos Sinos, RS, desenvolveu-se em grande medida a partir do trabalho relacionado ao couro e à fabricação de calçados. É possível notar que na cidade de Novo Hamburgo as empresas, indústrias e comércios em geral atuam neste campo de trabalho. Este tipo de configuração facilita o acesso dos fabricantes de calçados da cidade e região aos componentes necessários para a produção de sapatos, evitando a dependência de fornecedores (as) mais distantes. Por meio da figura a seguir apresento algumas imagens feitas por mim das ruas Victor Hugo Kunz e Pedro Adams Filho, localizadas na cidade de Novo Hamburgo:



Figura 11 - Empresas de componentes diversos para calçados em Novo Hamburgo, RS. Fonte: Fotos de autoria própria.

A rede de fornecedores (as) da fábrica é composta por diversos fabricantes de todos os tipos de componentes para a produção do calçado. Considerando a configuração do Vale dos Sinos como polo calçadista as empresas que fornecem os componentes estão localizadas tanto na cidade de Novo Hamburgo, RS, como nos arredores. A figura a seguir aponta a localização de alguns (as) dos (as) principais fornecedores (as) da fábrica, identificados por ramo de atividade:

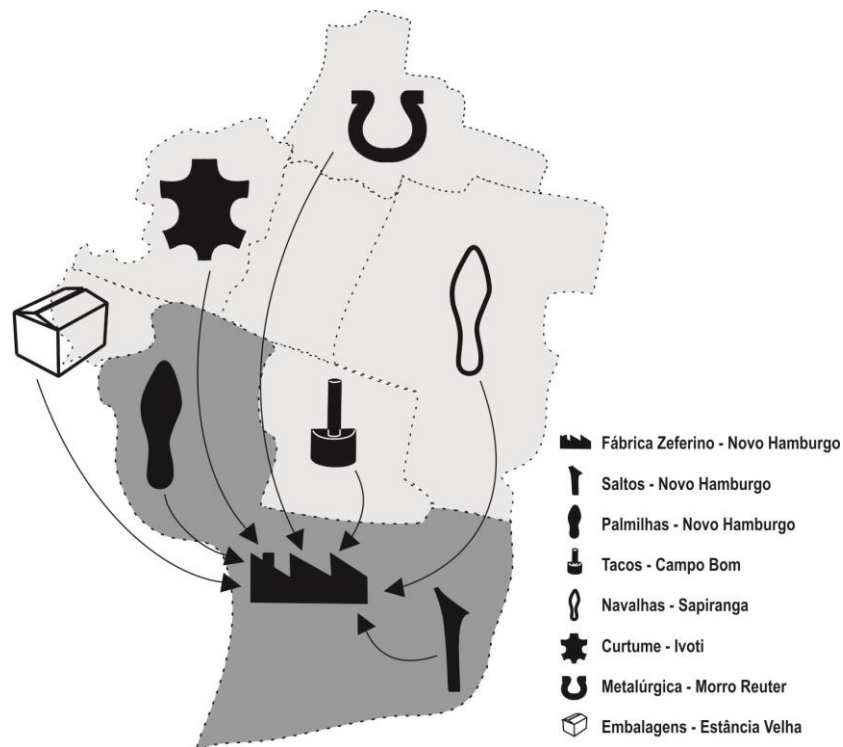


Figura 12 - Mapa da localização de alguns fornecedores. Fonte: Autoria própria.

A fábrica Zeferino possui uma rede restrita de fornecedores (as). Segundo os trabalhadores de compras e da modelagem, profissionais que se relacionam diariamente com os (as) fornecedores (as), é necessário cultivar um relacionamento com cada um (a) deles (as). Este relacionamento é importante devido às quantidades de produção da fábrica Zeferino. Enquanto outras fábricas produzem até 30 ou 40 mil pares/dia, esta produz até 120 pares/dia. Em uma região voltada para a produção em grande escala esta diferença pode dificultar o andamento do trabalho cotidiano.

Normalmente são os (as) fornecedores (as) que circulam entre as cidades do Vale dos Sinos a fim de preparar os componentes e entregá-los prontos aos clientes, da mesma forma que tomam as iniciativas de contato para cultivo dos relacionamentos entre fornecedor (a) e cliente. No caso da fábrica Zeferino, em certa medida, é a própria fábrica que toma as iniciativas de cultivo dos relacionamentos, bem como faz grande parte do trabalho de desenvolvimento circulando entre as cidades do Vale dos

Sinos. Esta é uma estratégia para, mesmo sendo uma fábrica pequena, conseguir acessar componentes e matérias-primas variadas e na qualidade desejada.

Outra estratégia para viabilizar as negociações de compra e/ou desenvolvimento de componentes em menor escala é o pagamento de valores mais altos. Segundo David Paim de Matos, os fornecedores praticam com a Zeferino um preço maior do que o praticado com os outros clientes, por concordarem em fabricar em menor quantidade componentes exclusivos da Zeferino, como as solas por exemplo. David Paim de Matos e Diogo Terme de Oliveira nos informam sobre estas práticas no fragmento a seguir:

Fragmento 3

Fonte: EN ARQ09 (DA; DI) abr/2013. Turnos 1383-1384; 1386; 1391-1395; 1397

*DA. A gente sabe que os nossos, o nosso trabalho é melhor. E eles também tentam, mesmo quem não consegue tenta. Mas o que acontece? Eles vão produzir essa sola aqui para nós. Para nós, a gente vai ter agora, juntando todos os modelos 300 pares da ((construção<sup>19</sup>)) Martinica. Daí ele foi lá e produziu 300 pares. Isso aí ele fez em 2 dias! Daí chega um outro ((cliente)) lá com 3 mil pares, só que daqui a 3 dias vem uma reordem ((da fábrica Zeferino)) de 100 pares. Ele (...) está fazendo 3 mil pares do outro! Já era para ter produzido o nosso, mas tem mais 100 pares! Ele tem que fazer. “Faço!” Só que vai ter que botar um custo em cima (...) por causa da quantidade!*

*DI. Queira ou não ele também está perdendo dinheiro, porque ele está parando as máquinas, trocando matriz o que for que seja, um gabarito.*

*(...)*

*DI. Está todo mundo arrumado lá para produzir os 3 mil (...)*

*(...)*

*E. Os valores se equiparam porque ele cobra mais para fazer o nosso?*

*DA. Exatamente. Eu num sei quanto (...)*

*DI. Esses 300 pares é otimista, né David? Porque na verdade,*

*DA. É muito menos que isso.*

*DI. É muito menos que isso. São 300 pares em várias construções, né?*

*DA. E não a mesma cor, e não a mesma beira Daí tu vais ver ele tem um trabalho muito grande para conseguir fazer o nosso trabalho!*

De maneira similar, a compra de couros também acontece em meio a esta situação. Cláudio Pereira, desenvolvedor e comprador de couros da fábrica Zeferino, explica que parte dos curtumes da região de Novo Hamburgo se adaptou ou criou políticas para atender fábricas de menor escala. No entanto, estas políticas também implicam em maiores preços, pois o curtume “faz pequenas quantidades para ti. Não tem problema. O que eu fizer de 1 metro a 30 metros é 50% a mais no valor do artigo. O que eu fizer de 30 a 50 metros é 30% mais caro o artigo. Aí que eu fizer acima de 50 metros daí é preço normal!” (Cláudio Pereira, entrevista, abril de 2013).

<sup>19</sup> Aqui a palavra “construção” é utilizada conforme o sentido atribuído pela Zeferino como um conjunto fixo de componentes que formam uma estrutura básica sobre o qual o modelo é desenvolvido. Ver a Figura 44 neste documento.

As falas tanto dos modelistas como do comprador de couros da fábrica apontam para uma prática corrente na região, por meio da qual os fabricantes de componentes buscam se adaptar aos fabricantes de calçados em pequena escala mediante o aumento de preços. Esta prática abrange itens desenvolvidos sob as especificações da fábrica Zeferino, como é o caso das solas, mas também abrange a compra de elementos prontos, como é o caso de alguns couros.

A seleção de fornecedores também está relacionada à qualidade das matérias-primas e à disposição para desenvolvimentos personalizados. Neste cenário, a cooperação<sup>20</sup> entre a fábrica Zeferino e os fornecedores é uma estratégia para que as negociações em curso tragam benefícios para ambos os lados. Este sentido de cooperação<sup>21</sup> também pode acontecer entre os (as) fornecedores (as) nas ocasiões de ajuda mútua para acessar determinados tipos de matérias-primas como, por exemplo, o couro em épocas de queda de oferta. A cooperação é uma habilidade importante para o andamento do trabalho em uma fábrica como a Zeferino, tanto entre a fábrica e os (as) fornecedores (as), quanto entre os seus (uas) trabalhadores (as). A sessão seguinte apresentará os (as) trabalhadores (as) interlocutores (as), e portanto coautores (as), deste texto.

## 2.5 ARTÍFICES

Como fechamento deste capítulo, apresento as biografias dos (as) trabalhadores (as) que, somadas, formam a Zeferino. São os (as) artesãos (ãs), ou artífices, os (as) protagonistas desta trajetória. Esta apresentação tem como objetivo trazer estas pessoas para perto, conferindo-lhes nitidez e nuances, a fim de permitir percebê-los (as) de maneira dinâmica e não estereotipada.

Por meio de seus corpos, saberes e modos particulares de fazer é que é possível objetualizar ideias. Digo isto porque é também no fazer que os artefatos da Zeferino são concebidos, pensados, inventados. Neste contexto quando perguntei “como fazer?” só encontrei a resposta no processo do fazer e não antes.

Cristiano Rodriguez, estilista da Zeferino, afirma que “a filosofia da empresa é o coletivo. A Zeferino é feita de pessoas” (ZEFERINO, 2011, p. 13). Mais do que uma expressão, entendo esta como

---

<sup>20</sup> Utilizo o conceito de cooperação de Sennett (2012b).

<sup>21</sup> A cooperação entre fornecedores das indústrias calçadistas na região em questão foi problematizada por PUFFAL, Daniel P. **Cooperação na indústria de componentes para calçados do Vale do Rio dos Sinos**. 2005. 158 f. (Mestrado em Administração). Pós-graduação em Administração, Universidade do Vale dos Sinos, 2005.

uma maneira da marca construir a si mesma: sua configuração não é estática, mas dinâmica, uma vez que é feita cotidianamente por homens e mulheres, não havendo procedimentos totalmente padronizados. Muitas vezes a medida é o (a) artífice.

### 2.5.1 Artífices e artesãos (ãs): “E a minha profissão faz do sapato acto.”<sup>22</sup>

Os (as) trabalhadores (as) da fábrica Zeferino que atuam diretamente na fabricação dos sapatos são chamados (as) pela empresa de artesãos (ãs). A palavra usada no cotidiano da marca aparece também nos textos institucionais como, por exemplo, “artesãos muito bem selecionados emprestam seu conhecimento a produzir sapatos (...) usando técnicas artesanais” (ZEFERINO, 2011, p. 3) e ainda “contamos (...) com artesãos especializados na fabricação manual.”<sup>23</sup> De acordo com Lipovetsky e Roux (2005) os fazeres ligados à tradição e à especialização manual legitimam os circuitos que envolvem os artefatos de luxo. Esta problematização será aprofundada no capítulo 3, nas discussões a respeito dos artefatos da Zeferino.

No tocante à palavra artesão (ã), seu sentido remete ao trabalho artesanal, feito à mão, o que ajuda a comunicar a quem consome as maneiras pelas quais os sapatos Zeferino são fabricados. A palavra associada ao tipo de trabalho aparece em um catálogo institucional no texto “todas as peças são pintadas à mão por artesãos na fábrica em Novo Hamburgo, no Rio Grande do Sul. A marca valoriza o trabalho artesanal” (ZEFERINO, 2011, p. 10).

No entanto, concordo com Sennett que encontra na palavra artífice um meio para designar certo tipo de trabalhador (a) que possui uma condição especial. Para Sennett (2012a, p. 30), o (a) artífice é aquele (a) que “representa uma condição humana especial: a do engajamento”. Segundo ele, a condição de engajamento do (a) artífice ultrapassa a instrumentalidade no trabalho pois em sua performance mão e cabeça, técnica e ciência não são separados. O saber do (a) artífice e sua técnica, em seus níveis mais elevados deixam de ser atividades meramente mecânicas, pois “as pessoas são capazes de sentir plenamente e pensar profundamente o que estão fazendo quando o fazem bem” (SENNETT, 2012a, p. 30). Este autor comenta que aprendeu com Platão que as palavras poesia, fazer e o conceito de habilidade estão ligadas etimologicamente pela palavra original *poiein*. Portanto, entende

<sup>22</sup> TAMEN, Pedro. **O livro do sapateiro**. Lisboa: D. Quixote, 2010, p. 41.

<sup>23</sup> Disponível em [www.zeferino.com.br](http://www.zeferino.com.br). Acesso em 30 jun.2013, às 16:30h.

que a qualidade e a excelência são a base da perícia artesanal. Sennett (2012a) ensina que o filósofo admitia que os artífices, ainda que fossem poetas, eram chamados por diferentes nomes.

Assim, quando a empresa invoca o termo “trabalho artesanal” há uma implicação com esta maneira de fabricar sapatos. Isto está relacionado a um tipo de saber, à excelência, à qualidade e à perícia. O autor continua sua argumentação ao dizer que a “habilidade artesanal designa um impulso humano básico e permanente, o desejo de um trabalho benfeito por si mesmo.” (SENNETT, 2012a, p. 19). Neste contexto, a partir do fragmento da fala do modelista David Paim de Matos que transcrevo a seguir, os (as) artífices da Zeferino não apenas executam projetos fechados, mas antes, agem de maneira mais completa no trabalho em equipe ainda que realizando funções separadas. Em depoimento o modelista faz uma reflexão sobre sua percepção a respeito dos (as) trabalhadores (as) de fábricas com “alta produtividade” e os (as) da fábrica Zeferino, afirmando que no primeiro contexto

vai ter aquela pessoa que só vai fazer aquele pedacinho do sapato. Ela não vai nem ter a noção do que vai ser o sapato pronto depois, porque ela faz uma parte tão pequena do processo, que ela não tem noção de como vai ficar no final! Aqui nós não, aqui o pessoal que faz praticamente todos são artesões mesmo, porque ele, ele tem que ter uma noção real do produto final. Se ele não tiver essa noção ele não vai entender, eu pelo menos acredito assim, ele não vai entender o porquê! Qual a importância do que ele está fazendo, para fazer bem feito, né? (David Paim de Matos, entrevista, abril de 2013).

Desta forma, ainda que exerçam tarefas separadas, os (as) artífices da fábrica Zeferino conhecem o artefato inteiramente o que possibilita ligar os saberes entre as funções e pensar o artefato durante todo o processo. Este conhecimento tanto do produto final quanto das etapas que compõem a produção de determinado artefato, segundo David Paim de Matos, permite que o (a) artífice se engaje no trabalho que realiza, que lhe atribua importância e sentido e que o faça bem feito. No cotidiano uma das maneiras pelas quais este conhecimento se traduz é na atenção ao processo de produção do artefato. Os (as) artífices podem reconhecer se porventura as peças recém chegadas do setor anterior estão de acordo com o necessário para que possam dar continuidade aos procedimentos.

É possível observar também no âmbito da remuneração financeira aspectos que indicam certa valorização dos (as) trabalhadores (as) da fábrica Zeferino. Segundo Gisele Luisa Forneck, responsável pelo Departamento Pessoal da fábrica Zeferino, a Convenção Coletiva com data base de agosto/2013 negociada via o Sindicato dos Trabalhadores no Calçado de Novo Hamburgo, estipulou o valor de R\$ 3,80 por hora de trabalho como Salário Normativo, considerando a jornada de trabalho de 44 horas semanais. Este valor pode ser pago a funcionários sem experiência pois é um salário base. Em entrevista ao Jornal NH no dia 3 de abril de 2013, João Batista Xavier da Silva, presidente da Federação Democrática dos Sapateiros do Rio Grande do Sul, informou que a média salarial dos (as) trabalhadores

(as) da indústria calçadista no estado é de R\$ 900,00. Na fábrica Zeferino a média salarial dos (as) trabalhadores (as) que fabricam diretamente os sapatos, ou seja, os (as) trabalhadores (as) da produção, é de R\$ 1.220,00. Ressalto ainda que a média da remuneração para o cargo de modelista nesta fábrica é de R\$ 3.800,00 mensais o que indica que, se por um lado esta empresa valoriza os (as) trabalhadores (as) da produção por meio de uma melhor remuneração, por outro alinha-se às regras de mercado hierarquizando os tipos de trabalho por meio de faixas distintas de salários.

Sennett afirma que historicamente tem havido uma insistência em separar mãos e cabeça e que em especial “a civilização ocidental caracteriza-se por uma arraigada dificuldade de estabelecer ligações entre a cabeça e a mão, de reconhecer e estimular o impulso da perícia artesanal” (SENNETT, 2012a, p. 20). Ao anular forças, esta dissociação tem implicações de relações de poder, uma vez que hierarquiza cabeça e mãos, desvaloriza o trabalho manual e dá à mente o status do saber científico.

Pedro Tamen (2008, p. 19), que escreve poemas sobre o ofício do sapateiro, indaga “quem aproveita a mestria deste saber não saber?” Seguindo este pensamento, Filho e Queluz (2005) afirmam que o funcionamento da fábrica implica necessariamente no controle, transferência e hierarquização dos saberes tácitos dos (as) artífices, renomeados em saberes sistematizados.

A separação entre corpo e mente também é abordada por Forty (2007) quando toma como base as palavras de Marx, que diz que “a ignorância é a mãe da indústria” e afirma que a dissociação do pensar e do fazer fabril tem espaço cativo na indústria de grande porte, larga escala, alicerçada sobre a máquina. Ao debater esta questão – a hierarquização dos saberes e a dissociação entre cabeça e mãos – Sennett menciona palavras de Aristóteles: “Consideramos que em toda a profissão os arquitetos são mais estimáveis e sabem mais e são mais sábios que os artesãos, pois conhecem as razões das coisas que são feitas” (SENNETT, 2012a, p. 33). O autor se opõe a esta ideia, afirmando a unidade entre a cabeça e a mão. Com efeito, afirma a unidade do corpo: ele trabalha para demonstrar como habilidades virtuosísticas se baseiam em elementos essenciais de todo o corpo humano. Portanto, refuta a hierarquização de saberes, tanto os tácitos e “científicos”, quanto os imaginadamente separados da mão e da mente. Para o artífice, fazer é pensar, pensar é fazer.

Nas práticas da fábrica Zeferino, ainda que seus (uas) artífices sejam remunerados (as) em média acima do valor pago aos (às) trabalhadores (as) das indústrias calçadistas do estado do Rio Grande do Sul, é possível perceber diferença entre as médias salariais destinadas ao trabalho entendido como intelectual e às destinadas ao trabalho entendido como braçal. Esta constatação indica certo alinhamento às práticas de hierarquização dos tipos de saberes ou tipos de especialidades, relacionados aos saberes da mente e aos das mãos.

Cabe ressaltar que questões como a faixa das remunerações dos (as) artífices e as negociações dos valores pagos por matérias-primas e serviços relativos à fabricação dos artefatos estão associados ao tipo de marca e de produto que a Zeferino constitui. A produção em pequena escala de artefatos de luxo implica em custos específicos, normalmente mais altos que os relativos a produções em larga escala. Estes aspectos serão ainda problematizados nos capítulos seguintes.

Retomo a abordagem de Richard Sennett que escolhe a palavra artífice para designar os (as) trabalhadores (as) que possuem a condição especial do engajamento. Saliento que esta condição especial não anula a busca por meio do trabalho pela remuneração almejada, por parte dos (as) artífices. Esta busca permeia as falas dos interlocutores quando narram sobre suas trajetórias de trabalho. Assim, passo a apresentar uma breve biografia dos três artífices que participaram de maneira mais direta na produção deste trabalho.

### 2.5.2 Muito prazer, meu nome é...

As pessoas que apresento são donas das falas que pontuam este texto. São também algumas das pessoas que constroem diariamente a fábrica Zeferino.

O primeiro destes a conceder entrevista foi Diogo Terme de Oliveira, 24 anos, nascido em Novo Hamburgo, RS. Atualmente trabalha como modelista. Dono de uma voz calma, observa mais do que fala e está sempre pronto, ou um passo à frente, para colaborar com quem trabalha ao seu redor.



Figura 13 - Diogo Terme de Oliveira, modelista da fábrica Zeferino. Fonte: Foto de autoria própria.



A trajetória de Diogo Terme de Oliveira na fábrica Zeferino pode ser considerada longa, pois teve início no ano de 2006, logo depois do começo do período de transição da fábrica. Ainda cursando o colégio iniciou um curso de Técnico em Calçados (SENAI Novo Hamburgo, RS) por influência de um amigo. Em sua família ninguém jamais havia trabalhado na indústria calçadista a despeito do significativo envolvimento dos moradores da cidade neste tipo de atividade. Diogo Terme de Oliveira lembra em depoimento como foi o começo do curso:

cheguei lá no Senai, até bem perdido, porque a maioria das pessoas que estavam ali era filho de alguém que já tinha trabalhado com sapato, o pai era modelista, o pai trabalhava numa empresa com isso, a mãe era costureira. E, eu na família, ninguém nunca tinha trabalhado com sapato! (...) Nem imaginava como fazia (...) tudo era muito novo pra mim, né? Enquanto os outros já tinham tido alguma vivência ou outra, alguns já tinham trabalhado em fábricas, né? (...) lá lá, era um passador de cola, fazia alguma coisa na produção. E eu nunca tinha entrado dentro de uma fábrica de calçado! (Diogo Terme de Oliveira, entrevista, novembro 2012).

No entanto, as possibilidades de um bom posto de trabalho como modelista e da bolsa de estudos durante o tempo de formação motivaram seu ingresso e continuidade. Como pré-requisito para a conclusão do curso Diogo Terme de Oliveira precisava estagiar em uma fábrica. Bateu em muitas portas pela cidade procurando onde realizar o estágio, mas não teve sucesso. Depois de muita procura conseguiu acessar a fábrica Zeferino

(...) meu pai tinha um conhecido que trabalhava aqui na Zeferino, o Júlio, um senhor que trabalhava ali na montagem, e daí ele falou com o gerente na época: “Tem um guri assim, assim”, explicou minha situação, daí há, eu vim aí. Daí, há, eu conversei com o gerente na época (...) daí me deixaram fazer o estágio aí (Diogo Terme de Oliveira, entrevista, novembro de 2012).

Neste processo, passou por todos os setores da fábrica

Daí comecei trabalhando ali na ponta da montagem, ajudando ele a conformar o sapato e a passar cola, né? Daí fiquei um tempo ali, e aprendendo assim, né, um pouquinho de cada coisa. E fui andando pela fábrica. Dali eu passei para ir lá embaixo para passar cola, para colar. Daí depois eu fui lá para o acabamento para limpar o sapato, né? (...) eu ficava, tipo, dez dias, quinze dias, um mês em cada um (...) e daí depois eu fui para a costura, costurei um pouquinho, assim, as coisas mais simples lá tal, com as mulheres que costuravam, tal (...) daí também trabalhei no corte, daí há, daí no almoxarifado (...) na verdade, em todos os setores, quase, eu trabalhei. Daí também apareceu a oportunidade de trabalhar na modelagem um pouquinho, né? Para concluir (...) O ciclo todo (...) tinha um modelista aí que me ensinou bastante, né? (Diogo Terme de Oliveira, entrevista, novembro de 2012).

Passou quatro meses fazendo alguns serviços junto dos (as) artífices e conhecendo as diversas fases do trabalho. Quando chegou o final do período do estágio, Diogo Terme de Oliveira foi

liberado pelo gerente que lhe informou sobre a possibilidade de abrir em breve uma vaga de trabalho ali e que, se assim fosse, ele poderia ser chamado. Para Diogo Terme de Oliveira parecia mesmo um fim, pois entendeu que aquele era o jeito comum de encerrar um tipo de acerto como aquele.

No entanto, Diogo Terme de Oliveira tornou-se muito próximo do modelista da fábrica na época e lhe fez um pedido “então, já que esses dois meses aí não vai ter vaga, deixa eu continuar trabalhando aí, só para aprender” (Diogo Terme de Oliveira, entrevista, novembro de 2012). Depois de duas semanas de ponderações a fábrica abriu uma vaga no setor de expedição e chamou Diogo Terme de Oliveira para o trabalho. Ficou neste setor por 2 anos, onde também auxiliava em outros assuntos como, por exemplo, fazer compras de materiais para amostras, encaminhar e acompanhar a produção destas peças, fazer acabamento e revisão de sapatos. À noite e aos finais de semana Diogo Terme de Oliveira fazia uma parte da escalação dos modelos.

Quando surgiu uma oportunidade no setor de custos, a fábrica o colocou nesta função. Não havia ninguém para orientá-lo neste trabalho, e teve que inventar uma maneira de fazer, partindo de alguns registros e da ajuda das pessoas ao redor. Depois foi para o setor de cadastros e finalmente para a modelagem, onde está atualmente. Mesmo nesta função, ainda dá suporte às demais áreas pelas quais passou como cadastro e custos, por exemplo.

Pela trajetória que fez dentro da fábrica Diogo Terme de Oliveira tem muitos conhecimentos sobre a dinâmica do lugar e as rotinas de funcionamento. Apesar da pouca idade ele é uma espécie de memória viva da fábrica. Lembra dos modelos mais antigos, de suas documentações e é referência e apoio para diversos setores, tanto para a equipe da fábrica como para a da matriz em São Paulo, SP. Além de ser extremamente solícito e cooperativo. Poder contar com uma pessoa como ele é um grande passo para realizar qualquer tarefa.

O segundo artífice com quem conversei foi David Paim de Matos, 32 anos, natural de Novo Hamburgo, RS, e responsável pelo setor da modelagem. Tem domínio sobre o trabalho de modelista, é habilidoso para se comunicar. Ligeiro na fala, no ouvir e nas mãos.



Figura 14 - David Paim de Matos, modelista da fábrica Zeferino. Fonte: Foto de autoria própria.

Vindo de uma família alheia ao setor calçadista da região, inicialmente ele queria cursar arquitetura. Porém, uma ex-professora lhe motivou a procurar saber mais sobre a carreira de modelista de calçados. Depois de realizar algumas pesquisas entendeu que poderia ser um caminho interessante pois assim teria uma profissão.

Como uma pesquisa exploratória, decidiu fazer um curso de dois meses no Centro Tecnológico do Couro e Calçado (CTCCA/FENAC) em Novo Hamburgo, RS. Ele comenta que sempre achou importante trabalhar com o que gosta, por isso queria se aproximar da área para conhecê-la, a fim de poder tomar uma decisão: “Daí ali eu fiz esse curso mais rápido e vi, não! É isso que eu gostei! Quero me aprofundar nisso! Daí eu fiz o, o tecnólogo em calçado mesmo, né, que foi dois anos e meio, com mais seis meses de estágio, que daí foi no Senai” (David Paim de Matos, entrevista, novembro 2012). Como tinha habilidade para o desenho, ainda durante o curso no SENAI os professores começaram a indicá-lo para pequenos trabalhos como *free-lance* em empresas da região. Na época ele “fazia isso durante à tarde, à noite (...) tinha um outro emprego, que era onde (...) ganhava (...) o sustento para pagar o curso do Senai, né, o tecnólogo, e à noite (...) fazia o tecnólogo” (David Paim de Matos, entrevista, novembro 2012).

Quando chegou o momento do estágio para conclusão do curso no SENAI David Paim de Matos deixou seu emprego anterior em um hotel para trabalhar em uma grande fábrica em troca de uma

bolsa de estudos. Esta troca não foi financeiramente vantajosa, mas o modelista considera que outros elementos compensavam

eu ia aprender! Eu troquei essa diferença financeira pelo aprendizado de estar dentro de uma empresa grande, né? Eu comecei em (...) uma empresa grande, bem industrializada, né? Com máquinas que eu nem sonhava que existiam, né? Fiz seis meses de estágio ali e depois mais um ano trabalhando contratado mesmo (David Paim de Matos, entrevista, novembro 2012).

Depois deste período, ele foi selecionado através de uma indicação do SENAI para trabalhar em uma empresa no Recife, PE. Depois de dois meses lá, seu avô faleceu e ele voltou para Novo Hamburgo, RS. Sua experiência a partir de então foi sendo construída tanto em fábricas de grande porte, como em outras de menor volume e maior variação, o que lhe proporcionou muitas oportunidades de aprendizado e especialização sempre trabalhando na modelagem de sapatos femininos.

Uma dessas experiências foi numa fábrica de calçados para ballet, onde trabalhou por 3 anos e conheceu pessoas que mais tarde, no início de 2008, o convidaram para trabalhar na fábrica Zeferino. Ele argumenta que toda essa experiência serviu para prepará-lo para este desafio, onde para ele se faz

mais sacrifício, a gente se doa mais para fazer um sapato aqui do que em outra empresa, tu tem que ter uma visão bem maior, porque tu mescla, aqui é muito mesclado! Aqui tu pegas um pouco do industrial enorme! E tecnologia que é laser, a gente trabalha com laser, com estudo de material, com a questão do *feeling* de ter uma linha, de ter uma identidade da marca! Com a questão bem manual mesmo de ter trissê, de ter aplicação de strass, aplicação de cravo! E isso é muito bom! Só que é muito penoso! Num é fácil! É bem penoso, mas é muito bom e é gratificante! (David Paim de Matos, entrevista, novembro 2012).

Ele se sente orgulhoso por fazer bem feito um trabalho desafiador. Conta que quando foi convidado para trabalhar na fábrica Zeferino teve dúvidas, pois vinha de experiências em grandes indústrias. Aos seus olhos, naquele momento, a fábrica Zeferino beirava uma “fabriqueta”, pequena em tamanho físico e em quantidade de produção. Mas aceitou o convite por um interesse profissional, pela oportunidade de se desenvolver junto com o novo projeto.

Eu acho que a gente tem que crescer profissionalmente, a gente tem que continuar buscando! Porque a gente às vezes acha que faz uma vida inteira uma coisa certa e quando vê tem um jeito melhor de fazer! Não que o teu seja errado, mas tem um jeito melhor! Então a gente não pode se bitolar! (...) Não pode se bitolar! E a empresa, a Zeferino principalmente precisa disso! Precisa de pessoas que, que queiram ir atrás e queiram perguntar coisas e queiram fuçar mesmo, porque eu acho que é isso que vai melhorar nosso trabalho! (...) Em termos de produto, né? Em termos de produto que é mais a minha área, né? E eu gosto muito disso, eu gosto muito de desafio, eu gosto muito de procurar, eu gosto muito! (David Paim de Matos, entrevista, novembro 2012).

Sennett (2012a) afirma que o orgulho pelo trabalho realizado integra de maneira substancial a habilidade do (a) artífice, valendo como certa paga pela dedicação e perícia. O trabalho de David Paim

de Matos é central no processo de desenvolvimento dos modelos. Ele mantém contato direto e constante com a equipe de desenvolvimento que fica em São Paulo, SP, e suas habilidades de compreensão e comunicação são fundamentais para o processo de desenvolvimento dos modelos.

O terceiro e último artífice que participou da feitura deste texto é Ademir Moiano Rodrigues. Este montador de sapatos tem 61 anos e há 45 trabalha fazendo calçados.



Figura 15 - Ademir Moiano Rodrigues, montador de calçados da fábrica Zeferino. Fonte: Foto de autoria própria.

Começou em Porto Alegre, RS. Vindo ainda bebê da cidade fronteira de São Borja, RS, cresceu em Porto Alegre e com dezesseis anos começou a trabalhar numa sapataria de conserto. Lá aprendeu a desmontar sapatos, passar cola, lixar e a ter uma noção do trabalho. Depois foi para um atelier onde aprendeu a fazer sapatos sob medida. Ademir Moiano Rodrigues lembra que faziam pares finos em tecido para debutantes e suas mães, para uma clientela fina da cidade: “fazia sapato até para a dona, a esposa do dono da TV Gaúcha! (...) Sapato para o Rei Momo em Porto Alegre, para o Carnaval a gente fazia, né? (...) Naquela época era um show aquilo ali! E ali (...) eu aprendi muita coisa” (Ademir Rodrigues, entrevista, novembro 2012). Na década de 1970 trabalhou dez anos fazendo sapatos

ortopédicos, em um atelier que tinha convênio com dois médicos que lhe encaminhavam seus pacientes acompanhados de receitas de calçados corretivos. Neste trabalho desenvolveu novas especialidades, como ele explica no fragmento a seguir:

Fragmento 4

Fonte: EN ARQ7 (AD) nov/2012. Turnos 94-104

*AD. Então eu pegava um folha tipo essa aqui*

*E. Ahã.*

*AD. Eu tinha já prontinho, ela ficava em pé, botava o pé assim, né, e eu riscava todo o contorno do pé dela aqui.*

*E. Ahã.*

*AD. Aí eu tirava essa medida aqui, pega o joanete, né, e tirava do peito do pé. Botava a fita por baixo e média. Deu tanto, fazia aqui tanto. Aqui tanto. Aí eu preparava a forma de acordo com aquelas medidas. E aí eu fazia.*

*E. Aí nesse caso vocês faziam a forma porque era para um pé especial?*

*AD. Não! É! É, sim! Eu tinha toda a coleção! Nós fazíamos o quê? Era sapatinho, sandália e botinha.*

*E. Ahã!*

*AD. E as cores eram preto, branco e marrom. Porque ali não era modismo!*

*E. Entendi.*

*AD. Era para corrigir!*

Ali o sapato funcionava como uma terapia ou medicação e para isto Ademir Moiano Rodrigues inventava compensações de medidas e formatos a fim de “igualar” os pés e a marcha dos pacientes. Ele foi inventando e deu certo. Casou-se, e como sua esposa era de Novo Hamburgo, RS, decidiram se mudar para a cidade, certos de que ali haveria trabalho para ele. Foi quando começou a trabalhar em fábricas, fazendo particularmente o trabalho de montador:

O meu primeiro ano aqui foi difícil! (...) Foi difícil, porque (...) eu tive um período de adaptação, né? (...) Foi difícil o começo aqui (...) um serviço completamente diferente do que eu fazia lá. (...) Eu trabalhava lá com ortopedia, né, e aqui eu tinha que, eu tinha que produzir mais, né? (...) Comecei como montador à mão! (...) Primeira firma que eu trabalhei em Novo Hamburgo foi no Galeados. (...) Trabalhei cinco anos ali, né (...) aí depois eu fui! Aí depois que eu peguei como é que funcionava a coisa aí só foi! (Ademir Moiano Rodrigues, entrevista, novembro 2012).

Na maior parte das vezes trabalhou em fábricas de Novo Hamburgo, RS, como montador de amostras, função que exige muita experiência e conhecimentos aprofundados. Mas também trabalhou na linha de montagem. Assim como faz na fábrica Zeferino, monta principalmente amostras, mas quando está livre entra na linha de produção. Seu trabalho como montador de amostras é importante para os modelistas e para o processo de desenvolvimento dos modelos, pois Ademir Moiano Rodrigues é capaz de identificar problemas e sugerir soluções que, grande medida, os modelistas compreendem e acatam.

Ao olhar para sua trajetória, Ademir Moiano Rodrigues arrisca um diagnóstico afirmando que

o sapato ele (...) mudou bastante. Ele vem, ele vem (...) Ah! Claro que hoje a população aumentou muito, né? / Exige grandes produções, / Tu sabes disso, né? / Em 1970 nós tínhamos noventa milhões de pessoas no Brasil. Hoje quanto tem? Tem mais que o dobro, né, então a gente entende isso, aí (Ademir Moiano Rodrigues, entrevista, novembro 2012).

Ele se preocupa com o futuro da profissão, do fazer sapato à mão. Segundo o montador, daqui a pouco “Não vão achar mão-de-obra! (...) ((Tá todo mundo)) Se aposentando, parando (...) Não está se renovando, pode ver! Não tem nenhum guri aqui. É! Isso aí! É, não está se renovando!” (Ademir Moiano Rodrigues, entrevista, novembro 2012).

A questão da faixa etária dos (as) artífices da fábrica Zeferino também é comentada por David Paim de Matos em entrevista:

eu acredito que seja uma empresa bem familiar, que não gosta de rotatividade, até porque como eu falei – são pessoas que têm que ter talento para trabalhar aqui, são artesãos, né, não é qualquer pessoa, qualquer profissional, como você pode olhar ali a produção é feita de pessoas com mais idade, né? Não tem quase pessoas jovens. Primeiro porque o calçado aqui em Novo Hamburgo está nessa situação que não está motivando ninguém a entrar nesse ramo, mas também no início quando eu comecei aqui é porque são pessoas com mais *now-how*, né? Têm mais tempo de empresa, têm mais recursos para resolver problemas, né? (...) Se pegar a faixa etária da nossa empresa, ela é uma empresa considerada velha, assim, em número de, em idade, né? Porque realmente, tem que ser pessoas com mais experiência, não dá para ser qualquer pessoa para trabalhar aqui. E isso é bom (David Paim de Matos, entrevista, novembro de 2012).

O modelista associa a faixa etária média dos (as) artífices ao talento e aos saberes construídos ao longo do tempo de trabalho com o calçado e informa que a empresa busca evitar a rotatividade de trabalhadores (as). Enquanto esta pesquisa era realizada a idade média dos (as) trabalhadores (as) da produção nesta fábrica era de 48 anos. Tanto David Paim de Matos quanto Ademir Moiano Rodrigues concordam que o trabalho com o calçado não tem atraído jovens profissionais devido à queda de produção em favor dos mercados asiáticos, consequentes baixos salários e cenários não promissores.

Ademir Moiano Rodrigues parece conhecer o poeta Pedro Tamen (ou Pedro Tamen a ele) que em poema se angustia: “a quem deixarei o meu cansaço, as unhas sujas, as marcas do martelo falhado, a quem senão a quem?” (TAMEN, 2010, p. 43). Parece que certos tipos de sapateiros estão a olhar ao redor e para o futuro e estão se sentindo sós. Esta percepção parece ter fundamento quando se considera que tanto o tipo do artefato que fazem quanto às maneiras como fazem estão cada vez mais raros.

A Zeferino, como marca e como fábrica, é um lugar que busca se constituir por meio destes elementos raros, contrapondo-se às produções em grande escala. Nesta intenção durante o percurso do desenvolvimento de um novo projeto pensaram em selecionar um artefato para abordá-lo de uma maneira por meio da qual fosse possível uma nova composição. A combinação de um luxo contemporâneo com uma ideia de brasilidade, propondo um deslocamento do olhar para os sapatos feitos no país.

Neste sentido, no capítulo seguinte apresento estes artefatos, os sapatos que os (as) trabalhadores (as) da fábrica Zeferino desenvolvem e produzem.



**ARTEFATOS:  
AQUILO QUE FAZEMOS NOS FAZ**

---

Foto: Richard Luiz/Montagem: Valéria Tessari

### 3 ARTEFATOS: AQUILO QUE FAZEMOS NOS FAZ

*As coisas têm peso,  
massa, volume, tamanho,  
tempo, forma, cor,  
posição, textura, duração,  
densidade, cheiro, valor.  
Consistência, profundidade,  
contorno, temperatura,  
função, aparência, preço,  
destino, idade, sentido.  
As coisas não têm paz.*

As coisas - Arnaldo Antunes / Gilberto Gil

Neste capítulo tenho o objetivo de apresentar os artefatos que são produzidos pelos (as) artífices na fábrica Zeferino. Sendo assim, abordo a centralidade deste objeto na construção da marca e da fábrica, apontando características que foram atribuídas aos sapatos Zeferino e que estão relacionadas à constituição da marca.

O texto também pretende demonstrar que neste microcosmos tais artefatos constituem biografias culturais. Para uma melhor compreensão deste microcosmos relato as características dos sapatos como artefatos, seus componentes e matérias-primas, bem como os modos pelos quais a Zeferino os organiza em coleções e linhas.

Este conjunto de informações tece um panorama para a parte final do capítulo, a saber, a apresentação de 15 modelos de calçados que foram selecionados pelos próprios artífices para o desenvolvimento do estudo. No decorrer da exposição destes modelos descrevo os motivos que os levaram a tal seleção.

Os métodos adotados para a realização da pesquisa descrita neste capítulo foram a pesquisa empírica, coleta de documentos e entrevistas com os (as) interlocutores (as). Para acessar dados sobre os artefatos fabricados pela Zeferino, durante visitas à Zeferino São Paulo e Novo Hamburgo, tive acesso a imagens e documentos digitais das três coleções que eu havia planejado como recorte, a saber, as mais recentes: Verão 2012, Inverno 2012 e Verão 2013. Como são consideradas extensas – em média 120 modelos cada – eu havia delimitado o número de coleções, partindo do princípio de que a intenção da pesquisa não era realizar um estudo extensivo das coleções da marca, mas antes aprofundar o foco no trabalho dos (as) artesãos (ãs) sapateiros (as). A decisão de tomar como recorte as coleções mais recentes teve como critério buscar viabilizar o acesso à documentação, bem como dar prioridade aos modelos que tiveram a participação dos sujeitos no processo de desenvolvimento.

A partir desta organização pedi aos modelistas que fizessem uma seleção de dez a vinte modelos que julgassem importantes ou, em alguma medida, representativos, dentre as três coleções definidas como o recorte da pesquisa. Estes artefatos serviriam como base para a etapa empírica seguinte. Os modelistas atenderam minha solicitação, no entanto selecionaram 15 modelos que não eram, na sua maioria, das coleções que eu havia delimitado. Coube a mim acolhê-los, fotografá-los, coletar os documentos referentes aos seus processos de desenvolvimento e dar sequência à pesquisa entrevistando os sujeitos a fim de investigar os motivos daquelas escolhas.

Assim, passo a problematizar o lugar do artefato na constituição da Zeferino, bem como as características atribuídas a estes, a partir das falas dos (as) interlocutores (as).

### 3.1 A CENTRALIDADE DO ARTEFATO NA CONSTITUIÇÃO DA ZEFERINO

A trivialidade que atribuímos aos objetos ao nosso redor muitas vezes nos impede de notar sua centralidade cotidiana. Miller (2013) destaca a considerável capacidade que os objetos têm de se dissiparem diante dos nossos olhos, misturando-se aos cenários, tornando-se naturalizados, invisíveis, ao que o autor chama de “humildade dos objetos”.

Na Zeferino o ajuntamento das pessoas acontece precisamente ao redor de um objeto – o sapato. A empresa tomou forma quando este artefato foi definido como o tema que reuniria vendedores (as), artífices, designers, consultores (as) de negócios e de mídia e outros. Todos (as) experientes, cada um (a) a sua maneira, nos circuitos de criação, produção e circulação de um tipo de artefato específico: o sapato feminino de luxo. Alfredo Mascarenhas, consultor de marketing e negócios de moda da empresa, comenta em depoimento que a ideia era construir um arranjo que permitisse criar, fabricar e comercializar

(...) 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 (Alfredo Mascarenhas, entrevista, julho de 2012).

A partir disso, definições específicas foram elaboradas sobre o tipo de sapato que seria produzido pela empresa. Um dos elementos presentes na fala de Alfredo Mascarenhas é o luxo. O consultor explica que, para a Zeferino, não se trata do luxo como as pessoas estão acostumadas a entendê-lo, mas sim de um luxo contemporâneo, “um luxo que convida as pessoas a entrar nas lojas, a

usar o produto e a ((se)) sentir especial, mas sem serem atacadas por um luxo excessivo, de lustres de cristal, ou de tapetes persa” (Alfredo Mascarenhas, entrevista, julho de 2012). Esta ideia é discutida por Lipovetsky e Roux (2005) quando sustentam que nos dias recentes é possível observar um tipo de luxo muito próprio e novo, sobrepondo aspectos emocionais e íntimos à encenação social. Ainda segundo estes autores, os usos deste luxo contemporâneo permitem misturas e mobilidades, sendo que estas hibridações tomaram o lugar da pompa e do empolamento.

Os autores informam que os comportamentos em relação aos artefatos caros mudaram, havendo um entendimento de que todos (as) teriam direito às coisas supérfluas. Em suas palavras estas são “mutações que convidam a reconsiderar o sentido social e individual dos consumos dispendiosos, bem como o papel tradicionalmente estruturante das estratégias distintivas e dos afrontamentos simbólicos entre grupos sociais” (LIPOVETSKY; ROUX, 2005, p. 16). É importante ressaltar que tais mutações ocorrem por meio de tensões e reorganizações de práticas sociais. Alguns destes aspectos circunscritos ao microcosmos da Zeferino serão aprofundados no decorrer deste documento.

Da mesma forma que o luxo, os outros elementos mencionados como alto padrão, altíssima qualidade e intervenção manual, remetem aos artefatos fabricados no contexto da alta-costura francesa. Lipovetsky e Roux (2005) afirmam que neste contexto, localizado historicamente no início do século XX, as casas de luxo francesas se justificaram e se estabeleceram em torno da ideia de legitimação, que remete à autoridade. Os autores argumentam que as principais origens da legitimidade das casas de luxo foram a “tradição (legitimidade tradicional)” e a “criação (legitimidade carismática<sup>24</sup>)”, afirmando que “estas duas condições históricas foram, durante décadas, as condições necessárias e suficientes para consolidar e fazer reconhecer (...) o poder e a supremacia das marcas de luxo francesas.” (LIPOVETSKY; ROUX, 2005, p. 137). Como estratégia de legitimação pela tradição estas casas francesas buscavam se associar a noções como domínio e conhecimento profundo de um ofício, excelência na execução do trabalho e às maneiras artesanais ou manufaturadas de fabricação.

No contexto da alta-costura francesa o luxo estava relacionado tanto à nobreza dos materiais quanto ao prestígio da casa, da marca. Lipovetsky e Roux (2005) concordam com Jean-Louis Dumas – presidente da casa de luxo francesa Hermès – quando ele afirma que “o luxo é uma bem feita” e aponta exemplos de casas legitimadas pelo domínio dos respectivos fazeres, a saber “o ofício de ‘seleiro’ para a Hermès, o de ‘maleiro’ para a Vuitton, de ‘sapateiro’ para Ferragamo” (LIPOVETSKY; ROUX, 2005, p.

---

<sup>24</sup> LIPOVETSKY e ROUX (2005, p. 137). Quanto às categorias de legitimação os autores remetem a WEBER, M. Economia e Sociedade. São Paulo/Brasília: imprensa Oficial/UNB, 2004.

138) na duração do tempo. Na legitimação pela tradição importa a idade da casa. As que sobrevivem ao seu fundador demonstram pela longevidade a legitimidade estabelecida.

A Zeferino planejou seus artefatos nesta direção, tomando como premissas certas características advindas das casas de alta-costura e atribuídas aos artefatos de luxo fabricados na França e na Itália a partir do século XX como, por exemplo, Salvatore Ferragamo e Roger Vivier<sup>25</sup>.

Como ponto de partida, ideias como qualidade, sofisticação e exclusividade disparam os sentidos das ações que envolvem todos os aspectos destes artefatos – criação, produção, circulação e consumo. É possível perceber que tais elementos permeiam a fala dos (as) artífices, evidenciando que possuem consciência das ideias que circulam a respeito do sapato que fazem. Os modelistas David Paim de Matos e Diogo Terme de Oliveira deixam nítido que, para eles, a qualidade de um sapato está associada ao domínio completo de todo o processo de fabricação culminando em um artefato alinhado, simétrico, bem costurado e com a matéria-prima operada de maneira adequada. No fragmento seguinte os modelistas discutem esta ideia quando comentam a respeito do modelo CLO59<sup>26</sup>:

Fragmento 5

Fonte: EN ARQ09 (DA; DI) abr/2013. Turnos 1016;1018-1026; 1034; 1040

DA. (...) se tu olhares a qualidade (...) esse é um sapato que mostra a capacidade do nosso pessoal!

(...)

DA. (...) esse é um sapato que se tiver algum problema você vai ver!

E. Hum...

DA. Você vai ver. E você vê aqui que os vivos estão parelhos, bem parelhos!

DI. Ele é delicado, né (...)

DA. A costura é feita no capricho! O verniz tem a tendência de arrebentar atrás ali, ele não.

E. Então num sapato como esse aparece se sabe ou não fazer um sapato bem feito?

DA. Exatamente. São **pouquíssimas** pessoas que trabalham com verniz e bem, né?

E. Hum!

DA. E esse é um sapato que mostra isso! (...)

(...)

DA. Mas esse é um sapato que você olha, você vê (...) ele bem alinhado, é um sapato feito por quem sabe produzir.

(...)

DA. (...) Porque assim, dá para fazer uma coisa que não está cem por cento alinhada? Dá! Só

<sup>25</sup> Sapateiros “mestres”: Ferragamo estudou anatomia e se tornou a principal referência do ofício no século XX tanto nos Estados Unidos quanto na Itália, influenciando os modos de fazer sapatos com a criação do salto alto, da plataforma e do uso de novos materiais. Da mesma forma, Vivier é referência por suas habilidades decorativas, promovendo a ideia de uma maneira francesa de fazer sapatos (Mcdowell, 1989). Ferragamo abriu em 1927 em Florença, Itália, “uma oficina com aproximadamente sessenta operários – a primeira produção em grande escala de sapatos feitos à mão” (O’HARA, 1992, p. 119).

<sup>26</sup> O sapato de referência CLO59 e ainda outros modelos comentados pelos modelistas David e Diogo serão apresentados no decorrer deste capítulo.

*que no final você vai ver porque vai ficar levantado, ele vai ficar balançando, ele vai ficar meio torto um pedacinho, tal. Quando você vê um sapato que está alinhadinho quer dizer que todos os processos ficaram cem por cento! Todos os processos ficaram cem por cento! (...) quanto tu tens pouquíssima coisa e tu vê, acha bonito com o que tu estás vendo, é porque realmente ele foi bem feito, ele está bem (...) pelo menos a gente que trabalha com isso no dia a dia a gente vê essas coisas, né?*

Para os (as) artífices a qualidade está diretamente relacionada ao domínio das técnicas de confecção do sapato, evidenciando que o próprio artefato denuncia em sua materialidade o domínio exímio do fazer e, por consequência, a qualidade.

Outro atributo que é requerido pela Zeferino para seus sapatos é a sofisticação. Este atributo aparece nas falas dos modelistas ainda no contexto do modelo CLO59 quando relembram que, para eles, este modelo foi um marco no que chamaram de “nova geração de Closets”. David Paim de Matos aponta a sofisticação materializada na forma<sup>27</sup> deste modelo como uma das características da nova geração de sapatos da linha Closet, sugerindo um contraste entre a forma do modelo CLO59 e as dos modelos anteriores. Retomo um fragmento da fala de David Paim de Matos, quando ele relaciona a forma e a ideia de sofisticação:

Fragmento 6

Fonte: EN ARQ09 (DA; DI) abr/2013. Turnos 1042-1045; 1050-1052; 1057-1062

*DA. (...) Esse foi o começo da nova geração! Eu separo isso – a nova geração dos Closets, né? É um Closet que não é só um Closet, já é um Closet já botando mais um pouquinho de cara da Zeferino, né?*

*E. Ahã!*

*DA. Começa a mostrar mais um pouquinho modelos mais sofisticados, tanto na escolha de materiais quanto na própria modelagem, né? Uma cava em “V” (...) um peep-toe em “V” (...)*

*E. Ahã.*

*(...)*

*DA. É, ele já começou a ter um pouco mais de (...)*

*E. De bossa, né?*

*DA. É isso aí!*

*(...)*

*E. E também teve uma diferença, eu mais ou menos lembro da história desse sapato porque as formas da Zeferino, algumas assim, elas vinham meio bojudas demais, não vinham?*

<sup>27</sup> As formas (fôrmas) são artefatos usados na fabricação de calçados e simulam de maneira padronizada as medidas do pé. “Com base na forma são modelados e produzidos os calçados, adquirindo formato e padronização nos aspectos anatômicos, estéticos e técnicos” (SCHMIDT, 1995, p. 45). Ainda de acordo com este autor as formas tem relação direta com os ciclos da moda, seguindo suas variações. Suas funções são: “reproduzir as características e as dimensões do pé humano; servir de base para o dimensionamento das peças que compõem o calçado; determinado o formato do calçado.” (SCHMIDT, 1995, p. 46). Para Choklat (2012, p. 40), “a construção de um sapato começa pela forma”. É dela que partem os projetos dos demais componentes, como saltos e solas. Ele ainda nos informa que fazer formas é um ofício especializado, pois para cada tipo e modelo de calçado deve ser feita uma forma específica.

*DA. Sim. Ahã!*

*E. E esse daqui foi uma emagrecida.*

*DA. Isso aí, é um projeto novo (...)*

*E. E tornou ele mais delicado.*

*DA. É isso que eu digo, foi uma nova geração do Closet, né? (...) aqui a gente já partiu mais para um sapato mais sofisticado mesmo, até na fôrma, na questão de fôrma, né?*

Para este modelista a sofisticação do sapato está relacionada a uma forma mais delicada, à escolha de materiais e a detalhes de modelagem, como a cava e o *peep-toe* em “V”. A “bossa” a que se refere tem o sentido de novidade, um jeito um pouco diferente de fazer algo (este sentido é corrente nos circuitos da moda). A noção de sofisticação é descrita por David Paim de Matos em relação à “cara da Zeferino”, evidenciando que entende esta característica como adequada e pertencente aos artefatos ali feitos.

A ideia de exclusividade, que é citada por Cristiano Rodriguez<sup>28</sup> (diretor criativo/estilista) como parte do foco de negócio da Zeferino, está presente na fala dos modelistas em um exemplo prático do trabalho diário: o relacionamento com os fornecedores. David Paim de Matos explica que, em função da exclusividade, as pequenas quantidades por modelo produzidas (em média entre 12 e 30 pares por vez) complexifica a negociação de compra de componentes junto aos fornecedores. Ao comentar sobre elementos como couro e enfeites de cristal o modelista informa que a dificuldade acontece nas situações de compra de pequenas quantidades de matéria-prima, pois os fornecedores têm como padrão a venda de quantidades maiores que as solicitadas pela Zeferino. Para ele, a tensão ocorre em função “da nossa coleção, a exclusividade” (David Paim de Matos; Diogo Terme de Oliveira, entrevista, abril de 2013). Quando as cores coincidem com as mais usadas comumente por outras empresas, como um cristal na cor preta, o acesso se torna mais fácil: “Então, é coisa que dá para usar. Mas para o nosso produto é um pouco difícil porque a nossa visão é exclusividade (...) Para algumas coisas dá! Mas para outras eu acho que é impossível, porque a gente tem a nossa questão da exclusividade” (David Paim de Matos; Diogo Terme de Oliveira, entrevista, abril de 2013).

A complexificação das negociações de compra de matéria-prima acontece devido à configuração feita pela Zeferino de uma coleção de sapatos muito própria, formada por matérias-primas em cores e formas desenvolvidas sob encomenda, de acordo com as diretrizes fornecidas pela empresa. Os fragmentos narrativos aqui apresentados podem exemplificar dois aspectos: em primeiro lugar, as referências europeias de sapato feminino de luxo eleitas pela Zeferino para configurar seus artefatos são

---

<sup>28</sup> Para Cristiano o foco da Zeferino quanto ao tipo de artefato que ela cria, produz e comercializa “É o diferencial mesmo! É (...) o autoral, o artesanal e o exclusivo” (Cristiano Rodriguez, entrevista, agosto de 2012).

compreendidas pelos (as) artífices e permeiam suas falas e gestos. Eles as relacionam aos sapatos que fabricam. Todavia, ao mesmo tempo em que compreendem e assimilam estas referências, os modelistas as tensionam. Isto ficou evidente no momento em que selecionaram os modelos para serem analisados, sendo que esta questão será problematizada no decorrer do trabalho. Em segundo lugar, os fragmentos narrativos apresentados evidenciam que os artefatos possuem uma biografia desde os primeiros processos de criação e produção. Algumas ideias sobre a biografia das coisas serão exploradas na sessão seguinte.

### 3.2 A BIOGRAFIA CULTURAL DOS ARTEFATOS

A biografia cultural dos artefatos é uma ideia discutida por Appadurai e Kopytoff (2010), quando se interessaram em perguntar sobre os percursos e trajetórias traçados pelas coisas na sociedade, considerando os distintos circuitos de circulação. Mesmo sem atribuir um significado essencial aos objetos, estes autores consideram um engano opor palavras e coisas e “considerar o mundo das coisas inerte e mudo, só sendo movido e animado, ou mesmo reconhecível, por intermédio das pessoas e de suas palavras” (APPADURAI, 2010, p. 17). Por isso, recomendam pensar a biografia cultural das coisas como a das pessoas. Quando queremos conhecer a trajetória de alguém, nos aproximamos, passamos tempo com ela, conversando sobre sua história e suas relações. A intenção é agir da mesma forma com os objetos, pois assim é possível construir diferentes olhares sobre as coisas:

Temos que seguir as coisas em si mesmas, pois seus significados estão inscritos em suas formas, seus usos, suas trajetórias. Somente pela análise destas trajetórias podemos interpretar as transações e os cálculos humanos que dão vida às coisas. Assim, embora de um ponto de vista teórico atores humanos codifiquem as coisas por meio de significações, de um ponto de vista metodológico são as coisas em movimento que elucidam seu contexto humano e social (APPADURAI, 2010, p. 17).

A autora Rita Andrade (2008) concorda com estes autores e vê as roupas (os objetos) como protagonistas de trajetórias. Ela aponta, apoiada em Stallybrass<sup>29</sup>, que objetos que circulam socialmente demonstram uma longevidade maior que a humana, o que lhes permite maior trânsito por tempos e espaços. Na perspectiva da cultura material a autora entende as roupas como método de estudo e interpretação histórica, preferindo não cristalizá-las conforme uma classificação realizada no momento

---

<sup>29</sup> Rita Andrade (2008) se refere ao trecho de Stallybrass quando diz que “começou a acreditar que a mágica da roupa está no fato de que ela nos recebe: recebe nosso cheiro, nosso suor; recebe até mesmo nossa forma. E quando nossos pais, nossos amigos e nossos amantes morrem, as roupas ainda ficam lá, penduradas em seus armários, sustentando seus gestos” (STALLYBRASS, 2012, p. 10).



da criação, mas sim percorrer suas biografias e conhecer as transformações físicas e culturais nelas ocorridas.

A perspectiva da biografia cultural dos artefatos permite uma analogia com a biografia humana. Logo, é possível pensar na biografia de um objeto desde o seu nascimento. É desde o processo de desenvolvimento e fabricação dos artefatos que podemos investigar sua biografia cultural. Não no sentido de engessamento sobre o qual Andrade nos alerta, o que nos ajuda a evitar o pensamento de que é a produção que define o objeto, mas antes no sentido de atentar para as trajetórias próprias – muitas vezes não-lineares – que os artefatos percorrem ainda nas mãos dos (as) artífices.

Desta maneira, o ponto de partida está no artefato. É a tarefa da confecção do objeto que movimenta o (a) trabalhador (a) na sua trajetória de artífice. Daniel Miller afirma que os artefatos não apenas nos representam ou nos significam, mas antes nos fazem, nos criam. Para ele a difícil questão da semiótica é que artefatos como roupas – e sapatos – “são feitos meros servos, cuja tarefa é representar (...) o sujeito humano” (MILLER, 2013, p. 22). Isto permite o pensamento de que em si mesma a indumentária é superficial e sem valor e as pessoas é que lhe conferem dignidade. O autor desmonta esta questão colocando em xeque a noção da existência de um eu real, essencial e autêntico dentro de nós – e portanto tudo que é superficial existiria para representar esta essência. Para Miller este é um engano, pois afirma que “as roupas não são superficiais, elas são o que faz de nós o que pensamos ser” (MILLER, 2013, p. 22-23). O autor questiona as oposições valorativas entre natural e superficial, superficial e verdadeiro/profundo, para refutar a noção do próprio materialismo ser visto como algo superficial, e portanto não verdadeiro e não profundo. Ao analisar o vestir em Trinidad, Índia e Londres, o autor argumenta que os objetos cumprem importante tarefa nos processos de construção da experiência de ser e estar no mundo.

Stallybrass (2012) também compartilha deste pensamento elaborando um entendimento amplo sobre os artefatos. Ele aponta que, apesar das críticas sobre o materialismo da vida moderna, justamente o que mais está ausente é a atenção à materialidade. Mergulhados em meio a objetos descartáveis, muitas vezes nos encontramos alheios às relações e às narrativas que construímos com e por meio das materialidades.

Desta forma, entendo que os (as) artífices da Zeferino o são na medida em que modelam, cortam, costuram e montam estes sapatos, colaborando com soluções para a feitura cada modelo. A materialidade dos sapatos e de seus componentes está entranhada na materialidade de seus seres. O artefato feito pelo (a) artífice também faz o (a) artífice. É no processo da feitura do objeto que se constitui aquele (a) que faz.

### 3.3 ZEFERINO: CONSTRUINDO UM ARTEFATO DE LUXO NO BRASIL

Além dos elementos selecionados pela Zeferino para associar seus artefatos à tradição europeia de fazer sapatos de luxo - qualidade, sofisticação e exclusividade - a fala de Alfredo Mascarenhas citada anteriormente também nos informa sobre a circulação da ideia do sapato de luxo não ser um artefato associado à produção brasileira. O consultor explicita este pensamento quando afirma que “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” (Alfredo Mascarenhas, entrevista, julho de 2012).

Historicamente os sapatos produzidos em âmbito nacional não se configuram como produtos de luxo. Em contexto global recente ocupam posição intermediária entre os calçados fabricados pelo mercado asiático, que são mais baratos, e os fabricados pelo mercado italiano, que possuem atributos como sofisticação, design e marca (CAMPOS; CALANDRO, 2009, p. 519). Logo, as pessoas que formam o público consumidor de uma marca como a Zeferino dão preferência, em suas práticas de consumo, à comprar sapatos fabricados no exterior, em oportunidades de viagem ou em lojas localizadas no Brasil que comercializam artigos importados, por não reconhecerem nos artefatos nacionais o perfil dos sapatos de luxo. Para localizar esta questão vale ressaltar que, a partir das falas dos interlocutores (Alfredo Mascarenhas, julho de 2012; Cristiano Rodriguez, agosto de 2012; Eduardo Rabinovich, agosto de 2012), a empresa Zeferino entende que seu público consumidor é feminino, pertencente às classes A e B, que podem realizar viagens ao exterior e consumir marcas internacionais, incluindo marcas de sapatos.

Eduardo Rabinovich percebe que as práticas deste público consumidor vêm se transformando durante o período de existência da Zeferino. Para ele estas transformações estão relacionadas a aspectos econômicos como, por exemplo, a queda de valor da moeda americana em relação à moeda nacional, o que ampliou as oportunidades de viagens de brasileiros ao exterior e o seu poder de compra.

Quanto aos preços dos sapatos Zeferino, tomando como base os modelos da coleção de Verão 2014 disponíveis na loja *on-line* do *site* Zeferino, os valores estão na faixa entre R\$ 586,00 a R\$ 1.740,00. O preço máximo pode chegar a mais de R\$ 2.000,00 como, por exemplo, é o caso de botas feitas em couro exótico ou sandálias de festa com aplicação de milhares de cristais. Eduardo Rabinovich informa que o preço praticado por sua marca está acima dos preços praticados pelas marcas nacionais de sapatos e abaixo das internacionais. O gestor registra em entrevista concedida à revista IstoéDinheiro que “Um sapato italiano que custasse R\$ 800,00 venderia que nem água, mas sendo nacional é mais

difícil” (BORELLI, 2012). Para ele é nítido que de forma recorrente os artefatos nacionais – principalmente os de luxo – são preteridos pelas pessoas que fazem parte do seu público alvo, pois “a percepção do produto nacional ainda, do brasileiro, ainda é ruim” (Eduardo Rabinovich, entrevista, agosto de 2012). Este (a) consumidor (a) prefere comprar produtos de luxo de marcas legitimadas, como as francesas ou italianas, em detrimento das nacionais. Eduardo Rabinovich afirma que o público consumidor que ele tem como foco muitas vezes “compra um sapato ((caro)), mas compra um da Prada”<sup>30</sup> (Eduardo Rabinovich, entrevista, agosto 2012).

Uma pista para discutir a questão da não associação entre produtos nacionais e luxo pode ser encontrada na argumentação elaborada por Queluz (2008), em diálogo com Marilena Chauí (2004). Queluz aponta que uma noção de identidade brasileira tem sido forjada em meio a valores construídos por nossa sociedade que tem como herança o colonialismo e o imperialismo, de forma que “a própria imagem de nação brasileira se constrói numa inversão, escondendo relações de poder” (QUELUZ, 2008, p. 19). Estes apagamentos implicam em hierarquizações no âmbito social, onde a diferença é tornada em desigualdade, impulsionando relações nas quais um manda, o outro obedece.

Queluz também problematiza as proposições de Aloísio Magalhães que, no primeiro Simpósio Brasileiro de Desenho Industrial em 1976, diziam respeito a sua visão da necessidade de importar rigor e método europeus para tentar equilibrar as formas intuitivas e criativas pelas quais o design no Brasil estava sendo feito. Para a autora fica nítido que tais proposições foram construídas sobre “uma tradição histórica de ver a criatividade e a intuição brasileiras como desprovidas de (ou antagônicas a) método e razão, parecendo que apenas neste tipo de racionalidade é que o design se torna possível” (QUELUZ, 2008, p. 23). Com isto Queluz quer ressaltar que estes valores permeiam tanto as produções brasileiras, como seus discursos e práticas de consumo. A partir da discussão feita por esta autora é possível pensar nestes como alguns dos motivos pelos quais os artefatos de luxo produzidos no Brasil escapam da percepção das pessoas que poderiam consumi-los, cujo olhar foi construído, neste sentido e em grande medida, em direção à superioridade dos produtos internacionais.

---

<sup>30</sup> PRADA é uma marca italiana, originalmente de acessórios, fundada em Milão em 1913 (SABINO, 2006). De acordo com o site da marca Prada, tomando os modelos da Coleção Primavera/Verão 2014 disponíveis para compra *on-line*, os preços de sapatos femininos estão entre a faixa de \$520 e \$1.950 dólares americanos, no entanto não foi possível certificar se haveria algum acréscimo de valores relativos a impostos no caso da compra *on-line* ser feita a partir do Brasil. Estes preços são mais altos do que os praticados pela Zeferino, no entanto, a própria Zeferino entende que seu público consumidor, em parte, é o mesmo que o desta marca italiana. Marcela Padilha Siqueira, analista de produtos da Zeferino, informa em depoimento que a Zeferino toma marcas como a Prada como base para se comparar até mesmo como um objetivo, “uma pretensão” (Marcela Padilha Siqueira, entrevista, julho de 2012). A analista explica que é nas marcas de sapatos e acessórios internacionais que a empresa se espelha.

Importa ainda problematizar a questão de identidade brasileira considerando a estratégia da Zeferino de tomar uma noção de brasilidade junto ao luxo contemporâneo para se constituir como uma marca nacional de artefatos de luxo. A empresa afirma ter “DNA 100% brasileiro”<sup>31</sup> e define o que significa brasilidade para si. Seu entendimento do conceito diz respeito à pluralidade cultural do Brasil: “Zeferino traz brasilidade, as múltiplas referências culturais de nosso país”<sup>32</sup>.

A brasilidade vista de maneira polissêmica encontra respaldo em Santos (2008) que tensiona a ideia de uma identidade nacional compreendida no singular, no contexto do design feito no Brasil. De acordo com Santos, importa refutar o pensamento da existência de uma identidade límpida e sem mesclas, tanto no âmbito individual, quanto no de um país, uma vez que a cultura tem lugar privilegiado na construção dos significados a respeito do mundo ao nosso redor. Significados estes que são mediados pelo discurso e que portanto “não são intrínsecos às coisas, mas resultantes da articulação entre fatores materiais e sistemas culturais ou simbólicos” (SANTOS, 2008, p. 39). Em diálogo com Stuart Hall (2000) a autora afirma que tal noção de identidades humanas também têm sido estendidas às identidades nacionais, envolvendo “a crença em um conjunto de características comuns aos membros de uma nação, decorrentes da ancestralidade e da história por eles partilhada” (SANTOS, 2008, p. 38). Neste mesmo sentido Mendes (2008), ao problematizar algumas estratégias que foram utilizadas para a construção da identidade da nação brasileira, dialoga com Garcia Canclini (1997) afirmando que elementos próprios da natureza, os saberes e fazeres populares, significados construídos historicamente foram colados a uma noção do que viria a ser verdadeiramente nacional. Na intenção de criar uma unidade de identificação determinados elementos que, supostamente, seriam comuns a todos são eleitos e outros descartados, apagando as contradições e as particularidades que constituem a diversidade de um país.

Débora 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. Nesta investigação a autora encontra as ideias de riquezas naturais, fauna, flora, alegria, cores, diversidade, sensualidade associadas a uma identidade nacional brasileira, mas não luxo, alta qualidade ou sofisticação. Seu argumento expõe que “a moda brasileira, mesmo em seu gênero mais refinado e luxuoso, precisa de algum modo remeter a (...) trabalho manual” (LEITÃO, 2007, p. 212). Desta forma, é possível compreender que os elementos pertencentes e os não pertencentes à noção de identidade nacional – neste caso, a brasilidade - investigada por Leitão são mediados pelo discurso e

---

<sup>31</sup> Refiro-me ao fragmento “Eduardo Rabinovich criou a Zeferino para dar nome a um sonho: uma marca de acessórios de luxo que tivesse DNA 100% brasileiro”, do catálogo institucional ZEFERINO (2011, p. 3).

<sup>32</sup> Disponível em [www.zeferino.com.br](http://www.zeferino.com.br). Acesso: 16 mai. 2013, 23:20.

foram construídos historicamente por meio da linguagem e das representações, as práticas discursivas.

A busca de uma identidade brasileira por parte das marcas de moda, como uma estratégia mais sistemática, teve início a partir da década de 1990. O setor da confecção de roupas no Brasil se voltou com maior atenção para referências nacionais como parte de um processo de consolidação<sup>33</sup>, o que Prado e Braga (2011) chamam de autorreferência. É importante destacar que as empresas que fizeram este movimento possuíam como principal artefato as roupas e não acessórios como sapatos. Em entrevista, Alfredo Mascarenhas que é consultor de marketing e negócios de moda na Zeferino, explicita esta ideia quando diz que “a sapataria no Brasil tem um aspecto que eu acho muito interessante, diferente do que é roupa (...) porque como existem desfiles e a *internet* denunciou o volume de cópias que os estilistas brasileiros faziam (...) isso não aconteceu com o sapato” (Alfredo Mascarenhas, entrevista, julho 2012). De acordo com Alfredo Mascarenhas, as empresas que produziam artefatos como roupas foram obrigadas a buscar mais cedo referências nacionais como uma estratégia de superação das formas anteriores de elaboração de coleções de roupas que, segundo ele, se configuravam pela cópia de produtos de marcas internacionais. A ampliação das redes de comunicação denunciou a estratégia da cópia. Alfredo Mascarenhas comenta que devido à disseminação da informação, foram “denunciados produtos e desfiles e *styling*, que era cópia de desfiles internacionais como foi Hussein Chalayan para Fórum, e isso com grandes pessoas fazendo, e as pessoas então tiveram que mudar rápido” (Alfredo Mascarenhas, entrevista, 2012). Desta maneira, as marcas nacionais fabricantes de roupas encontraram a autorreferência como uma estratégia de continuidade.

Quanto ao cenário dos sapatos produzidos no Brasil, Alfredo Mascarenhas comenta que, em certa medida, a prática da cópia de lançamentos internacionais ainda persiste. Ele afirma que esta prática continua sendo possível pois as pessoas em geral não conhecem a variedade de marcas de sapato que existem no exterior. Alfredo Mascarenhas cita que os brasileiros que viajam para a Europa, por exemplo, conhecem “Louboutin e Sérgio Rossi. Mas marcas internacionais como Zanotti são pouco conhecidas no Brasil” (Alfredo Mascarenhas, entrevista, julho de 2012).

Considerando também estas questões a respeito do cenário das marcas de sapatos, a Zeferino optou pela estratégia de explorar o uso de autorreferências e de elementos de legitimação. Estes aspectos serão desenvolvidos na sessão seguinte.

---

<sup>33</sup> Ver Prado e Braga (2011) que realizam uma narrativa histórica da consolidação do setor da moda no Brasil, partindo de 1889 até os dias recentes. Nesta trajetória os autores colocam em evidência as feiras têxteis de negócios, os primeiros estilistas, a abertura de cursos superiores na área e a estruturação das semanas de moda.

### 3.4 MATÉRIA-PRIMA COMO ATESTADO DE LEGITIMIDADE

As matérias-primas podem funcionar como uma estratégia de legitimação de uma marca de luxo. No caso da Zeferino estes elementos são legitimadores em dois âmbitos: como marca de luxo e como materialização dos conceitos que a Zeferino selecionou para se constituir, como por exemplo, a brasilidade.

Primeiramente, a legitimidade tradicional pode ganhar ou perder potência por meio da escolha de materiais para a feitura dos artefatos. Retomando a ideia de Lipovetsky e Roux (2005), a noção de artefatos de luxo está relacionada à nobreza, à riqueza da matéria-prima, à sua exclusividade, qualidade e preço. Logo, para este que é o padrão de artefatos adotado pela Zeferino, a matéria-prima primordial é a considerada a mais nobre: o couro natural. O couro natural é entendido historicamente como o material mais adequado para calçados. Os principais tipos de couro que servem à sapataria são os bovinos (vaca, ovelha), os ungulados (porco, carneiro, veado) e os exóticos (cobras, répteis e peixes). No entanto, ainda que todos estes tipos de couros sirvam à feitura de sapatos, há uma hierarquia social e econômica dentro da gama de couros associadas aos seus tipos, às classificações<sup>34</sup> de qualidade e aos acabamentos. Quanto aos tipos, os couros bovinos são os mais utilizados na fabricação de sapatos. Pedro Tamen (2010, p. 22) descreve em forma de poema o trabalho do sapateiro com o couro:

A mão. É esta que percorre a pele curtida por anos,  
por anos de livres passos, por ares de bosques e serras,  
e vem aqui aninhar-se entre estes dedos nodosos, doridos, desajeitados,  
que cumprem o seu dever para nela pôr o ser de uma nova liberdade.

Ao concordar sobre a centralidade deste tipo de matéria-prima na feitura de calçados, Mcdowell (1989) afirma que somente um mestre em seu ofício como Salvatore Ferragamo poderia ter quebrado as regras com tamanho domínio ao não usar couro na fabricação de sapatos. Na falta de abastecimento de couro durante a Segunda Guerra Mundial Ferragamo empregou materiais que nunca haviam sido usados na fabricação de sapatos, como por exemplo cortiça, ráfia, celofane e outros.

A legitimidade do couro, que confere autenticidade aos sapatos, está relacionada à condição de material mais adequado. Esta adequação tem justificativas baseadas em características físico-químicas, como por exemplo durabilidade, flexibilidade, respirabilidade, à maneira como se presta ao

---

<sup>34</sup> Murcilo (1962) registra que a classificação do couro seguia três categorias: primeira, segunda e terceira, além do refugio que são as peles mais precárias destinadas a outros tipos de artefatos que não sapatos. Nos dias recentes, esta situação foi drasticamente alterada, começando pela quinta A, quinta B, sexta A e assim até a oitava B e o "R" que é o refugio. Nestas categorias a quinta A equivale à primeira (Cláudio Pereira, entrevista, abril de 2012).

curtimento e aos múltiplos tipos de acabamentos<sup>35</sup>. Daniel Miller (2013) problematiza a ideia de vermos o que é natural como profundo e verdadeiro em oposição ao que não é natural como superficial e falso, questionando a superficialidade (e seu sentido negativo) atribuída às vestimentas quando realiza uma análise das relações de certas sociedades com as roupas.

Da mesma forma, retomando o pensamento de Miller sobre a relação entre aquilo que fazemos e a feitura de nós mesmos, é possível encontrar nas palavras do poeta Pedro Tamen a ideia de que o sapateiro se faz ao trabalhar com o couro:

Não sai de mim afinal outra coisa além do jeito / Com que modelo e aceito o que resulta do sal. / Com que tempero a natura que em minha mão se açoitou. / Ela me faz o que sou e ao fazer-me a faço impura (TAMEN, 2010, p. 51).

Não é qualquer ilusão se estes olhos com que vejo, / Olhos brancos e doirados, revelam que o que faço / Me faz a mim, me desvela (TAMEN, 2010, p. 33).

Que te prometo eu, ó pele de montes e pastagens / Que uma vida curtiu, que passou sol e vento / E que regressa aqui?

Que posso eu prometer-te, sola de pisar chão, / Com ele se casando, com ele fabricando um sim ao mundo / Que a minha mão percorre?

Não posso eu prometer-te o que não seja / O estar aqui enquanto me for dado  
Este banco no escuro em que te faço / E assim me vou fazendo (TAMEN, 2010, p. 29).

Por meio destes versos o sapateiro (o autor) demonstra compreender que não é um sapateiro em essência, mas que no fazer do couro se faz. Miller (2013) e Tamen (2010) ajudam na compreensão de que a legitimidade e autenticidade que o couro confere aos artefatos devido às suas propriedades naturais foram, de algum modo, construídas historicamente.

De igual maneira, a hierarquia dos tipos de acabamentos pode estar relacionada à ideia de naturalidade do couro. Os acabamentos em anilinas, que são extratos naturais, resultam em um couro mais transparente, preservando os poros da pele. As cores são menos intensas e as características naturais do couro são resguardadas no processo. Já os acabamentos com pigmentação ou tinta selam a superfície do couro impregnando-a e cobrindo certas imperfeições da pele. As cores podem ser intensas e as características da superfície do couro são cobertas em grande medida, resultando em maior homogeneidade visual. Cláudio Pereira, desenvolvedor e comprador de couro da Zeferino, deixa

---

<sup>35</sup> O curtimento é uma técnica antiga. Nos dias recentes os métodos de curtimento ao cromo e à base de vegetais são os mais comuns (CHOKLAT, 2012, p. 44).

nítidas as suas preferências em entrevista que concedeu:

Fragmento 7

Fonte: EN ARQ12 (CL) abr/2013. Turnos 385-387; 389

*CL. Eu acho que os couros, eu sou os que tem menos pigmento, né? Quanto menos pigmento, ele te dá impressão de mais natural! Mesmo que dê uma “diferençazinha” ((sorri falando a última palavra)).*

*E. E a diferença na verdade é uma coisa natural...*

*CL. É natural!*

*(...)*

*CL. É, eu, por mim, só trabalharia aí com couinhos anilina! Uma anilinazinha, uma cerinha para escovar e deu!*

Suas preferências são pelos elementos que remetem à ideia de naturalidade. Ele sorri enquanto pronuncia a palavra “diferençazinha”, que se refere a diferenças de cor entre peles de um mesmo artigo, porque defende que a prioridade é a fidelidade às características naturais do couro e não a fidelidade à cor definida pela cartela de cores<sup>36</sup>. Cláudio Pereira argumenta que a estratégia deve ser tentar ao máximo atingir a tonalidade de cor, mas sem aniquilar as características naturais do couro “porque no momento que eu boto lá estampa, pigmento, ele perde toda a característica. (...) ele vai perdendo a (...) ele vai mais para um lado de um sintético, que de um couro natural” (Cláudio Pereira, entrevista, abril de 2012). Com esta estratégia um de seus objetivos é manter as características naturais do couro como, por exemplo, toque, aparência, maleabilidade, a fim de afastá-lo do aspecto dos materiais sintéticos. Em outras palavras, preservar suas características de legitimidade. Neste contexto, o couro sintético assume o papel contrário do couro, pois não é natural, logo não confere legitimidade ao artefato.

Os tecidos usados na fabricação de sapatos de luxo também são divididos em naturais e sintéticos e, de maneira similar ao couro, as fibras naturais como a seda e o algodão podem conferir legitimidade aos artefatos.

No entanto, na hierarquia dos tipos de couro, os exóticos são os que conferem expressiva legitimidade aos sapatos de luxo. Seus tamanhos e formatos, sua origem, a necessidade de técnicas específicas de manuseio e fabricação e seu custo são aspectos que restringem seu uso.

Quanto às classificações, a hierarquia se dá no uso das melhores qualidades disponíveis. Cláudio Pereira descreve a maneira como lida com as classificações de couro: “quando é Zeferino eu

<sup>36</sup> A cartela de cores é um documento que pode ser montado de diversas maneiras distintas. Sua função é mostrar nitidamente a seleção de cores que será usada em determinada coleção. Normalmente, esta seleção tem relação com o tema da coleção e com a estação (CHOKLAT, 2012).



sempre tento trabalhar com melhores classificações que tem, os artigos aí, sempre a melhor classificação que tem aí no mercado” (Cláudio Pereira, entrevista, abril de 2013). Assim, demonstra que mesmo dentro dos couros naturais existem dimensões entendidas como mais ou menos adequadas para a confecção de sapatos de luxo.

A noção de que matérias-primas podem funcionar como uma estratégia de legitimação perpassa pelo argumento de Andrade (2008) de que materiais duráveis podem libertar os artefatos dos ciclos da moda enquanto permitem algo de longo prazo, como é o caso do couro, por exemplo. De igual forma o uso de materiais raros ou delicados implica o princípio de que “jamais se controla completamente o tempo provável que se emprega para produzir uma obra ou objeto” (LIPOVETSKY; ROUX, 2005, p. 144). Isto acaba por se tornar próprio aos processos de fabricação dos artefatos de luxo, uma vez que tais artefatos procuram transcender aos propósitos econômicos e de controle absoluto sobre os processos e tem como princípio a tarefa de conciliar aspectos econômicos e de recusa da ideia de que tudo seja econômico (LIPOVETSKY; ROUX, 2005, p. 145).

Tomando o segundo aspecto da matéria-prima como estratégia de legitimação mencionado no início desta sessão, estas materialidades podem objetualizar conceitos, concretizar ideias. O antropólogo Daniel Miller (2013) compreende que objetificar é um processo de criar coisas. Na tarefa de esclarecer este conceito o autor lembra Marx afirmando que a humanidade pode se ver nos objetos que resultam de seu próprio trabalho e assim reproduz a si mesma não apenas intelectualmente, mas também materialmente. Porém, ao invés de construir seu argumento sobre fundamentos marxistas, como o fetichismo, a reificação e a alienação, Daniel Miller prefere tomar Hegel nesta discussão para argumentar que a objetificação é um processo que envolve sim uma forma de autoalienação a partir de uma consciência humana criada por meio da percepção da existência de um mundo que é externo ao corpo humano. Esta autoalienação enfatiza o caráter contraditório das coisas que criamos e que trazem consigo tensões, como por exemplo os carros que possibilitam deslocamentos mais rápidos, no entanto poluem o ar e podem se envolver/causar/potencializar acidentes. A autoalienação pode se configurar quando perdemos a consciência de que fomos nós mesmos que criamos determinado objeto que acabou por se tornar opressivo. Ainda segundo Daniel Miller objetificação é um modo de incrementarmos a capacidade que temos como seres humanos, pois ter coisas pode, mas não necessariamente, nos proporcionar “recursos que aumentam nossa capacidade, experiência e compreensão” (MILLER, 2013, p. 94), estendendo alcances, ampliando passos, expandindo percepções.

Pela objetificação como um processo de criar coisas compreendo que as escolhas feitas pela Zeferino podem ser impressas na materialidade dos seus artefatos. Inicialmente nas materialidades das

matérias-primas e a seguir nas dos sapatos. Por exemplo, como em uma das estratégias de criação de seus artefatos que toma uma noção de brasilidade como um recurso de autorreferência e que busca nas múltiplas realidades e gentes do Brasil elementos capazes de dar forma a objetos.

Cristiano Rodriguez, estilista da marca, registrou em catálogo institucional um comentário a respeito uma de suas experiências de objetualização realizadas a partir de uma viagem à Amazônia. Por meio do texto do catálogo o estilista informa que “de lá (da Amazônia) trouxe texturas de folhas, madeiras e outros materiais que foram levados para o curtume e transformados” (ZEFERINO, 2011, p. 9). Um exemplo desta fala de Cristiano Rodriguez é o desenvolvimento da matéria-prima para a família Floral, da coleção Verão 2012. Para sugerir ao responsável pelos couros na fábrica Zeferino, Cláudio Pereira, o desenvolvimento de um material, Cristiano Rodriguez partiu de uma foto feita durante a viagem à Amazônia, Mato Grosso, Brasil:



Figura 16 - Chão de folhas na floresta Amazônica, Mato Grosso, Brasil. Fonte: Acervo digital Zeferino. Autor da foto: Cristiano Rodriguez.

Sua ideia era desenvolver um trabalho sobre o couro que pudesse reproduzir tanto os relevos quanto as cores do chão fotografado. Segundo Cláudio Pereira, as técnicas que poderiam oferecer o resultado desejado seriam a gravação do couro feita com chapas de aço e a pintura manual. Os processos para reproduzir o efeito o mais próximo possível da foto utilizada como referência demandariam pesados investimentos financeiros, considerando ainda o fato de que a área na qual tal material seria aplicado no sapato era reduzida, conforme é possível observar no croqui de um dos modelos da família. A área destinada ao uso do material é a colorida:

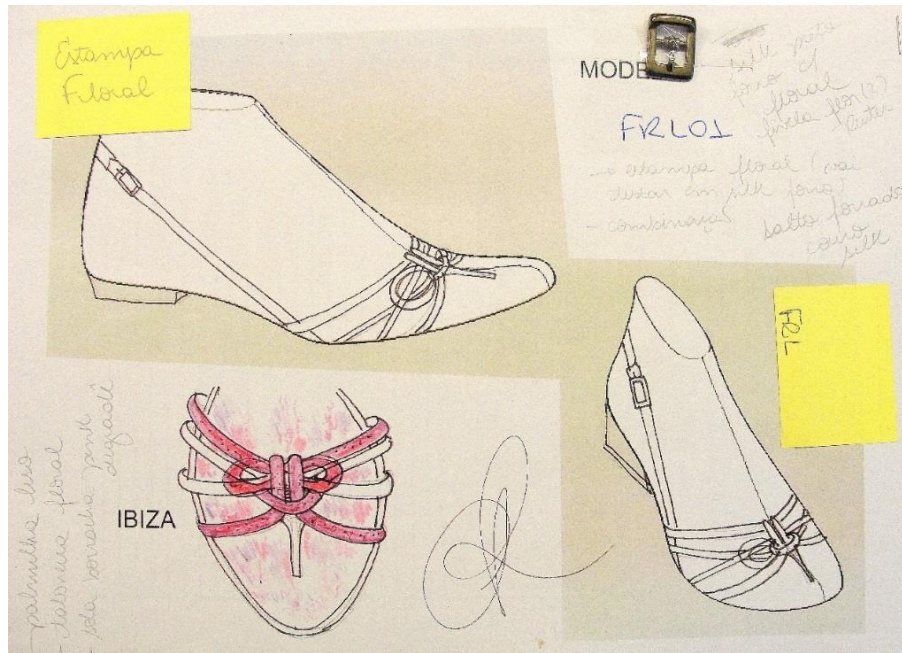


Figura 17 - Croqui de modelo da família Floral. Fonte: Acervo Zeferino. Fonte: Foto de autoria própria.

Logo, algumas alternativas foram consideradas como, por exemplo, usar gravações já existentes nos acervos dos prestadores de serviços. Estas são duas das opções analisadas na época:



Figura 18 - Opções de gravações para couro. Fonte: Acervo digital Zeferino.

Tais opções não atenderam as expectativas do estilista e foram descartadas. No entanto, o material sintético cuja estampa floral apresenta a seguir acabou sendo entendido por Cristiano Rodriguez como adequado para ser usado nesta família de modelos.



Figura 19 - Material sintético estampado utilizado na família Floral. Fonte: Acervo digital Zeferino.

Este material foi identificado pelo estilista durante os encontros regulares com fornecedores (as) de diversos tipos de componentes. Em tais visitas os (as) fornecedores (as) levam até a equipe de desenvolvimento, tanto na Zeferino em São Paulo, SP, como na fábrica em Novo Hamburgo, RS, amostras de variados tipos de materiais que por vezes se mostram adequados para a confecção de determinados modelos. Por fim, este foi o resultado obtido no processo descrito:



Figura 20 - Exemplos de modelos da família Floral. Fonte: Acervo digital Zeferino. Autora das fotos: Márcia Fasoli.

Para Cristiano Rodriguez as autorreferências estão presentes em todo o processo de

realização dos sapatos, porém sempre elaboradas à maneira dos artefatos de luxo. Sua intenção é a de que estas referências se manifestem em outras dimensões como, por exemplo, nas formas pelas quais as matérias-primas são escolhidas, desenvolvidas e aplicadas.

Outro exemplo é a família Borboleta, também da coleção Verão 2012, na qual técnicas foram aplicadas no couro durante o processo de desenvolvimento a partir de ideias concebidas nas pesquisas para a criação. Nesta ocasião o estilista partiu de uma imagem que havia registrado às margens do Rio Cristalino, Amazônia, Mato grosso, Brasil:



Figura 21 - Borboletas na Amazônia, Mato Grosso, Brasil. Fonte: Acervo digital Zeferino. Autor da foto: Cristiano Rodriguez.

A partir da foto Cristiano Rodriguez tomou o elemento borboleta como um motivo para a criação de uma família de modelos dentro da coleção. Pensando em maneiras de aplicar esta ideia pesquisou formas de estilização do inseto:



Figura 22 – Referências para estilização da figura da borboleta. Fonte: Acervo digital Zeferino.

Em outra fase desenhou o croqui:

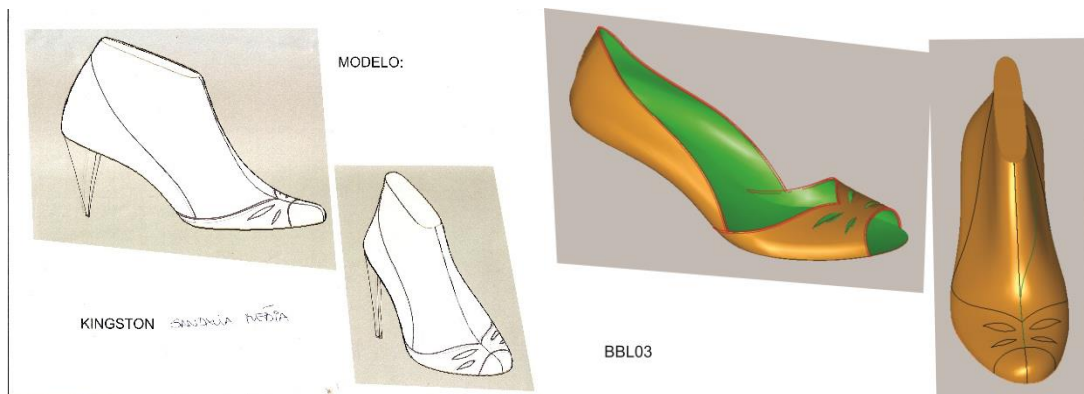


Figura 23 - Croqui e croqui 3D de modelo da família Borboleta. Fonte: Arquivo digital Zeferino.

Encaminhou as formas estilizadas do inseto para o desenvolvimento do desenho que deveria ser queimado e vazado a laser no couro, desenvolveu variações de desenhos de borboletas e fez estudos de sobreposições de materiais considerando os vazados deixados no couro pela técnica do laser:



Figura 24 – Arte não aprovada (esquerda) e arte aprovada (direita). Fonte: Acervo digital Zeferino.

Finalmente o estilista aprovou este resultado para os modelos:



Figura 25 - Exemplos de modelos da família Borboleta. Fonte: Acervo digital Zeferino. Autora das Fotos: Márcia Fasoli.

De acordo com Cristiano Rodriguez, ele compartilha do conceito de brasilidade definido pela Zeferino, afirmando que para ele este conceito significa “a cultura do nosso país, que é bem rica, ((brasilidade significa)) expressar essa cultura” (Cristiano Rodriguez, entrevista, setembro de 2013). A partir das imagens dos modelos finalizados é possível observar que o material escolhido para ser aplicado embaixo do couro vazado a laser e também no salto foi uma palha natural. A partir de uma das falas do estilista percebo seu entendimento de que o uso deste tipo de material pode ser uma forma de

indicar brasilidade. Cristiano Rodriguez diz que seria possível associar as cidades de Nova Iorque, EUA, e São Paulo, SP, Brasil, utilizando “materiais que remetam a uma história tipo um trissê de palha, um não sei o quê, que imita os prédios de Nova Iorque, é tudo uma mistura que leva para esse ar da brasilidade” (Cristiano Rodriguez, entrevista, setembro de 2013). Por outro lado, esta nem sempre é uma estratégia utilizada ou nítida. Isto pode ser percebido no fragmento seguinte:

Fragmento 8

Fonte: EN ARQ14 (C) set/2013. Turnos 229-237

*E. Você pode me dar um exemplo? Dos materiais da Zeferino ou das cores que você usa, um exemplo de brasilidade?*

*C. Um exemplo de material que remeta à brasilidade?*

*E. Isso! Na Zeferino.*

*C. Eu acho que nem seria um material, seria o feito à mão mesmo! Essa coisa do artesão, né?*

*E. Hum!*

*C. Até o trabalho de trissê, essa coisa mais feita à mão, eu acho que mais isso.*

*E. Tá.*

*C. Eu não tenho em mente nenhum material de brasilidade, eu acho que é mais isso, essa parte do feito à mão, essa coisa do cuidado, né?*

Neste fragmento Cristiano Rodriguez associa a brasilidade não mais ao uso de determinados materiais, mas sim à aplicação de técnicas manuais, aos saberes ligados ao artesão que faz à mão e o faz bem. Estas afirmações contraditórias a respeito da relação entre brasilidade e as matérias-primas utilizadas pela Zeferino demonstram que, ainda que este conceito adotado pela marca seja explicitado tanto institucionalmente quanto a partir das falas dos interlocutores, tal noção é ampla na medida em que deseja abarcar as multiplicidades culturais de um país vasto como o Brasil. Desta maneira, vale retomar a discussão realizada por Santos (2008) que trata justamente da impossibilidade de definir uma identidade nacional única na tentativa de validar ou legitimar o que viria a ser uma identidade brasileira ou a brasilidade. Assim, segundo Cristiano Rodriguez, a brasilidade na Zeferino ora pode ser expressa por meio de determinados materiais, ora pelos modos exímios do fazer manual, sendo que na narrativa destas alternâncias por vezes o uso de materiais chega a ser negado como possibilidade de denotar brasilidade, o que permite perceber na prática a polissemia deste conceito.

Além das matérias-primas, as materialidades nesta pesquisa se configuram também como sapatos. Assim, passo a discutir estes objetos como artefatos, explorando aspectos de suas biografias.

### 3.5 OS SAPATOS COMO ARTEFATOS

A partir da ideia de Appadurai e Kopytoff (2010) sobre a biografia das coisas, tomo os sapatos



como uma estratégia para acessar os sentidos inscritos em suas formas e componentes. Esta apresentação quer iniciar uma aproximação dos objetos a fim de que possamos seguir suas trajetórias o quanto possível. Choklat (2012) argumenta sobre a importância de se conhecer as partes e as nomenclaturas conforme são utilizadas no meio onde o calçado é fabricado. Esta ideia reforça o que encontrei tanto na literatura quanto no trabalho empírico realizado junto ao cotidiano das práticas do fazer, que é o não consenso quanto às nomenclaturas das partes que compõem um calçado. Nestas esferas, as partes podem receber nomes diferentes como, por exemplo, o uso da palavra palmilha.

No contexto da fábrica da Zeferino palmilha se refere à estrutura que forma a base do sapato. A figura a seguir permite visualizar este componente:

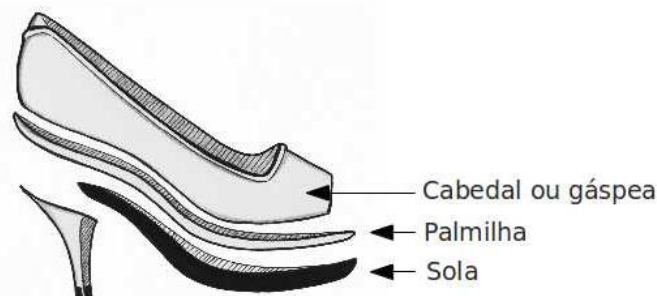


Figura 26 - Estrutura geral de um sapato. Autor: Raphael Rios.

No uso cotidiano da palavra, muitas vezes palmilha se refere ao que no meio sapateiro significa a palmilha de acabamento (Choklat, 2012) ou, conforme a fábrica Zeferino, à taloneira. Diante das diferentes denominações possíveis, assumi as nomenclaturas de acordo com as utilizadas pela fábrica Zeferino. São estas as principais partes:

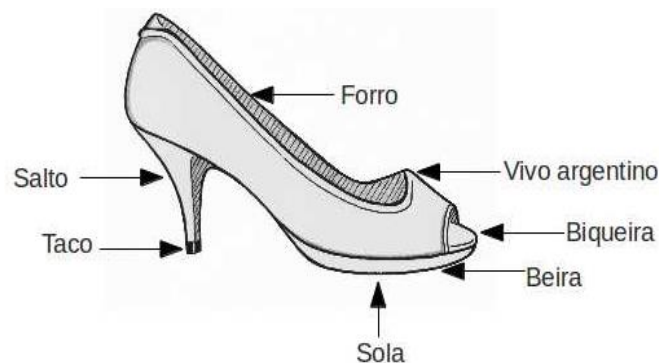


Figura 27 - Partes de um sapato. Autor: Raphael Rios.

Como é possível observar na Figura 26, o cabedal ou gáspea é a maior parte aparente do

sapato e compreende toda a área que está acima da sola. Ele é composto por peças modeladas e justapostas por meio de costura. É no cabedal que são utilizadas as matérias-primas principais. Na maior parte das vezes o cabedal é feito em couros naturais. Mas também podem ser utilizados couros sintéticos, tecidos e outros tipos de fibra como a palha, por exemplo. Nos modelos abertos na frente, como é o exemplo apresentado na Figura 27, a biqueira é a parte da palmilha que fica visível por meio da abertura frontal. Nos modelos fechados, a biqueira é uma camada interna que ajuda na manutenção do formato do bico do sapato. Pode ser feita em material termoplástico ou em couro.

O forro é a parte interna junto do cabedal. Esta peça é importante para auxiliar a fixação e firmeza das partes do cabedal e para proteger a pele humana do contato com avessos e costuras ásperas. A matéria-prima usada no forro deve ser desenvolvida com a finalidade de ser confortável no contato com a pele.

A sola é a parte que toca o chão. Pode ser feita de diversos materiais como couro, borracha e resinas. A maior parte das solas dos sapatos Zeferino são feitas de couro tingido atravessado na cor pink. A beira é a borda da sola, que na maior parte das vezes não recebe destaque. No caso dos artefatos Zeferino a beira tem implicação devido à sua cor pink.

O salto é uma elevação que dá apoio à parte traseira do sapato. É feito de composições plásticas que resultam em um material rígido e contém um pino de metal que proporciona segurança. O taco ou capa de salto é a pequena extremidade plástica, feita em poliuretano (PU), que fica no final do salto junto ao chão.

O vivo argentino é um tipo de acabamento feito em couro, nas bordas de peças ou partes recortadas. Segundo Murcilo (1962, p. 51) “o vivo argentino é muito usado em calçados para senhora (...) mas em pouca escala, porque o vivo argentino é para sapato de luxo, por ser um trabalho demorado, o que vem a encarecer a mão-de-obra.” O debrum é um acabamento similar, porém mais largo.

Complementando a descrição das partes do sapato, conforme os usos na fábrica Zeferino, existem ainda alguns componentes a serem identificados. São eles a plataforma e a vira, além da composição de partes que forram a palmilha, a saber o debrum de palmilha, a biqueira, a moldura de taloneira e a taloneira. A figura a seguir mostra estes elementos:

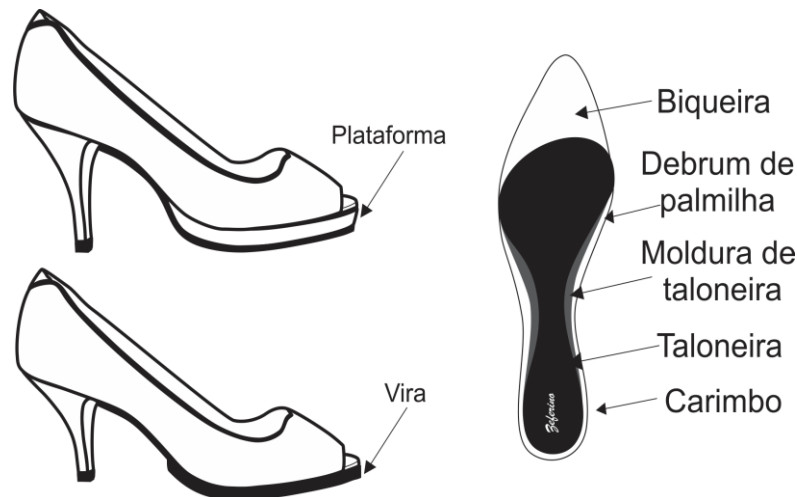


Figura 28 - Plataforma, vira e composição da forração da palmilha. Fonte: Autoria própria.

A composição da forração de palmilha pode ser variada, desde opções simplificadas, como o uso de uma peça inteiriça, até as mais sofisticadas. Todas possuem a mesma função, que é dar acabamento à parte interna do sapato, mas como no caso da Zeferino, também podem servir como um recurso de adorno por meio da combinação de materiais e cores. Existem ainda as partes internas do sapato, que são como camadas escondidas entre o cabedal e o forro, como o contraforte e a couraça por exemplo.

Estas são as partes básicas dos sapatos femininos. Inúmeras variações são possíveis, de acordo com cada modelo, o que pode ampliar em muito a quantidade de partes em um sapato, bem como o uso de enfeites como, por exemplo, ilhoses, cravos, cristais, rebites, cadarços e aplicações de flores e outros adereços. Algumas destas especificidades serão abordadas no capítulo 4 no contexto de alguns modelos Zeferino.

### 3.6 OS SAPATOS ZEFERINO: COLEÇÕES, LINHAS, FAMÍLIAS E MODELOS.

Os sapatos Zeferino estão organizados por coleções, linhas e famílias. No contexto da moda, as coleções são conjuntos de artefatos alinhados quanto aos aspectos estéticos, apresentando relação entre si e com um fim comercial. Este conjunto pode ser formado a partir de um tema. As coleções também podem dizer respeito ao ano da moda que possui duas estações principais – verão e inverno. A Zeferino segue o calendário da cidade de São Paulo, SP, onde as coleções de verão são lançadas no mês de junho e as de inverno em novembro. De maneira geral este calendário organiza o ritmo de

trabalho das empresas que produzem artefatos de moda.

As linhas podem ser entendidas como divisões dentro da coleção principal em coleções ou “histórias” menores, o que segundo Sorger e Udale (2009) funciona como uma estratégia para facilitar a criação e a comercialização. Na Zeferino as linhas são conjuntos de tipos distintos de produtos.

As famílias são conjuntos de 4 ou 5 modelos agrupados sob um pequeno tema dentro do grande tema da coleção. Elas estão localizadas dentro das linhas da coleção. Apresento a seguir a organização dos artefatos Zeferino:

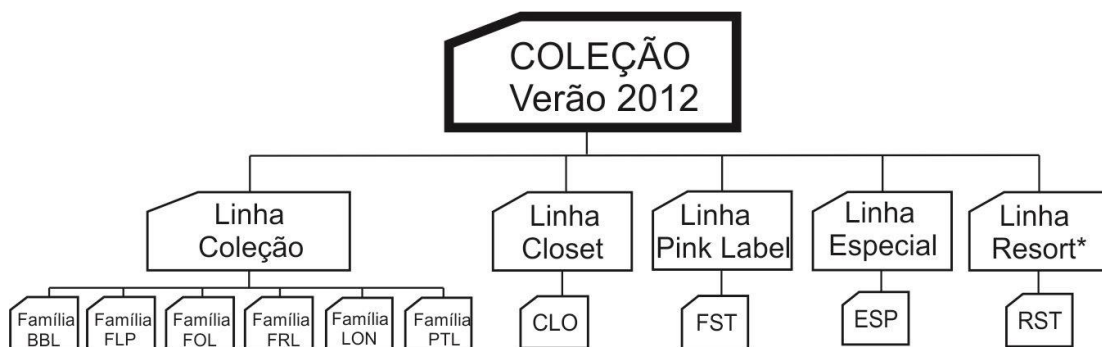


Figura 29 - Organograma das coleções Zeferino. Fonte: Autoria própria.

As Coleções são formadas por aproximadamente 100 modelos, sendo em geral 8 famílias de 5 modelos, 25 modelos na linha Closet, 20 na linha *Pink Label*, 5 na linha Especial e 10 na linha Resort\* (Verão) que alterna com a linha Botas (Inverno).

### 3.6.1 Linhas de Sapatos Zeferino

As linhas são grupos de modelos dentro da grande coleção, separados por aspectos relacionados principalmente ao seu tipo, considerando a comercialização e o consumo. São estas as linhas Zeferino que fazem parte da coleção:

**Linha Coleção:** Esta linha faz parte das coleções da Zeferino desde o início da empresa e tem o objetivo de apresentar o conceito da marca e da coleção temática. É formada por famílias de modelos e explora o tema da coleção por meio de seus elementos formais, nas matérias-primas e nas cores. Também está diretamente ligada a aspectos dos circuitos da moda, apresentando maior variação – de estação à estação – de formas, saltos e tipos de materiais. Nos modelos da linha Coleção certas técnicas artesanais estão mais presentes como, por exemplo, os trissês, costuras manuais, misturas de materiais, entre outros. É importante planejar uma variação que contemple diversas alturas e tipos de salto, bem

como de modelos, dentro de cada família que compõe a linha Coleção, como mostra a figura abaixo:



Figura 30- Exemplo da família Lona da linha Coleção. Fonte: Acervo digital Zeferino. Autora das fotos: Márcia Fasoli.

Linha Closet: É formada por modelos consagrados dentro da marca e surgiu para agregar e manter em circulação os sapatos amplamente aceitos nos circuitos de comercialização. Os modelos vão sendo inseridos no conjunto no decorrer das coleções e à medida que têm boa aceitação nas vendas. Por este motivo, os modelos que fazem parte da linha Closet remetem a artefatos que estão relacionados em menor medida aos movimentos mais efêmeros da moda e são entendidos neste contexto como perenes. No entanto, esta seleção é dinâmica e modelos podem ser inseridos e descartados conforme adquirem ou perdem importância nos circuitos de comercialização. Estes são alguns exemplos de modelos da linha Closet:



Figura 31 - Modelos da linha Closet. Fonte: Acervo digital Zeferino. Autora das Fotos: Márcia Fasoli.

Linha *Pink Label*: Linha dos modelos de festa. Este tipo de modelo se tornou um importante segmento para a Zeferino devido aos modos por meio dos quais são feitos e aos materiais que utilizam, como o tecido cetim de seda, por exemplo. Por estes motivos, comumente os modelos da linha *Pink Label* são associados à alta-costura francesa. Formada em grande parte por modelos de sandálias, a linha também apresenta sapatilhas e *scarpins*. Cristais, flores e laços são elementos que se destacam.



Figura 32 - Modelos da Linha Pink Label. Fonte: Acervo digital Zeferino.  
 Autora das Fotos: Márcia Fasoli.

Linha Especial: Esta linha surgiu a partir da linha Coleção e é formada pelos modelos de fabricação mais complexa, envolvendo maior tempo de trabalho, técnicas e materiais especiais e preços mais altos. Diogo Terme de Oliveira e David Paim de Matos afirmam que os modelos desta linha são reconhecidos facilmente, pois são os que tem mais trabalho manual, mais mão-de-obra aparente e muitas operações no processo de produção (David Paim de Matos; Diogo Terme de Oliveira, entrevista, abril de 2013). Inicialmente, a linha Especial reunia modelos destinados quase que exclusivamente à divulgação nos meios de comunicação. No entanto, estes sapatos começaram a ser procurados pelos consumidores nos canais de distribuição e assim passaram a ser comercializados.



Figura 33 - Modelos da Linha Especial. Fonte: Acervo digital Zeferino. Autora das Fotos: Márcia Fasoli.

Linha Resort: Esta linha é oferecida somente nas coleções de verão pois é composta por modelos adequados ao clima desta estação do ano. É formada por sandálias rasteiras, chinelos e sapatilhas, privilegiando o uso de materiais sintéticos e tecidos para atingir preços mais baixos em relação aos preços das demais linhas. Esta estratégia tem o objetivo de que a linha Resort seja um complemento nas vendas durante as Coleções de Verão, tendo em vista as festas de final de ano e viagens de férias.



Figura 34 - Modelos da linha Resort. Fonte: Acervo digital Zeferino. Autora das Fotos: Márcia Fasoli.

Linha Botas: Formada por botas de diversos modelos, materiais e alturas de salto e cano, esta linha é oferecida apenas nas coleções de inverno. Foi criada a partir da percepção de que as botas (antes presentes na marca apenas nas famílias da linha Coleção) eram um tipo de produto muito procurado nos canais de distribuição da marca.



Figura 35 - Modelos da linha Botas. Fonte: Acervo digital Zeferino. Autora das Fotos: Márcia Fasoli.

Cada uma destas famílias de modelos é organizada internamente por meio de referências. O processo de referenciação dos modelos diz respeito à identificação de cada artefato e tem procedimentos que foram aprimorados no percurso do trabalho de desenvolvimento dos produtos, como é possível compreender a partir do fragmento da narrativa de Diogo Terme de Oliveira e David Paim de Matos que segue:

## Fragmento 9

Fonte: EN ARQ09 (DA; DI) abr/2013. Turnos 894; 900-908

*DI. Sim, na verdade começou só com nome de mulheres os sapatos.*

*(...)*

*DI. Aí começou pelo 01, 02, 026, tudo só números. Daí depois se viu que ia se perder nos números, né?*

*E. Ahã.*

*DI. Tinha até o 80, 90, daí começou as siglas, né?*

*E. Ahã.*

*DA. As famílias.*

*DI. É.*

*E. Aí ele virou o CLO50.*

*DA. Família, né, começou família.*

*DI. É, famílias com as siglas na frente, CLO, FST (...)*

Sem um planejamento em longo prazo os modelos foram batizados com nomes de mulheres como Mirna e Pietra, por exemplo. Quando os nomes começaram a faltar passaram a referenciar os modelos com números. No entanto, a partir da organização elaborada em linhas e famílias foi possível criar referências mais específicas para cada modelo, juntando siglas dos nomes das famílias a uma sequência numérica.

As siglas da linha Coleção são usadas para nomear cada família e são criadas por estação. Estas siglas têm relação com o tema da coleção que dá origem ao nome de cada família. Explicito estas relações utilizando o exemplo das famílias da coleção Verão 2012:

<b>Famílias</b>	<b>Siglas</b>	<b>Referências por Modelo</b>
Borboleta	BBL	BBL01 – BBL02 – BBL03 – BBL04 – BBL05
Flor de Peixe	FLP	FLP01 – FLP02 – FLP03 – FLP04 – FLP05
Folhas	FOL	FOL01 – FOL02 – FOL03 – FOL04 – FOL05
Floral	FRL	FRL01- FRL02 – FRLO3 – FRL04 – FRL05
Lona	LON	LON01 – LON02 – LON09 – LON04 – LON05
Pétalas	PTL	PTL01 – PTL02 – PTL03 – PTL04

Quadro 2 - Relação entre famílias, siglas e modelos. Fonte: Autoria própria.

As referências nunca são repetidas, sendo que as linhas Closet, *Pink Label*, Especial, Resort e Botas seguem uma numeração sequencial contínua, coleção após coleção, já que suas siglas permanecem sempre as mesmas. São elas CLO, FST, ESP, RST e BOT. A linha *Pink Label* tem a sigla FST pois anteriormente era chamada de linha “Festa”. Mesmo com a alteração do nome da linha para *Pink Label* foi decidido não alterar a sigla que nomeava os modelos, a fim de não provocar confusões



nos registros anteriores, bem como não interromper a sequência.

Tendo narrado as principais informações sobre os artefatos e sua organização dentro das Coleções Zeferino, passo a apresentar os modelos selecionados pelos modelistas para serem discutidos neste estudo e a descrever os motivos que os levaram a realizar tal seleção.

### 3.7 OS MODELOS SELECIONADOS

A coleção de sapatos fabricados pela Zeferino é formada por diversos tipos de modelos. Dentre estes, apresento a seguir os 15 modelos que foram selecionados pelos modelistas para as discussões durante o trabalho empírico. Importa salientar que o método empregado nesta etapa privilegiou a seleção feita pelos modelistas e que evitei interferir no processo seletivo. Minha intenção foi propiciar aos modelistas falarem a partir de suas próprias escolhas e ao mesmo tempo envolvê-los a fim de que contassem a respeito de artefatos e trabalhos do seu interesse.

O olhar para estes artefatos selecionados acontece como se olha para uma coleção, para objetos reunidos ao redor de um sentido. Calvino (2010) considera que uma coleção de artefatos também pode ser entendida como um diário: “diário, de viagens, (...) diário de sentimentos, de estados de ânimo, de humores” (CALVINO, 2010, p. 13). No caso desta seleção em particular um diário de trabalho, feito a partir de coisas que guardam em si lembranças e registros a respeito do fazer que cada modelo exigiu. Ao serem retomados os sapatos ativam as memórias do fazer minucioso, das horas gastas em tentativas, das trajetórias de cada modelo. Fazeres, horas e trajetórias que podem ser (e são) esquecidos com o tempo, o que segundo Calvino (2010) tem como antídoto o ato de colecionar. Para o autor, um dos motivos pelos quais fazemos coleções é o de reunir objetos a fim de salvá-los do esquecimento e assim tentar reter um pouco das nossas existências. Ao reunirem os sapatos para a discussão, os modelistas trouxeram artefatos de diferentes linhas, diferentes modelos e possíveis usos distintos, buscando uma maior abrangência de objetos que pudessem falar sobre o seu trabalho. Participaram desta seleção os modelistas David Paim de Matos e Diogo Terme de Oliveira, com o objetivo de acessar dados para reconstruir algumas relações entre o trabalho dos modelistas e do estilista, de forma que a partir deste momento passo a me referir a estes dois modelistas pelos seus primeiros nomes, a saber, David e Diogo.

Os artefatos que os modelistas selecionaram acionaram memórias impregnadas de sentido, partindo da noção de que carregam em sua materialidade as marcas das tensões e negociações por meio das quais foram constituídos. Este tipo de memória pode ser aproximado ao pensamento de

Stallybrass (2012) que diz estar a roupa ou os artefatos feitos para uso do corpo “poderosamente associada com a memória ou, para dizer de forma mais forte, a roupa é um tipo de memória” (Stallybrass, 2012, p. 14). Concordo com este autor e acrescento que, tanto no caso de roupas, como no de sapatos dá-se o nome de “memória” à capacidade dos artefatos de reter fisicamente as marcas que lhe são impressas pela manipulação ou uso. David em depoimento faz uso desta palavra, como é possível observar no seguinte fragmento, com grifo meu:

Fragmento 10

FONTE: EN ARQ9 (DA; DI) abril/2013. Turnos 722-733

*E. E os vivos eles estão sendo feitos quando é metalizado, de sintético?*

*DA. Sintético.*

*E. Sintético. Por que dá menos (...)*

*DA. Na realidade fica até mais bonito, é um vivo mais bonito.*

*E. Ele fica mais vivo, né?*

*DA. Mais vivo! Exatamente, ele tem mais brilho. E bem melhor o custo, né?*

*E. E para trabalhar melhor também, ou não?*

*DA. Para trabalhar depende a curva que tem que fazer é um pouco pior, mas não que não dê para fazer.*

*E. É?*

*DA. É. Porque o couro por ser vivo é mais maleável, né?*

*E. Ahã.*

*DA. Tu consegues esticaaar, moldar ele. E ele ((o sintético)) tem menos **memória** que o couro. O couro que tu preparaste numa tira curvada, beleza! O sintético que tu preparaste ele é um negócio em pé, ele quer voltar! Ele quer ficar reto de novo!*

Ainda que Stallybrass tenha partido do contexto do consumo, falando de roupas em uso, procuro transportar seu argumento para o microcosmos da fábrica Zeferino e das biografias dos artefatos circunscritas a estes domínios. Falo portanto dos circuitos de produção, circulação e consumo nos limites deste microcosmos. Assim, os usos estão relacionados ao manuseio próprio da feitura e às impressões das marcas de uso não dos pés, mas das mãos. Por isto, no decorrer da construção desta pesquisa sobre sapatos acabei pensando mais nas mãos que nos pés, pois trato do fazer. As memórias impressas deste lugar de partida são as da lida dos (as) artífices, dos manuseios do fazer e do seu trabalho. Como parte desta apresentação procuro descrever as razões explicitadas pelos modelistas para a inclusão de cada modelo na seleção. Esta aproximação tem o objetivo de compartilhar parte da trajetória destes artefatos, apresentando-os por meio de imagens e informações sobre o seu processo de desenvolvimento.

Os modelos selecionados são apresentados por meio de imagens e Fichas Técnicas. Estas fichas resultaram de um documento chamado PPDI - Protocolo de Pesquisa para Documentos Iconográficos, elaborado por Corrêa (2008). Este protocolo foi adaptado por mim para uso nesta pesquisa levando em consideração elementos específicos da catalogação de sapatos, que poderiam agregar ao

documento informações relevantes. As adaptações relativas aos dados específicos de possíveis catalogações de sapatos incluíam informações como número do par, tipo de salto, entre outros.

O protocolo foi configurado em quatro seções: identificação, classificação do artefato, estrutura do modelo e informações sobre processo de desenvolvimento; especificações materiais; particularidades do modelo; imagens, como pode ser observado na figura:

#### APÊNDICE A – PROTOCOLO DE PESQUISA PARA DOCUMENTOS ICONOGRAFICOS

Pesquisa de Mestrado de Valéria Tessari  
Programa de Pós-Graduação Tecnologia & Sociedade  
Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Protocolo de Pesquisa para Documentos Iconográficos  
(PPDI)

Ficha número:  
PPDI/Ficha Técnica XX  
Ref. Modelo

Data:  
mês/ano

Marca/Etiqueta:  
Coleção:  
Linha:

Família:  
Referência:  
Tema:

Modelo:  
Numeração:

Tipo do salto:  
Altura do salto:  
Construção:

Desenvolvimento:  
Estilista:

Fabricação/Local/Ano:  
Modelista:

Especificação de Materiais e Cores			
Cabedal Cor 1		Plataforma	
Cabedal Cor 2		Sola	
Vivo Argentino		Beira	
Forro		Taco	
Biqueira		Linha	
Debrum Palmilha		Enfeite	
Taloneira		Carimbo	
Moldura Taloneira		Banho	
Salto		Zíper	
Vira		Elástico	

Particularidades:

Imagens:

Detalhes:

Equipamento utilizado para registro: Câmera digital Sony Cyber-Shot DSC-H20 10.1MP  
Data do registro: 09/11/2012  
Localização da imagem: Arquivo da pesquisadora  
Acondicionamento: Imagens>arquivos digitais gravados em HD externo  
Responsável pelo registro: Valéria Tessari (tessari.valeria@gmail.com)  
Local utilizado para ao registro e localização da peça: Setor de modelagem – fábrica Zeferino/NH

Neste documento, as imagens têm função similar às apresentadas no protocolo original construído por Corrêa, a saber, como verossimilhantes aos sapatos. Assim, as imagens presentes nos PPDIs servem como ajuda ao (a) leitor (a) para que acesse “uma dimensão da objetualidade”<sup>37</sup> que aqui não poderia se realizar de outra maneira.

O modelos selecionados serão apresentados agrupados por linha, uma vez que os critérios dos modelistas para esta escolha podem estar relacionados às linhas dos artefatos. No entanto, esta é uma organização elaborada para esta apresentação, uma vez que, ao falarem sobre os modelos, os modelistas não fizeram tal relação.

### 3.7.1 Modelos Selecionados da Linha Closet

A principal motivação dos modelistas ao selecionar os sapatos da linha Closet foi a importância de tais modelos para a marca. Eles apontam que sendo modelos “tão simples”, atingiram grande importância pelo relativo alto número de vendas. Destacam também o domínio alcançado no processo de fabricação de modelos que são menos efêmeros, já que são reeditados coleção após coleção. Estes são os modelos selecionados da linha Closet:

**FICHA TÉCNICA 01**  
*Peep-toe Zeferino CLO40*  
 Coleção: Inverno 2010  
 Linha: Closet  
 Construção: Saint Germain  
 Material: Verniz verde  
 Salto: Agulha 10cm  
 Estilista: Cristiano Rodriguez  
 Modelista: David Paim de Matos  
 Local/Ano: Novo Hamburgo/2009-atual  
 Autora foto: Márcia Fasoli  
 Fonte: PPDI 01




---

<sup>37</sup> Corrêa (2008).

O modelo CLO40 é um *peep-toe*<sup>38</sup> e foi desenvolvido no ano de 2009 diretamente na família Closet e permanece em circulação até hoje. Este foi o primeiro modelo feito na construção Saint Germain, recém desenvolvida na época. A ideia de criar uma nova construção parte do estilista e é realizada pelos modelistas. Segundo os modelistas esta construção foi o marco de “uma nova geração” da linha Closet com características mais finas e delicadas, o que descrevem como sendo uma inovação. David comenta que o resultado deste desenvolvimento ficou sofisticado e que, a partir de então, passaram a tomá-lo como referência, pois

(...) a gente conseguiu chegar num sapato mais fino, mais delicado nos dedos sem apertar o pé! O pé não fica apertado. Ele vende bem, a fôrma é bem aceita! A gente não tem problema de calce nela! E ele é um sapato que a gente fez em cima do risco ali! É um risco calculado. “Vamos arriscar? Vamos!” E deu certo! A primeira coleção tudo bem, podia ter sido na empolgação que vendeu. Mas ele continua! Então quer dizer que a gente acertou, a forma está boa, é um projeto que deu certo (David Paim de Matos e Diogo Terme de Oliveira, entrevista, abril de 2013).

Além destes motivos, o modelo tem sido muito aceito em sua comercialização, além de ter se tornado uma referência de bom calce. Os modelistas destacam também o baixo custo que teve o desenvolvimento da construção Saint Germain. Normalmente o projeto de novas construções necessita investimentos razoavelmente altos, pois a Zeferino parte de desenvolvimentos específicos e exclusivos, não tendo a prática de comprar componentes criados pelos fornecedores e vendidos a pronta entrega para diversos clientes.

Os componentes mais caros em uma construção são o salto e a plataforma, podendo chegar a milhares de reais, pois exigem a fabricação de matrizes específicas. No caso da construção Saint Germain, o salto foi reaproveitado do acervo da fábrica. Este componente já havia sido desenvolvido e usado há alguns anos e naquele momento estava inativo. Então, para desenvolver uma nova construção, partiram do salto para fazer a forma, a sola e as palmilhas, que não encarecem significativamente o desenvolvimento de uma nova construção. Logo, eles se orgulham do resultado que obtiveram com um investimento relativamente baixo.

O segundo modelo selecionado da linha Closet é o *scarpin*<sup>39</sup> CLO50.

---

<sup>38</sup> *Peep-toe* é um tipo de modelo que, por meio de uma abertura no bico da gáspea, deixa à mostra um único dedo (CHOKLAT, 2012, p. 48).

<sup>39</sup> *Scarpin* (ou escarpim) é o modelo de sapato com salto e fechado (CHOKLAT, 2012, p. 49).

**FICHA TÉCNICA 02**

**Scarpin Zeferino CLO50**  
 Coleção: 2006  
 Linha: Closet  
 Construção: Lerre  
 Material: Phytton marinho  
 Salto: Coluna 9,5cm  
 Estilista: Cristiano Rodriguez  
 Modelista: David Paim de Matos  
 Local/Ano: Novo Hamburgo/2006-atual  
 Autora foto: Valéria Tessari  
 Fonte: PPD1 02



Este é o modelo mais antigo que ainda está em circulação. No início, quando as referências dos modelos ainda eram nomes de mulheres, sua nomenclatura era Mirna. Mais tarde recebeu uma nova referência seguindo as siglas da linha ou família e números. No dia-a-dia muitas vezes as pessoas que trabalham na Zeferino ainda se referem ao modelo como Mirna.

Maior referência de vendas é considerado uma unanimidade na empresa. Inicialmente era feito apenas em couro verniz, mas passou a ser fabricado em outros materiais, como variantes de couro bovino, couro de *python* e tecidos. Sua aceitação na comercialização é tão grande que chegou a ganhar um versão com salto mais baixo, o modelo CLO51. Os modelistas atribuem seu sucesso ao fato de ser “um nada tudo”, o que para eles significa um modelo simples e atraente, e também às qualidades de uso do sapato, pois “o pessoal fala que ele é confortável mesmo com altura de salto que parece fino, pequeno, ele é grosso mas ele parece pequeno, que não tem base, né, mas ele é super fino no chão” (David Paim de Matos e Diogo Terme de Oliveira, entrevista, abril de 2013). Também afirmam que este modelo tem servido como um chamariz para a marca, pois consumidores que até então não usam os sapatos Zeferino, por vezes, têm utilizado o CLO50 como uma primeira experiência de compra a fim de conhecer os produtos, pois “nunca tu erras nele” (David Matos, entrevista, abril de 2013). Do ponto de vista produtivo, o CLO50 é um sapato “bem simples” de ser feito e serve como referência de modelo que segue um processo normal de produção.

Na sequência, a bota CLO58 é a mais antiga da Zeferino. O modelo, inicialmente chamado de Pietra, foi criado em 2006 e continua em circulação constante, inclusive nas coleções de verão. Diogo diz que essa “é “a” bota (...) da Zeferino assim. Falou em botas aqui é a primeira que vem à cabeça!” (David Paim de Matos e Diogo Terme de Oliveira, entrevista, abril de 2013). Ele comenta que mesmo com todos os modelos de botas diferentes que a Zeferino produz, o modelo CLO58 se tornou uma bota referência de calce e de vendas.

**FICHA TÉCNICA 03**

Bota Zeferino CLO58  
 Coleção: 2006  
 Linha: Closet  
 Construção: Tally  
 Material: Phytton amarelo  
 Salto: Carrapeta 5cm  
 Estilista: Cristiano Rodriguez  
 Modelista: David Paim de Matos  
 Local/Ano: Novo Hamburgo/2006-atual  
 Autora foto: Márcia Fasoli  
 Fonte: PPD I 03



Feita em couro de *python*, a modelagem é composta por um encaixe de peças em função da pele da cobra ser comprida e estreita, normalmente com 30 ou 32cm de largura na região da barriga. Tais medidas dificultam o encaixe de peças muito grandes. Ainda assim, a fabricação desta bota não apresenta mais dificuldades para os (as) artesãos, pois no decorrer das coleções o modelo já se tornou conhecido de todos (as). Os modelistas atribuem o sucesso do modelo a um acabamento primoroso, como pode ser observado no seguinte fragmento:

Fragmento 11

Fonte: EN ARQ9 (DA; DI) abr/2013. Turnos 1804-1809

*DI. E se tu pensares é um modelo cowboy, né, que todo mundo tem, vende muito, mais é...*

*DA. Mas aí são aqueles pequenos diferenciais nossos.*

*DI. É.*

*DA. É que de repente mantém! Faz ela ter uma longevidade tão grande, né?*

*E. O que você chamaria de pequenos diferenciais?*

*DA. Pequenos diferenciais é o cuidado nos acabamentos, a gente aonde aparece um a fio, né, no python por ser uma pele que normalmente ela é mais, o camal dela é claro, né, a gente pinta a fio, não deixa aparecer aquela parte branca, fica um negócio homogêneo! A gente procura, se tiver uma escaminha que ficou mais aberta na montagem, os montadores vão lá, eles dão um retoque, eles colam! Eles não deixam as escamas abertas assim, se num pé ficou fechado eles vão lá e trabalham o outro pé para deixar fechadinho! Coisa que por aí o pessoal não vai nem se preocupar com isso, por se tratar de um material que é natural que aconteça isso, é da característica do python alguma escama abrir mais que a outra, ninguém vai dar bola para isso, porque é uma característica! Mas a gente se preocupa em deixar padrão, para que eles olhem um pé igual ao outro, né?*

O modelo original passou por pequenos ajustes ao longo de sua trajetória, porém sem nenhuma alteração de visual. A finalidade era aprimorar o acabamento e o processo produtivo, coisas que, segundo David só são possíveis de realizar com artefatos de trajetórias mais longas, que permitem a oportunidade de aprimoramento.

**FICHA TÉCNICA 04**

*Peep-toe* Zeferino CLO59  
 Coleção: Verão 2009  
 Linha: Closet  
 Construção: Cayenne  
 Material: Verniz violeta  
 Salto: Luis XV 7cm  
 Estilista: Cristiano Rodriguez  
 Modelista: David Paim de Matos  
 Local/Ano: Novo Hamburgo/2008-atual  
 Autora foto: Valéria Tessari  
 Fonte: PPD1 04



Lançado na Coleção Verão 2009, o *peep-toe* CLO59 da família Closet teve uma trajetória particular. Inicialmente, o modelo foi lançado como parte de uma das famílias da linha Coleção. Agradou tanto aos (às) clientes que, a partir da coleção seguinte, a Zeferino decidiu fazer pequenas modificações no modelo e incluí-lo na linha Closet. Desta maneira, o modelo está em circulação até os dias de hoje.



Figura 37 - Modelo lançado na coleção Verão 2009 e versão seguinte para a linha Closet. Fonte: Acervo digital Zeferino. Autora das fotos: Márcia Fasoli.

Algumas das modificações feitas para a sua inclusão na linha Closet foram o *peep-toe* e a cava em “V” e a aplicação de vivos argentinos. David argumenta que este tipo de modelo “começa a mostrar mais um pouquinho modelos mais sofisticados, tanto na escolha de materiais quanto na própria modelagem, né? Uma cava em “V” (...) um *peep-toe* em “V” que já não é qualquer pessoa que gosta, né?” (David Paim de Matos e Diogo Terme de Oliveira, entrevista, abril de 2013). Para o modelista a delicadeza, a simplicidade, a aplicação do couro verniz e os pequenos detalhes do modelo permitem que a qualidade da fabricação seja percebida.



**FICHA TÉCNICA 05**

Sapatilha Zeferino CLO63  
 Coleção: Verão 2009  
 Linha: Closet  
 Construção: Málaga  
 Material: Phytou e camurça marinho  
 Estilista: Cristiano Rodriguez  
 Modelista: David Paim de Matos  
 Local/Ano: Novo Hamburgo/2009-atual  
 Autora foto: Valéria Tessari  
 Fonte: PPD1 05



A sapatilha CLO63 também foi criada inicialmente como parte de uma família da linha Coleção. Diogo lembra que a família a qual o modelo pertencia havia sido desenvolvida para aproveitar os retalhos de couro de *python* que haviam sobrado de coleções anteriores. Os modelos eram feitos com pequenos pedaços deste material. No entanto, houve um desvio em sua rota: o modelo não chegou a ser lançado em família, mas sim à parte, numa ação especial. David explica que este modelo “é diferente de tudo que a gente vê no mercado, ele tem as características Zeferino, ele é a cara da Zeferino, né?” (David Paim de Matos e Diogo Terme de Oliveira, entrevista, abril de 2013).

Da mesma maneira, Eduardo Rabinovich viu potencial na sapatilha e decidiu lhe colocar um preço especial, mais baixo, e fez diversas divulgações a seu respeito nos meios de comunicação. Assim, a sapatilha alcançou um alto número de vendas. Esta ação atraiu novos (as) clientes e fez o nome da Zeferino mais conhecido. Tal projeto teve maior abrangência do que o esperado. Todos os retalhos de couro de *python* foram consumidos na fabricação da sapatilha, sendo necessária a compra de mais material para a conclusão da produção dos pares vendidos. Atualmente a sapatilha continua na linha Closet.

Apesar do modelo ser como uma espécie de quebra-cabeças formado por muitas partes, David diz que “dá um pouco mais de trabalho para a costura, mas hoje em dia, tanto que sai que elas fazem com a mão nas costas” (David Paim de Matos e Diogo Terme de Oliveira, entrevista, abril de 2013). Outro destaque da sapatilha é a sola, que tem pipetas e é dobrável, o que a faz caber numa pequena *nécessaire* que serve como embalagem.

### 3.7.2 Modelo Selecionado da Linha Botas

O modelo BOT25 foi o único selecionado da família Botas. O principal motivo apontado pelos modelistas foi o uso do pelo de coelho como material principal.

#### **FICHA TÉCNICA 06**

Bota Zeferino BOT25

Coleção: Inverno 2011

Linha: Botas

Construção: MP3

Material: Couro bovino e pele de coelho café

Salto: Agulha 10cm

Estilista: Cristiano Rodriguez

Modelista: David Paim de Matos

Local/Ano: Novo Hamburgo/2011

Autora foto: Valéria Tessari

Fonte: PPDI 06



Os modelistas afirmam que foi um desafio aplicar o pelo de coelho neste modelo, pois normalmente a área que leva este material é menor e inteira, sem emendas. O pelo facilita esconder emendas, porém dificulta a fabricação enquanto impede uma visão clara da peça manuseada. O trabalho das preparadeiras e das costureiras foi fundamental para executar o modelo. Ele explica que “era no talento! Eu, como é que eu vou dizer, eu disse para ela ‘faz que dá!’ mas eu mesmo não acreditava que ia dar muito (...) E no final ficou lindo né, (...) estava muito bonito. Estava muito bom, muito bonito” (David Paim de Matos e Diogo Terme de Oliveira, entrevista, abril de 2013).

Para desenvolver esta bota foi necessário o trabalho conjunto de modelistas, preparadeiras e costureiras. David e Diogo sentem muito por um modelo tão elaborado ser tão efêmero, durando apenas uma coleção e tendo sido produzido ao todo 7 pares. Eles gostariam de ter fabricado um número maior de pares deste modelo de bota.

### 3.7.3 Modelos Selecionados da Linha Especial

A seleção dos modelos da linha Especial teve como razão primordial o desafio que representaram para os (as) artífices da fábrica, quanto à dificuldade de desenvolvimento e confecção, já

que esta linha é “onde pode tudo né, pode colocar tudo, vale tudo nessa família” (David Paim de Matos e Diogo Terme de Oliveira, entrevista, abril de 2013).

O primeiro destes é a sandália plataforma ESP03, feita na construção Califórnia, referência de bom calce entre as sandálias Zeferino. É um dos primeiros modelos da linha Especial. Inicialmente ele originaria uma família da linha Coleção, mas o seu nível de dificuldade o fez migrar para a linha Especial, que foi cada vez mais sendo justificada por modelos como este.

#### FICHA TÉCNICA 07

Sandália plataforma Zeferino ESP03

Coleção: Verão 2012

Linha: Especial

Construção: Califórnia

Material: *Python*, verniz e couro silk vermelho

Salto: Stiletto 10,5cm

Estilista: Cristiano Rodriguez

Modelista: David Paim de Matos

Local/Ano: Novo Hamburgo/2011

Autora foto: Valéria Tessari

Fonte: PPD I 07



A forma utilizada na sandália ESP03 é base para diversos desenvolvimentos e dela derivam outras formas e várias construções, com adaptações inclusive para botas. Quanto ao cabedal, David diz que “esse aqui tem todas as dificuldades, né? Todas juntas, né?” (David Paim de Matos e Diogo Terme de Oliveira, entrevista, abril de 2013). Segundo ele, as maiores dificuldades são: zíper traseiro, aplicação manual de cravos e corte a laser. Para David e Diogo, o processo produtivo deste modelo é complexo, pois determinadas etapas não são feitas dentro da fábrica Zeferino, como o corte a laser por exemplo. Isto pode ser observado no seguinte fragmento:

Fragmento 12

Fonte: EN ARQ09 (DA; DI) abr/2013. Turnos 1231-1234

*DI. É, e esse sapato é um que depende de muitos fornecedores, né David? Ó: vai para o laser aqui, vai essa tirinha para virar, né, vai (...) ele é espalhado todo e (...)*

*DA. A gente junta faz uma parte, depois espalha de novo.*

*DI. Junta tudo de novo para concluir.*

*DA. Depois tem que esperar juntar para finalizar. É.*

Sendo assim, a sandália não segue um fluxo considerado pelos artífices como normal na produção, mas antes exige maior planejamento e coordenação entre os (as) trabalhadores (as).

O seguinte é a sandália plataforma ESP23, que teve bom número de vendas<sup>40</sup> considerando o perfil do modelo.

#### FICHA TÉCNICA 08

Sandália plataforma Zeferino ESP23  
 Coleção: Verão 2013  
 Linha: Especial  
 Construção: Califórnia  
 Material: *Python* chumbo e camurça cinza  
 Salto: Stiletto 10,5cm  
 Estilista: Cristiano Rodriguez  
 Modelista: David Paim de Matos  
 Local/Ano: Novo Hamburgo/2012  
 Autora foto: Márcia Fasoli  
 Fonte: PPDI 08



O setor da costura leva aproximadamente 2 dias para produzir 7 pares. Este é o tempo necessário para costurar as correntes no cabedal. O zíper na parte traseira também é um complicador. Para este tipo de cabedal ser modelado é importante respeitar a largura e a maleabilidade da corrente, pois isto definirá o ângulo da curva e a largura das tiras de couro que ficam sob a corrente.

#### 3.7.4 Modelos Selecionados da Linha *Pink Label*

A seleção feita a partir da linha *Pink Label* privilegiou modelos que serviram como fronteiras entre dois momentos distintos, técnicas elaboradas de modelagem e uso de novos materiais.

A sandália FST35 foi marcante para David e Diogo, pois entendem que o modelo teve uma trajetória importante, como fica nítido no seguinte fragmento de seu depoimento:

Fragmento 13

Fonte: EN ARQ09 (DA; DI) abr/2013. Turnos 1476-1479

*DI. É, esse aqui na verdade, assim como o Closet, né, teve alguns que marcaram, acho que da linha Festa foi o primeiro que marcou assim mais! Que vendeu!*

*DA. Eu acho que o primeiro e único, Diogo,*

<sup>40</sup> David comenta em depoimento que a venda deste modelo chegou a quase 50 pares, o que foi considerado bom por ele (David Paim de Matos e Diogo Terme de Oliveira, entrevista, abril de 2013).

DI. Que assim, ãh (...)

DA. Que se manteve por três coleções se eu não me engano. Esse aí se manteve em três coleções!

Atualmente esta sandália não está mais em circulação, porém ela foi reeditada na linha *Pink Label* por mais 2 estações, após a coleção na qual foi lançada.

**FICHA TÉCNICA 09**

Sandália Zeferino FST35  
 Coleção: Inverno 2009  
 Linha: *Pink Label*  
 Construção: Martinica  
 Material: Veludo alemão e cetim de seda  
 preto  
 Salto: Agulha 9cm  
 Estilista: Cristiano Rodriguez  
 Modelista: David Paim de Matos  
 Local/Ano: Novo Hamburgo/2009-2010  
 Autora foto: Valéria Tessari  
 Fonte: PPD1 09



Durante esta trajetória recebeu versões em diferentes materiais. Originalmente o modelo foi feito no tecido cetim de seda. Nas coleções seguintes, em tecido veludo alemão, em cetim de seda pintado à mão com flor em couro de *python* e em cetim de seda com renda. Seu processo de desenvolvimento impulsionou o uso da técnica de corte a laser na fábrica Zeferino. David comenta que “esse (...) foi o primeiro sapato com uma, uma flor laser, né, que a gente começou com a parceria no laser, né? (...) A gente não tinha nenhum fornecedor de laser, (...) até não tinha surgido nem desenho, não tinha uma proposta, nada que exigisse isso – daí aqui que foi que a gente começou mesmo, daí fortaleceu!” (David Paim de Matos e Diogo Terme de Oliveira, entrevista, abril de 2013). Depois desta experiência o corte a laser passou a ser uma técnica utilizada de maneira corrente em diversos modelos Zeferino.

O modelo seguinte é o *scarpin* FST181. Seu maior desafio foi a modelagem composta por 42 tiras por pé. David explica que “ele tem tiras específicas, onde cada uma com o seu ângulo e a sua largura (...) para dar esse desenho” (David Paim de Matos e Diogo Terme de Oliveira, entrevista, abril de 2013).

**FICHA TÉCNICA 10**

Scarpin Zeferino FST181

Coleção: Inverno 2012

Linha: *Pink Label*

Construção: Twist

Material: Gliter, camurça e cetim de seda preto

Salto: Agulha 9cm

Estilista: Cristiano Rodriguez

Modelista: David Paim de Matos

Local/Ano: Novo Hamburgo/2012

Autora foto: Márcia Fasoli

Fonte: PPD1 10



Outro aspecto relevante é a mistura de materiais distintos como gliter (sintético), camurça (couro natural) e o cetim de seda (tecido fino), que exigiu diversos procedimentos de dublagem para que fosse possível padronizar suas variações de tamanho e espessura e assim trabalhá-los em conjunto.

O terceiro e último modelo selecionado desta Linha é a sandália salomé<sup>41</sup> plataforma FST200.

**FICHA TÉCNICA 11**

Sandália salomé plataforma Zeferino FST200

Coleção: Inverno 2012

Linha: *Pink Label*

Construção: Lençóis

Material: Camurça e tela preto

Salto: Stiletto 11,5cm

Estilista: Cristiano Rodriguez

Modelista: David Paim de Matos

Local/Ano: Novo Hamburgo/2012

Autora foto: Márcia Fasoli

Fonte: PPD1 11



Suas principais particularidades consistem no uso da tela como material primordial, na ausência de forro e no bordado programado feito sobre a tela, que exigiu procedimentos específicos. Diogo explica que bordar uma tela vazada foi um desafio e David concorda, afirmando que o motivo de ser tão complexo era porque o recurso que a máquina de bordar utilizava para prender o material a ser bordado era a sucção, não sendo possível aplicá-lo a um material como a tela. O uso da tela também se

<sup>41</sup> Sandália salomé é o tipo de modelo com uma tira que sobe na gáspea e se liga a uma tira perpendicular, formando um "T" no peito do pé (CHOKLAT, 2012, p. 49).

tornou um complicador para a etapa da montagem, pois este tipo de material não suporta o calor usado pelos montadores no processo de cristalização da cola<sup>42</sup>. Além disso o processo de fabricação do modelo não começou pelo corte, mas pelo bordado da tela. Somente depois da tela ter sido bordada é que o material seguiu para o corte que deveria ser preciso a fim de não comprometer as áreas bordadas.

### 3.7.5 Modelos Seleccionados da Linha Coleção

A linha Coleção teve quatro modelos seleccionados, de diferentes coleções/estações. Os critérios dos modelistas para esta seleção estão apoiados nos desafios que o processo de desenvolvimento de cada um deles representou.

O primeiro e mais antigo deste conjunto é o modelo LEY01, da coleção Inverno 2009, que pertence à família *London Eye*.

#### FICHA TÉCNICA 12

*Scarpin* plataforma Zeferino LEY01  
 Coleção: Inverno 2009  
 Tema: Londres  
 Linha: Coleção  
 Família: London Eye  
 Construção: Bally  
 Material: Camurça e cetim marinho, *python* grafite  
 Salto: Cone 11cm  
 Estilista: Cristiano Rodriguez  
 Modelista: David Paim de Matos  
 Local/Ano: Novo Hamburgo/2009  
 Autora foto: Valéria Tessari  
 Fonte: PPD1 12



Os modelistas seleccionaram este *scarpin* por suas muitas particularidades. As principais dentre elas são o cabedal formado por tiras estreitas, a sobreposição de materiais distintos (camurça, *python* e cetim), a aplicação não uniforme de rebites, a montagem do cabedal sobre a plataforma, a dublagem de determinadas partes das tiras de camurça com couro de *python* e o fluxo particular do modelo no

<sup>42</sup> Segundo David "a cola tem etapas que a gente tem que respeitar. A gente tem aplicação, aí tem a secagem natural, tem a reativação dela no calor (...) Daí tem a cristalização dela que se dá ao natural dentro de 24 horas. Que a gente usa as máquinas ali né, para dar um gelo, dar um choque térmico para acelerar e isso ser instantâneo, né? Mas mesmo assim ela continua tendo a cura, né, cristalização ou cura da cola quase 24 horas!" (David Paim de Matos e Diogo Terme de Oliveira, entrevista, abril de 2013).

processo de fabricação.

Estes aspectos tornaram a fabricação do modelo LEY01 complexa, além ainda do trabalho da preparação e da costura. Enquanto os modelos mais simples, como o CLO50 utilizam entre 3 a 5 costuras por pé, este *scarpin* empregou mais de 200 costuras. Sendo assim, 1 par levou em média 3 dias para ficar pronto. Por outro lado, o LEY01 é um modelo representativo da cooperação entre modelistas, preparadeiras e costureiras, pois permitiu (e exigiu) contribuições da equipe para ser realizado. Aspectos como estes serão aprofundados no capítulo 4.

O modelo seguinte é a sandália anabela LON05.

#### FICHA TÉCNICA 13

Sandália anabela Zeferino LON05  
 Coleção: Verão 2012  
 Tema: Flora e Fauna  
 Linha: Coleção  
 Família: Lona  
 Construção: Broadway  
 Material: Lona cru e couro Belmonte café  
 Salto: Anabela 10,5cm  
 Estilista: Cristiano Rodriguez  
 Modelista: David Paim de Matos  
 Local/Ano: Novo Hamburgo/2011  
 Autora foto: Márcia Fasoli  
 Fonte: PPDI 13



As principais especificidades apontadas foram o ponto celeiro feito à mão e o salto anabela de madeira. Esta costura foi feita somente na peça do debrum, antes da aplicação do forro, para evitar que a linha grossa usada na costura entre em contato com a pele no uso. O salto anabela é de madeira e foi fabricado à mão por meio de lixamento. As fivelas servem como detalhe visual, pois as ponteiros de metal impedem o funcionamento das tiras. O fechamento é feito por meio de um botão de pressão rebitado internamente na tira.

A tira do debrum foi feita com o cuidado de evitar volumes indesejados, conforme David explica: “(...) essa tira aqui todo mundo colocaria na máquina de rachar e racharia (...). A gente pega e faz uma rachação mais grossa, faz a fio de um lado e faz virado do outro! Para dar um acabamento, para ficar esse acabamento, né, que fica parelho, bonito. Senão poderia ficar levantando degrau.” (David Paim de Matos e Diogo Terme de Oliveira, entrevista, abril de 2013). O fachele<sup>43</sup> foi desenvolvido em conjunto

<sup>43</sup> Fachele é um artefato formado por camadas de couro sobrepostas, sendo utilizado para encapar saltos. Sua aparência se refere aos antigos saltos feitos integralmente com camadas de couro (CHOKLAT, 2012).



com um fornecedor, que aplicou as cores solicitadas pela fábrica Zeferino em um padrão prévio. Os modelistas salientam que mesmo que o modelo tenha um aspecto rústico (nos elementos do facheiro sem polimento, lona cru e ponto celeiro) ele não é grosseiro devido aos cuidados nos acabamentos.

Para a confecção do abotinado *peep-toe* PAT04 os modelistas pensaram uma sequência específica das etapas de fabricação, em função da grande quantidade de tiras estreitas que compõem o cabedal.

#### FICHA TÉCNICA 14

Abotinado *peep-toe* Zeferino PAT04  
 Coleção: Inverno 2012  
 Tema: Minas Gerais da Zeferino  
 Linha: Coleção  
 Família: Patchwork  
 Construção: Caribe bota  
 Material: Camurça preta, castanho e café e tela preta  
 Salto: Cone 9cm  
 Estilista: Cristiano Rodriguez  
 Modelista: David Paim de Matos  
 Local/Ano: Novo Hamburgo/2012  
 Autora foto: Márcia Fasoli  
 Fonte: PPD1 14



A aplicação manual dos cravos também influenciou a elaboração deste processo, que envolveu desenvolvimento de uma peça única de espera feita em couro no formato de uma “grande aranha”. Esta peça de espera foi costurada no cabedal em tela, para depois receber por meio de colagem as tiras já cravadas. Na montagem foi preciso ter o cuidado com o zíper no traseiro, colocando o enchimento na forma para aumentar o espaço interno na área do calcanhar<sup>44</sup>. David destaca que a colagem das tirinhas é feita

Uma a uma! Uma a uma! Isso aqui é praticamente uma escultura! Praticamente uma escultura! É verdade! Tem a sequência de cores que a gente pré-define aqui, mas é uma escultura porque o pessoal tem que cuidar quando vai fazer as tirinhas para ficarem todas na mesma largura, mesmo assim não fica, porque é praticamente impossível isso. Depois a gente aplica os cravinhos, daí onde a pressão, como é aplicado um a um, a pressão em um cravinho é maior que no outro, pode ficar arredondadinho, mais barrigudinho... mas isso tudo agrega no sapato! Agrega! (David Paim de Matos e Diogo Terme de Oliveira, entrevista, abril de 2013).

Ele informa que as pequenas “imperfeições” deixadas por meio dos processos de fabricação manuais dão mais valor ao sapato.

<sup>44</sup> Ver explicação sobre “enchimento de fôrma” em Ficha Técnica/PPDI 08 ESP23.

O último modelo a ser apresentado é o peep-toe REN03, da Coleção Verão 2011. Este foi selecionado por ser o primeiro modelo em couro desenvolvido pela fábrica contendo uma grande área de desenho a laser, o que acabou se configurando como um processo de aprendizado.

**FICHA TÉCNICA 15**

*Peep-toe* Zeferino REN03

Coleção: Verão 2011

Tema: Sereias Urbanas

Linha: Coleção

Família: Renda

Construção: Athenas

Material: Couro hidrofugado e verniz verde

Salto: Cunha 6cm

Estilista: Cristiano Rodriguez

Modelista: Luis Paulo de Lima

Local/Ano: Novo Hamburgo/2010

Autora foto: Valéria Tessari

Fonte: PPDI 15



Os desafios apontados pelos modelistas na elaboração deste modelo foram a grande área do modelo feita em couro vazado a laser, o fato de um trabalho tão central para o modelo ser feito por uma empresa terceirizada (fornecedor do laser), a variação de medidas que o calor emitido pelo laser provocava no couro e a maneira como o artefato foi modelado. David afirma que existem muitas formas de projetar um modelo e que nenhuma delas é errada. No entanto, considerando as especificidades de certas técnicas e o comportamento dos materiais, é importante observar durante o processo se a maneira selecionada é a mais adequada.

Quando avalia como este desenvolvimento foi feito, ele considera que havia estratégias para desviar os problemas que enfrentaram, como o uso de um colarinho para tentar sanar a variação de medidas do couro, por exemplo. E explica que assim “tu disfarças ali. Claro, tu ias compensar aquilo. Tu ias buscar o padrão. Porque tu ias ter o teu riscador. Ah, tá! Encolheu? Mas o teu riscador tu vais fazer no lugar certo, tu vais preparar. Sobrou para baixo que não aparece (...) ninguém iria nem ver, porque tu ias colocar o teu colarinho ali, teu forro, matou!” (David Paim de Matos e Diogo Terme de Oliveira, entrevista, abril de 2013).

Outro fator complicador foi a necessidade de lavar os cortes a seco em lavanderia para eliminar a fuligem deixada pelo laser no couro e o fato da fábrica não possuir o CAD na época. Eles destacam que, por este motivo, foi complicado acertar o desenho da renda, que foi feito pelo fornecedor. David diz que hoje com o sistema ele “imprime as peças em laser e manda o arquivo! Quer dizer, o cara corta o

que a gente tem. Daí a gente confere pela impressão “não, tá certo, é isso aí”, daí faz o laser. A gente tem um controle melhor” (David Paim de Matos e Diogo Terme de Oliveira, entrevista, abril de 2013). Os modelistas reconhecem que este não é um modelo simples, no entanto considerando o conhecimento e a experiência que adquiriram ao longo dos desenvolvimentos das coleções, desenvolvê-lo hoje não seria mais tão complicado, pois teriam condições de pensar soluções mais rápidas e adequadas.

Visto que descrevi os sapatos como artefatos, suas principais características e nomenclaturas, as formas de organização da Zeferino para suas coleções e apresentei os modelos selecionados narrando as razões pelas quais foram escolhidos, cabe agora explorar as soluções criadas pelos modelistas nos processos de desenvolvimentos dos modelos. Estes modos de fazer, que em muitos aspectos são particulares da fábrica Zeferino, serão investigados no capítulo seguinte.

## **MODOS DE FAZER: O QUE OS SAPATOS NÃO TÊM EM COMUM**

---

Foto: Richard Luiz/Montagem: Valéria Tessari

## 4 MODOS DE FAZER: O QUE OS SAPATOS NÃO TÊM EM COMUM

*“(...) entre mão e mundo  
este rio de silêncio...”*

Pedro Tamen, O Livro do Sapateiro, 2010.

O propósito deste capítulo é apresentar os modos de fazer dos (as) artífices interlocutores (as), tendo nítido que são maneiras particulares de fabricar sapatos. Desta forma, parti do tipo de arranjo produtivo desta fábrica em direção aos fazeres, invenções e intervenções dos (as) artífices. Também descrevi o processo de trabalho da equipe de desenvolvimento na realização dos modelos utilizando como estratégia a investigação de documentos que registram etapas pontuais, a saber: Cronogramas, Croquis, Ficha de Amostra e Ficha Combinação. Ao final do capítulo explorei três casos de desenvolvimento de modelos, selecionados pela relevância que lhes foi atribuída pelos modelistas durante a experiência empírica.

Nesta discussão foi possível realizar uma análise a respeito das formas pelas quais o trabalho do estilista e dos modelistas e os artefatos são constituídos nas negociações cotidianas. Ao explorar os momentos de embates, tive a finalidade de interpretar os sentidos atribuídos pelos interlocutores ao seu próprio trabalho e aos artefatos que produzem, bem como ao universo/microcosmos que constroem diariamente. Montando um quadro do processo de desenvolvimento – criação e produção – tive a intenção de apontar percepções possíveis de suas formas de trabalho e evidenciar a não homogeneidade das produções em arranjos fabris.

Neste capítulo o uso de imagens, ao modo de Mendes (2011) como relatos imagéticos, se deu em dois momentos. Inicialmente, utilizei imagens do acervo da Zeferino que documentam a sequência do processo de criação e produção. Utilizei ainda imagens apresentando os documentos que pontuam o processo de desenvolvimento dos modelos. Por meio de uma justaposição procurei compor uma narrativa deste processo na tentativa de reconstruí-los a partir das imagens e das falas dos interlocutores. Para isto, inicio a sessão a seguir problematizando aspectos sobre arranjos industriais tendo como questão central a organização fabril da Zeferino.

### 4.1 QUANDO A MÃO DESLIGA A MÁQUINA

Uma das formas de pensar a aproximação e compreensão de um conjunto de artefatos pode ser perguntar o que tais objetos têm em comum entre si. No entanto, Daniel Miller (2013) provoca a

pergunta contrária quando argumenta que, para ele, o relevante é justamente o oposto: o que não existe de comum entre os objetos, as suas singularidades. Esta é a pergunta que entendo como adequada para ser feita no contexto da fábrica Zeferino, uma vez que os sapatos ali produzidos são possíveis de serem materializados muito em razão deste arranjo fabril e dos saberes dos (as) artífices.

Tal arranjo foi organizado de modo a estar numa intersecção entre o fazer manual e o fazer mecanizado o que se configura como uma das estratégias<sup>45</sup> para a constituição de marcas de luxo. Desta forma, aspectos de um tipo de produção tida como subalterna – a manual – e de um tipo de produção tida como hegemônica no meio capitalista – a mecanizada – são combinados, equilibrados, selecionados e descartados a fim de possibilitar a produção de artefatos distintos daqueles fabricados por meio de arranjos exclusivamente manuais ou mecanizados.

Ao problematizar este tipo de estratégia, Peter Dormer argumenta que “em todas as categorias do design de luxo, o conceito de perícia artesanal profissional do artesão é importante” (DOMER, 1995, p. 117). O “feito à mão” viabiliza a produção de pequenas quantidades que não justificam o investimento em maquinários específicos e matrizes, além de denotar um sentido de serviço especial. No entanto, ao mesmo tempo que a perícia do artesão é central, a máquina é utilizada para realizar bem procedimentos antes possíveis somente por meio do trabalho manual especialista. Um dos exemplos são os artefatos projetados pelo designer George Sowden para a marca *Bodum* os quais eram feitos em aço inoxidável e decorados com perfuros a laser, enquanto o polimento das peças era feito manualmente tornando-se a etapa mais cara do processo. Dormer afirma que designers como Sowden “tentaram fazer a síntese entre a perfeição possível conseguida através do uso da máquina e a intervenção potencialmente anárquica do artista, designer ou artífice” (DORMER, 1995, p. 134).

Sudjic (2010) também argumenta que a relativa simplificação dos modos de produção de artefatos ocorrida no século XIX “demonstrou a necessidade de se desenvolver uma nova linguagem para o design, e uma nova forma de atender o gosto das pessoas por luxo. Devia ser uma linguagem capaz de se adaptar às novas realidades da produção em massa” (SUDJIC, 2010, p. 113). Foi então que técnicas manuais começaram a ser usadas de maneiras distintas, empregando novos materiais e usando máquinas somadas à intervenção manual para tirar o melhor proveito dos recursos que estas poderiam disponibilizar.

---

<sup>45</sup> A autora Dana Thomas argumenta que certas marcas de luxo globais e contemporâneas adotaram diferentes estratégias para ampliar a capacidade de produção e a margem de lucros, como por exemplo a aplicação de materiais mais baratos e a localização parcial da produção em países asiáticos. Estes argumentos estão em THOMAS, Dana. *Deluxe: como o luxo perdeu o brilho [os bastidores da atual indústria da moda]*. Rio de Janeiro: Campus Elsevier, 2008.

A diversidade destes modos de fazer contrasta com a ideia de indústria ou produção industrial entendida como hegemônica. As tensões da relação entre homens e máquinas têm sido objeto de reflexão de autores como, por exemplo, Decca (1982), Forty (2007), Pesavento (1994) e Dormer (1995). As questões levantadas por estes (as) autores (as) problematizam ideias como a visão progressista de erradicação da pobreza e de desigualdades entre as pessoas por meio de máquinas. Temas como perda dos postos de trabalho por parte dos (as) trabalhadores (as), alienação dos saberes e intensificação de assimetrias de poder confrontam o pensamento de que as máquinas criariam um caminho certo rumo ao progresso. Pensamento este que ganhou força a partir do século XVIII. Na virada do século XIX para o século XX já estava disseminada a crença de que ciência, tecnologia e progresso eram elementos necessariamente interdependentes, sendo ferramentas lineares para alcançar a prosperidade idealizada (PESAVENTO, 1997; COSTA & SCHWARCZ, 2000).

Porém, é certo afirmar que a tecnologia não é neutra e nem boa em si mesma, assim como os sistemas tecnológicos também não o são. Da mesma forma, é certo que sistemas tecnológicos e máquinas não inventaram a si mesmos e nem operam sozinhos. Pessoas identificaram a necessidade de criar tal tecnologia, tal máquina, as idealizaram e as construíram. Na contracorrente tanto da neutralidade das máquinas, quanto do determinismo tecnológico<sup>46</sup>, Filho & Queluz afirmam que a tecnologia é parte das sociabilidades humanas. Sua construção é integrada

ao processo de desenvolvimento de todo um complexo conjunto de práticas sociais e históricas, de saberes tácitos e de conhecimentos sistematizados (...) Assim, o desenvolvimento científico e tecnológico é o desenvolvimento da ciência do trabalho produtivo, isto é, processo de produção e apropriação contínua de conhecimentos, saberes e práticas pelo ser social no devir histórico da humanidade. A ciência e a tecnologia são, portanto, construções sociais complexas, forças intelectuais e materiais do processo de produção e reprodução social. Como processo social, participam e condicionam as mediações sociais, porém não determinam por si só a realidade, não são autônomas, nem neutras e nem somente experimentos, técnicas, artefatos ou máquinas; constituem-se na interação ação-reflexão-ação de práticas, saberes e conhecimentos (FILHO e QUELUZ, 2005, p. 20).

Nesta intrincada interdependência, Winner (1996) registra que os artefatos têm política. Ele nos convida a prestarmos atenção às características dos objetos técnicos e aos significados destas características. O autor afirma que, de acordo com sua pesquisa, os artefatos podem proporcionar maior ou menor possibilidade de intervenção humana nos processos estabelecidos por entidades ou sistemas

---

<sup>46</sup> Filho & Queluz concordam com Thomas Hughes quando afirmam que os sistemas tecnológicos são integrados por pessoas e organizações, estando em permanente conexão com a economia, política e cultura. Assim, tais sistemas não ficam restritos à máquinas, processos produtivos, dispositivos e meios de transporte, comunicação e informação (FILHO & QUELUZ, 2005, p. 20).

sociais, e que as sociedades, as instituições, as pessoas escolhem as tecnologias que utilizarão – sem deixar de considerar seus diferentes graus de poder e níveis de consciência.

A fábrica Zeferino pode ser identificada como representativa das tensões entre homens e máquinas, porém de uma maneira diferente da usual. Por usual entendo o processo de modernização<sup>47</sup> pelo qual oficinas ou fábricas artesanais passaram no decorrer da história, a fim de se manterem competitivas em novos cenários, o que invariavelmente implicava em certa automação dos processos produtivos. Sobre as tensões decorrentes deste tipo de modernização, Decca (1982) registra em *O Nascimento das Fábricas* que quando as máquinas começaram a ser instaladas nas fábricas na Inglaterra do século XVIII, um dos tipos de resistência dos (as) trabalhadores (as) ao regime que estava lhes sendo imposto foi a destruição de certos equipamentos. Vale lembrar que na visão de Decca as máquinas nada têm a ver com o surgimento das fábricas, mas a medida que estas iam se organizando os equipamentos foram sendo inseridos. Para Decca, a constituição das fábricas não decorreu de um avanço tecnológico, mas “parece ter sido ditado por uma necessidade muito mais organizativa do que técnica, e essa nova organização teve como resultado para o trabalhador, toda uma nova ordem de disciplina” (DECCA, 1982, p. 25). Em diálogo com Marglin, o autor afirma que “o que estava em jogo era justamente um alargamento do controle e do poder por parte do capitalista sobre o conjunto de trabalhadores” (DECCA, 1982, p. 22).

A inserção das máquinas no ambiente fabril parece também não ser a razão da divisão do trabalho no processo de fabricação dos artefatos. De acordo com os registros de Forty (2007), na Inglaterra do início do século XVIII nas fábricas de cerâmica, onde as máquinas ainda não haviam sido inseridas, os artefatos já não eram mais feitos do começo ao fim pelo mesmo artífice, sendo esta uma prática em muitas outras indústrias da mesma época.

Apesar das tensões encontradas no arranjo da fábrica da Zeferino também poderem ser consideradas no âmbito da tradição e modernidade, do homem e máquina, elas se dão de maneira peculiar. Ali as máquinas necessariamente não se sobrepõem ao trabalho manual, mas antes são ferramentas ao dispor dos (as) trabalhadores (as). Sennett (2012a) afirma que as ferramentas podem ser utilizadas de forma imaginosa. Por meio deste tipo de atitude uma ferramenta “pode expandir nossas habilidades, na medida em que nossa imaginação se mostrar à altura” (SENNETT, 2012a, p. 218). Assim é possível pensar que no arranjo da fábrica Zeferino os (as) artífices são os (as) protagonistas e

---

<sup>47</sup> Mendes (2005) aborda o tema da modernização de fábricas artesanais ao falar sobre a produção de móveis de fibra na região da cidade de Curitiba-PR na primeira metade do século XX.



as máquinas ferramentas coadjuvantes. As possibilidades de realização dos artefatos são ampliadas por meio de negociações no processo de fabricação dos sapatos.

Quando Adrian Forty discute o início da presença das máquinas nas fábricas, ele argumenta que “mesmo onde foram introduzidas, as máquinas raramente eram aplicadas a todos os estágios da produção e muitos processos continuaram sendo feitos à mão” (FORTY, 2007, p. 63). Carneiro (1986) faz uma reflexão semelhante a respeito da indústria calçadista de Novo Hamburgo, RS, e região, afirmando que somente Pedro Adams Filho aderiu a um uso mais intensivo de máquinas no início do século XX. Mesmo assim, nem todos os processos puderam ser mecanizados (até os dias de hoje), como a costura, por exemplo, que apesar de utilizar máquinas continuava totalmente dependente do fazer humano.

Continuando sobre a argumentação de Forty (2007), em diálogo com Karl Marx, o autor descreve os três estágios do desenvolvimento da manufatura capitalista elaborados em *O Capital*. Forty resume os três estágios da seguinte maneira

Depois da condição inicial das sociedades pré-capitalistas, em que os artefatos eram feitos por um artesão trabalhando por conta própria, Marx identificou a primeira fase do capitalismo como a simples cooperação de trabalhadores que poderiam, por exemplo, compartilhar uma oficina, comprar os materiais e vender seus artigos coletivamente. No segundo estágio, as diferentes tarefas da manufatura manual foram divididas entre os trabalhadores, sob a direção de um mestre; o terceiro estágio veio com a introdução de máquinas e o estabelecimento do sistema fabril (FORTY, 2007, p. 63-64).

Certamente tais estágios foram e ainda são reais. No entanto é importante considerar que, dentro de “fábricas mecanizadas” podem existir arranjos mais ou menos rígidos, mais ou menos criativos, mais ou menos humanos. Arranjos por meio dos quais há maior importância no trabalho das pessoas, no seus fazeres e no seus saberes. Na fábrica Zeferino o projeto de um novo produto não é pensado a partir das (im) possibilidades da máquina mas, antes, estes partem da negociação entre o que é possível realizar, utilizando máquinas e mãos conforme as técnicas utilizadas. A partir das falas de David e Diogo é possível perceber que nesta fábrica as máquinas necessariamente não diminuíram o trabalho manual, mas em certos aspectos o aumentaram. David comenta que já trabalhou em fábricas que produziam durante 15 dias o mesmo modelo na mesma cor e que isto era um ganho de produtividade na medida em que as máquinas permaneciam reguladas para fabricar determinado modelo durante um período maior, evitando perda de tempo e interrupções no trabalho. Mas sobre a fábrica Zeferino David tem um depoimento distinto:

## Fragmento 14

Fonte: EN ARQ09 (DA; DI) abr/2013. Turnos 1869-1880

DA. *Aqui não, aqui tem isso, às vezes a nossa esteira - isso é um agravante, é a maior dificuldade da montagem, eu acho, que a gente não comentou – é isso: Às vezes a gente pode ter num dia mais do que isso de modelo ((aponta para os 15 modelos sobre a mesma)) na mesma esteira trabalhando! Muda! O Celso ((chefe do setor de montagem)) disse para mim que teve um dia que ele fez 16 modelos diferentes! No mesmo dia!*

E. *E, ah, lá na esteira, na montagem também tem máquinas para serem ajustadas?*

DA. *Também!*

DI. *Sim!*

E. *Que são as do traseiro, da colocação do salto?*

DA. *A de conformação, a de pregar salto! Ele tem que regular altura! Ah, o plastômetro que é um gabarito que faz com que o salto fique sempre reto, cada modelo tem o seu, cada fôma tem a sua!*

E. *16 vezes?*

DA. *Tem que mudar! Tem que mudar! Ele tem que, ah, tem modelos que tem que fazer planta, né, que são modelos fechados, tem que usar a máquina de fazer planta, os modelos abertos não usam... Ah! daí tem modelo que tem o enfeite aqui em cima então ele tem que botar uma outra, um outro que tem os, a prensa mosquito ela tem um calce, né, que coloca ali de borracha para prensar. “Ah, se tem enfeite na frente é esse aqui. Se não tem enfeite eu posso usar esse.” Cada modelo tem a sua particularidade. Modelo com fivela para conformar é de um jeito, sem fivela é de outro, com zíper é de outro. Isso tudo mudando no mesmo dia, às vezes, na esteira assim tu olhas tem quatro modelos diferentes tu vê assim, tem doze pares de um, treze de outro, daí tem mais vinte lá. É bonito de ver! Fica colorida a esteira! ((risos))*

E. *((risos))*

DA. *Mas é...*

E. *O significado disso é trabalho redobrado, né?*

DA. *É! E daí a gente conseguir atingir o nível de qualidade que a gente consegue – claro, a gente não é perfeito, a gente tem defeito, mas – eu acho que está, a gente está de parabéns!*

Estas falas permitem perceber que nem sempre a presença de máquinas significa substituição do trabalho humano ou mesmo sua diminuição. A configuração dos arranjos idealizada conforme os tipos de trabalho, tipos de artefatos e tipos de empresas que se deseja constituir podem ser mais relevantes do que propriamente o uso ou não de máquinas.

A discussão aqui empreendida não deseja ignorar ainda a questão do desvínculo produzido entre mercadoria<sup>48</sup> e mundo do trabalho, que tem se constituído junto às práticas capitalistas de produção de artefatos. O apagamento do processo produtivo obscurece a percepção da sociedade sobre os objetos produzidos por ela mesma. Quando na situação de mercadoria, os artefatos parecem surgir abstraídos de origem no mundo do trabalho. A isto Walter Benjamin denomina fantasmagoria. Para exemplificar este conceito, o autor argumenta as maneiras pelas quais as mercadorias eram apresentadas e promovidas nas Exposições Universais do século XIX:

<sup>48</sup> O termo mercadoria se encaixa na perspectiva apresentada por Igor Kopytoff, na qual a mercadoria não é um tipo de coisa, mas uma fase na vida de algumas coisas. Todas as coisas que podem em algum momento ser trocadas por dinheiro são – no momento da troca – no momento da troca mercadoria. Para ele a mercantilização é um processo no qual os objetos podem transitar dentro e fora do estado de mercadoria (KOPYTOFF, 2010).

A propriedade que recai sobre a mercadoria como seu caráter fetichista é inerente à própria sociedade produtora de mercadorias, não como ela é em si, mas como ela representa a si mesma e acredita compreender-se quando faz abstração do fato de que ela produz mercadorias. A imagem que ela assim produz de si mesma e que costuma designar como cultura corresponde ao conceito de fantasmagoria (BENJAMIN, 2007, p. 711).

As formas utilizadas para organizar as mercadorias nas Exposições Universais, bem como as narrativas sobre aqueles objetos, constituem “uma imagem da realidade que oculta as verdadeiras relações entre os homens e as coisas” (PESAVENTO, 1997, p. 45), desvinculando os artefatos produzidos da própria sociedade que os produziu. Assim a mercadoria parece existir sem qualquer origem no trabalho. A ação humana e os conhecimentos próprios para sua fabricação, que estão contidos na mercadoria, não são mais reconhecidos.

Ao expor alguns aspectos dos modos de fazer da fábrica Zeferino busco reafirmar a existência simultânea de distintas possibilidades de arranjos fabris. Neste sentido é necessário um diálogo com Mendes (2011) que afirma, em acordo com Néstor-Garcia Canclini, que “a constituição de projetos capitalistas na modernidade pode carregar em si uma tendência a construir ‘oposição maniqueísta’ entre: moderno e tradicional; culto e popular; hegemônico e subalterno, sendo usualmente o artesanato situado como uma prática tradicional, de classes populares e subalternas” (MENDES, 2011, p. 58). Assim, a autora argumenta que quando o artesanato – ou o artesanal – transita nas fronteiras da tradição e modernidade, estas intersecções, estes encontros podem possibilitar reestruturações, transformações, hibridações. Logo, uma fábrica cujo sistema permita o trânsito de saberes e fazeres manuais e tradicionais – materializados pelo tipo de fazer destes (as) artífices – poderia ser chamada de híbrida<sup>49</sup>. Isto pode ser interpretado como uma espécie de fratura no terceiro estágio descrito por Marx: dentre as fábricas mecanizadas podem existir outros arranjos, outras possibilidades.

Possibilidades que compreendem a atitude de planejar o fazer industrial em permanente negociação com os saberes e fazeres humanos, com as suas experiências e habilidades especialmente

---

<sup>49</sup> Quanto à “híbrida” remeto a Garcia Canclini (2003), como será problematizado na sequência, e não a Enrico Cietta (2010) que utiliza o termo indústrias híbridas para definir certo tipo de indústria da moda, um modelo de negócios contemporâneo – o *fast fashion* – que circula e distribui artefatos definidos pelo autor como produtos que possuem natureza híbrida – especificamente artefatos de vestuário – uma vez que são constituídos por meio de elementos industriais, culturais e artísticos. Ver: CIETTA, Enrico. **A revolução do fast-fashion: estratégias e modelos organizativos para competir nas indústrias híbridas**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

adquiridas, refutando a reificação e redução das pessoas pelas máquinas ou por processos automatizados.

## 4.2 FAZERES E INVENÇÕES

É possível perceber a diversidade dos fazeres da fábrica Zeferino nas narrativas dos modelistas sobre os processos de fabricação dos 15 modelos selecionados a meu pedido. A diversidade dos fazeres está presente tanto no que diz respeito às descrições dos processos de confecção dos modelos, como também em suas indicações sobre a existência de mais de uma maneira de se fazer o mesmo sapato.

David reafirma esta ideia várias vezes durante seu depoimento, insistindo que “o sapato tem 10, 12, 15 maneiras de se fazer, e todas certas, né?”, e “é como eu disse, às vezes tem várias maneiras de fazer a mesma coisa, todas elas certas” e também “é aquilo que eu falei, tem várias maneiras de fazer esse, o modelo, né? (David Paim de Matos e Diogo Terme de Oliveira, entrevista, abril de 2013). Aprender a encontrar mais de uma maneira de resolver um problema é uma habilidade importante no fazer artesanal (SENNETT, 2012b). A ênfase que David dá a esta abordagem demonstra uma forma de trabalho construída no decorrer de suas falas a respeito das particulares formas de fabricar os sapatos.

Nas narrativas dos modelistas havia poucos indícios de standardização ou sistematização de processos que pudessem denotar o uso de apenas uma sequência operacional. A narrativa do fazer de cada modelo revelou inventos de ordens distintas dos processos principais. Ordens particulares que foram arranjadas a partir da necessidade de tornar possível a fabricação de cada sapato. Ora o processo iniciou pelo corte, ora pelo trabalho de bordado programado em peças inteiriças, o que aponta que na fábrica Zeferino a proposta de cada modelo pode solicitar um tipo de ordenação da sequência de ações.

Estes modos de fazer da fábrica Zeferino estão inseridos em um tipo de tradição de fabricação do sapato de luxo relacionado ao fazer artesanal próprio da alta-costura europeia<sup>50</sup> do século XX. Segundo Lipovetsky e Roux (2005), até fins do século XIX a confecção da indumentária de luxo se configurava pela feitura à mão de peças únicas e sob medida, sempre sob a ordem do cliente. Com a alta-costura o luxo se tornou uma “indústria da criação”, na qual o processo de fabricação

continua artesanal – o feito à mão, o sob medida, a qualidade e não a quantidade, o *savoir-faire* das costureiras – mas aí se manifesta igualmente o princípio moderno da série, ainda que

---

<sup>50</sup> Esta referência tomada pela empresa consta em sua apresentação institucional “Contamos em nossa equipe com artesãos especializados na fabricação manual, utilizando em nossa produção técnicas e conceitos tradicionais europeus.” Disponível em [www.zeferino.com.br](http://www.zeferino.com.br). Acesso em 30 jun. 013, às 16:30h.

reduzida, podendo os modelos ser reproduzidos em algumas centenas ou alguns milhares de exemplares” (LIPOVETSKY e ROUX, 2005, p. 43-44).

Houve uma união entre “artesanato e indústria, arte e série” (LIPOVETSKY; ROUX, 2005, p. 44) neste primeiro momento da indústria do luxo moderno, quando a alta-costura consagrou uma aliança entre estas práticas. Aliança esta que se mostrou uma estratégia eficiente para legitimar as casas de luxo francesas sob uma ideia de tradição associada “ao domínio de um ‘ofício’ e a uma qualidade de execução únicos, frequentemente ligados, aliás, a uma base artesanal e/ou a uma tradição manufatureira” (LIPOVETSKY; ROUX, 2005, p. 137). Os aspectos desta ideia de tradição estão presentes no contexto da fábrica Zeferino por meio dos (as) artífices (no domínio do ofício), da qualidade única (pelo saber fazer) e na base artesanal/tradição manufatureira (configurada no arranjo fabril e nos modos de fazer). O modos que unem artesanato e indústria solicitam a invenção de maneiras de fabricar artefatos, pois nem apenas as formas artesanais, nem somente as mecanizadas podem ser empregadas. Logo, são criadas estratégias híbridas de fabricação no processo do desenvolvimento dos sapatos, mesclando as possibilidades dos modos de fazer artesanais e dos industriais, a fim de realizar cada modelo individualmente.

Quanto às estratégias híbridas, remeto ao conceito de *processos de hibridação* no sentido em que foi formulado por Garcia Canclini (2003) que aponta mesclas, intercâmbios, justaposições, sobreposições, de maneira que para ele, hibridações são “processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas, que existem de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas e práticas” (GARCIA CANCLINI, 2003, p. XIX). Para o autor os processos de hibridação implicam ainda um tipo de fusão das práticas sociais impregnado de contradições, de equivocidade. Estas hibridações não ocorrem de maneira natural, mas por meio de tensões. O autor explica que a fusão por meio dos processos de hibridação ocorre, por vezes

De modo não planejado ou é resultado imprevisto de processos migratórios, turísticos e de intercâmbio econômico ou comunicacional. Mas frequentemente a hibridação surge da criatividade individual e coletiva. Não só nas artes, mas também na vida cotidiana e no desenvolvimento tecnológico. Busca-se *reconverter* um patrimônio (uma fábrica, uma capacitação profissional, um conjunto de saberes e técnicas) para reinseri-lo em novas condições de produção e mercado (GARCIA CANCLINI, 2003, p. XXII, grifo do autor).

Importa aproximar o conceito de hibridação formulado por Garcia Canclini uma vez que na sequência deste documento apresento os processos de desenvolvimento de artefatos da fábrica Zeferino e busco demonstrar como o trabalho dos modelistas e do estilista e também os artefatos são ali constituídos. É por meio de contradições e de tensões que a dinâmica deste lugar se faz cotidianamente,

visto que tal fábrica é formada por certas práticas antes separadas em distintos contextos e agora combinadas, a saber, os modos de fabricação artesanal e os de fabricação mecanizada.

Estas contradições são marcadas por falas como a de David, quando esclarece a linha de raciocínio da fábrica: “se parar para pensar em nós a gente vai pensar sempre no mais fácil! (...) O mais fácil, que venda mais e isso e aquilo! (...) Mas também a gente não pode pensar numa coisa que fique inviável para produzir! Que vá nos levar a não, a um processo improdutivo. Uma coisa que vá levar um dia para fazer um par” (David Paim de Matos, entrevista, novembro de 2012). David expõe o que é, em grande medida, o cotidiano da fábrica que consiste em buscar maneiras de ser produtiva por meio da simplificação do trabalho e do estabelecimento de processos. Realidade esta que não é a da empresa Zeferino como um todo, que também tem como objetivo constituir-se como uma referência em artefatos de luxo no cenário das marcas nacionais de moda.

Estas questões serão aprofundadas por meio da descrição dos modos de fazer da fábrica Zeferino, sendo que tal tarefa tem duas finalidades principais. Primeiro, expor as trajetórias particulares da feitura de cada modelo evidenciando os processos construídos, as diversidades singulares e as maneiras pelas quais as estratégias de hibridação entre fazeres artesanais e mecanizados se constituem. Assim, pretendo colaborar com o desmonte da noção hegemônica da existência de apenas um modo de produção no contexto do capitalismo recente. Segundo, anunciar que tais processos não são possíveis de serem construídos nem por apenas um tipo de saber, nem por apenas um indivíduo que o detenha. Antes, estas invenções acontecem nas relações, tensões e cooperações entre as pessoas, na hibridação de saberes e no contexto social e cultural.

Na sessão que segue início da descrição do desenvolvimento dos sapatos Zeferino a partir de documentos que pontuam o processo.

#### 4.3 O PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DOS SAPATOS ZEFERINO

Para organizar o processo de desenvolvimento das coleções a equipe de desenvolvimento de produtos da Zeferino criou documentos que registram, comunicam e orientam algumas das negociações que acabam por constituir o trabalho e os artefatos.

O documento chamado Cronograma estabelece as etapas mais gerais, os prazos de realização e as áreas ou pessoas responsáveis pelas tarefas. Este documento foi criado conciliando as particularidades de cada área envolvida, bem como as necessidades de prazo para cada etapa. Este

documento é reeditado a cada coleção/estação. Um exemplo do cronograma é demonstrado na figura seguinte:

**Zeferino**

**CRONOGRAMA DE DESENVOLVIMENTO**  
**COLEÇÃO VERÃO 2011**

<b>Data</b>	<b>Tarefa</b>	<b>Responsável</b>
15/set/09	DEFINIÇÃO DE TEMA/PESQUISA E CRIAÇÃO	ESTILO
22/set/09	SELEÇÃO E TESTES DE MATÉRIA-PRIMA	PRODUTO/FABRICA
01/out/09	COMPRA DE OT INICIAIS DE MP PARA PILOTAGEM	PRODUTO
03/dez/09	ENTREGA DOS CROQUIS	ESTILO
03/dez/09	REUNIAO DE APROVAÇÃO DOS CROQUIS	EDUARDO/EST/PROD/COML/FAB
03/dez/09	APROVAÇÃO DE MP E CARTELA DE CORES	EDUARDO/EST/PROD/COML/FAB
06/dez/09	ELABORAÇÃO DE FICHAS PILOTO	PRODUTO
13/dez/09	REUNIAO INTERPRETAÇÃO DE FICHAS	ESTILO/PRODUTO/MODELAGEM
05/jan/10	INICIO MODELAGEM PILOTO	MODELAGEM
27/jan/10	INICIO CORTE PILOTO	FABRICA
09/fev/10	INÍCIO MONTAGEM PILOTO	FABRICA
21/fev/10	EMBARQUE PILOTOS PARA SP	FABRICA
23/fev/10	CALCE DE PILOTOS EM SP	EDUARDO/EST/PROD/COML/FAB
24/fev/10	ELABORACAO FICHAS DE COMBINAÇÃO	ESTILO/PRODUTO
03/mar/10	LIBERAÇÃO FICHAS DE COMBINAÇÃO	PRODUTO
04/mar/10	CORREÇÃO DE MODELOS	MODELAGEM
04/mar/10	COMPRA COMPLEMENTO DE MP (MOSTRUÁRIO)	FABRICA
28/mar/10	INICIO CORTE MOSTRUÁRIO	FABRICA
11/abr/10	INICIO MONTAGEM MOSTRUÁRIO	FABRICA
26/abr/10	EMBARQUE MOSTRUÁRIO PARA SP	FABRICA
28/abr/10	AVALIAÇÃO DO MOSTRUÁRIO EM SP	ESTILO/PRODUTO
05/mai/10	FOTOS MOSTRUÁRIO	COORDENACAO COMERCIAL
09/mai/10	PREVIEW VENDAS	COMERCIAL
16/mai/10	ENTREGA DOS PARES PARA MÍDIA	FABRICA

Figura 38 - Cronograma de desenvolvimento Zeferino. Fonte: Acervo digital Zeferino.

Neste cronograma estão definidas as tarefas e prazos tanto do desenvolvimento dos protótipos (de 15/set/09 a 23/fev/10) quanto da fabricação do mostruário (24/fev/10 a 16/mai/10)<sup>51</sup>. Pelo documento é possível verificar as etapas que dão o ritmo do trabalho da equipe, bem como a sequência do uso dos documentos do processo de desenvolvimento, que são dispositivos que podem permitir o acesso aos seus modos de fazer, pois demonstram de uma maneira sistematizada etapas pontuais do processo.

Os documentos do processo de desenvolvimento foram criados para dar suporte ao trabalho e geram informações sequenciais com o objetivo de desenvolver os modelos de acordo com as especificações do estilista. Há que se considerar que a equipe de desenvolvimento fica, na maior parte do tempo, alocada em espaços físicos distintos e que a comunicação ocorre por meios remotos. A

<sup>51</sup> O protótipo é o primeiro pé de sapato confeccionado a partir do Croqui e da Ficha de Amostra e serve para verificar se o modelo está de acordo com o planejado, podendo sofrer correções. O mostruário é o estágio seguinte, quando são fabricados de dois a três pares de cada modelo em variações de cores, para que sirvam como amostra para as lojas próprias e para os clientes de atacado.

documentação registra as especificações iniciais, que evoluem e se transformam durante o processo, até chegar ao produto final.

O documento que fixa as coordenadas de partida do desenvolvimento de uma coleção na Zeferino é a Cartela de Materiais e Cores, elaborada pelo estilista na primeira fase do trabalho que compreende a pesquisa e a definição de tema. Com origem no tema são selecionados materiais (couros bovinos e exóticos, tecidos, sintéticos, fibras naturais trançadas, entre outros) e cores que poderão ser utilizados. A pesquisa de novos materiais é ininterrupta, sendo feita pelo DP e também pelo estilista por meio de captação de amostras disponíveis nos catálogos de fornecedores ou por meio de desenvolvimentos específicos. Os desenvolvimentos específicos são coordenados pelo DP e realizados junto aos fornecedores pelo desenvolvedor de couros da fábrica Zeferino.

No entanto, esta empresa trabalha no sentido de construir uma coleção de matérias-primas. Esta coleção é formada por artigos de diferentes tipos que são mantidos por tempo indeterminado. Descartes e/ou acréscimos de artigos podem acontecer por aspectos relacionados à produção, à circulação e ao consumo. A figura a seguir apresenta alguns dos materiais utilizados pela Zeferino. Da esquerda para a direita a figura mostra couro de cobra *python*, couro bovino verniz, couro bovino com acabamento em anilina e o tecido cetim de seda:



Figura 39 - Exemplos de matérias-primas. Fonte: Acervo digital Zeferino. Fotos: Márcia Fasoli.

A cartela de materiais de uma nova coleção/estação tem como ponto de partida a cartela da (s) coleção (ões)/estação (ões) anterior (es), que passa por descartes e acréscimos para resultar na nova cartela de materiais. Estes materiais são desenvolvidos em cores. A cartela de cores da coleção é montada utilizando como amostra qualquer tipo de material (papel, couro, tecido, plástico). As cores recebem nomes relacionados ao tema da coleção, o que ajuda a identificação dos materiais da Zeferino nos fornecedores.



O processo seguinte à cartela de cores da coleção é a montagem da cartela de cores por artigo, que explicita em quais cores tais artigos serão desenvolvidos. Nem todos os artigos são desenvolvidos em todas as cores, como pode ser observado nas figuras que seguem:

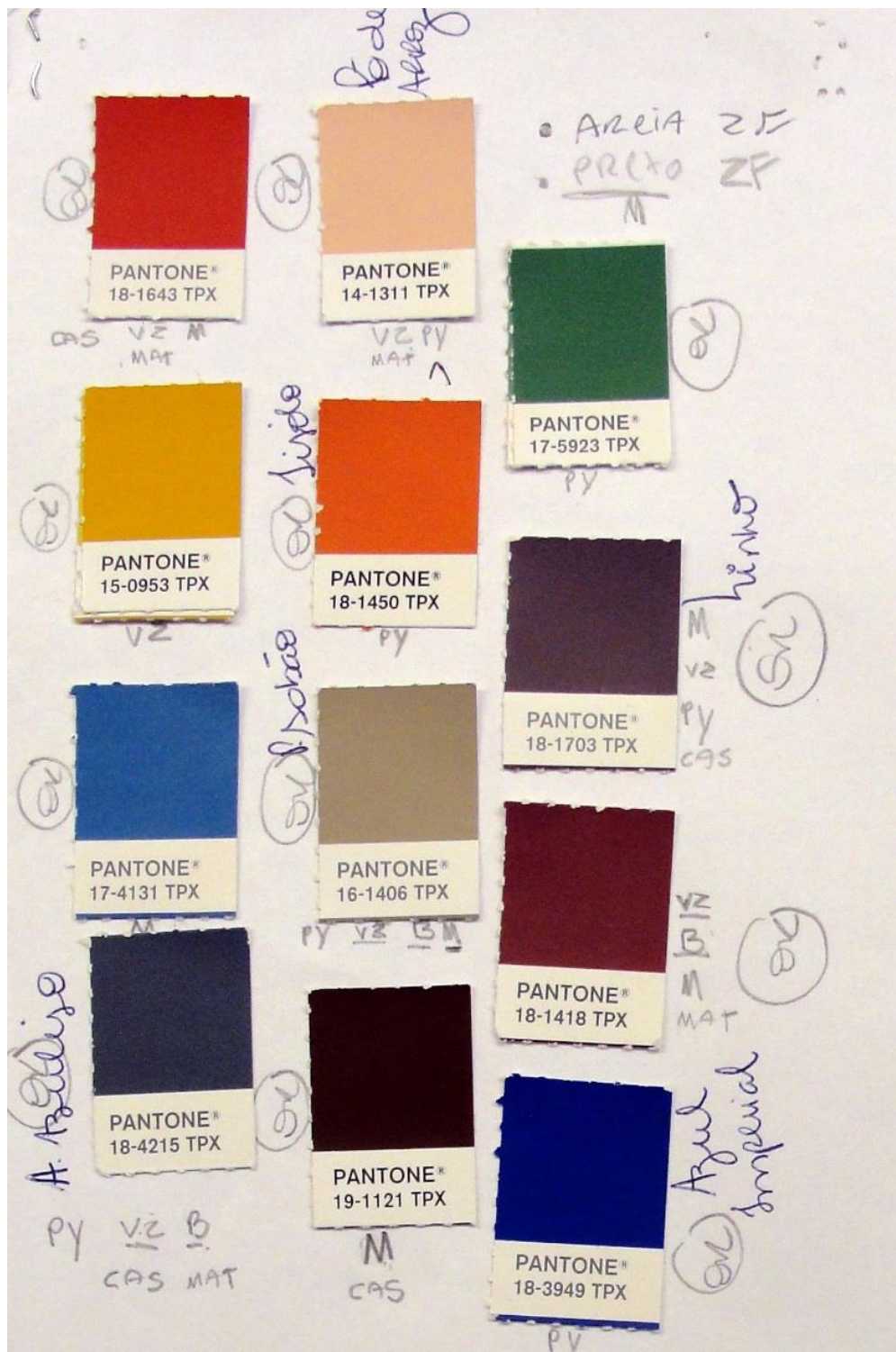


Figura 40 - Cartela de cores de uma coleção Zeferino. Fonte: Acervo digital Zeferino.

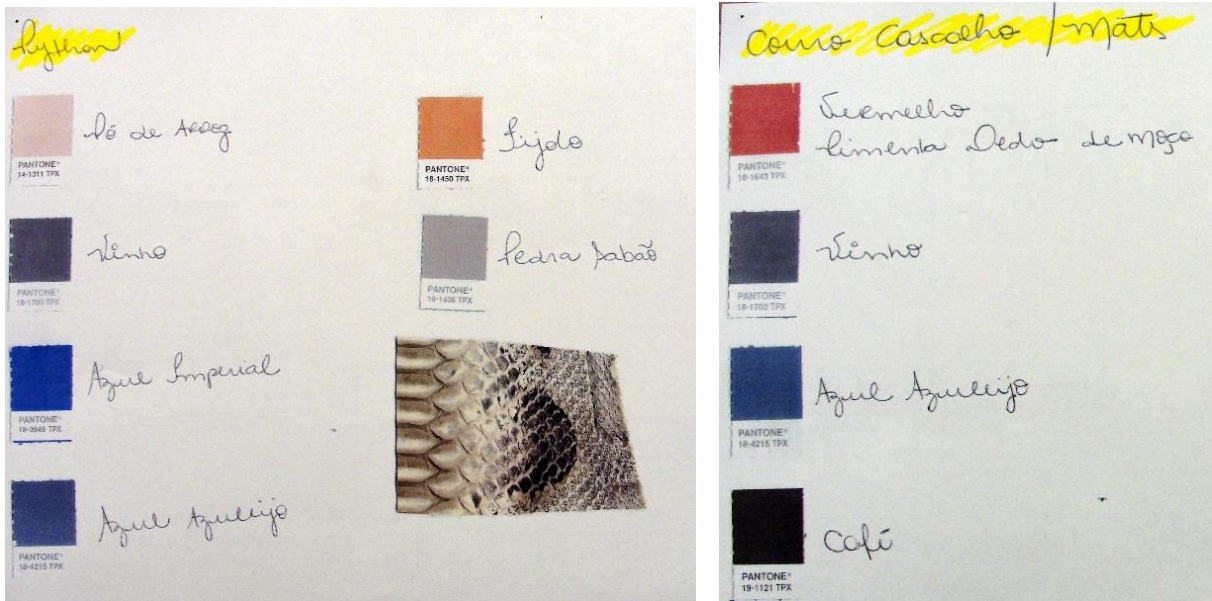


Figura 41 - Cartelas de cores por material. Fonte: Acervo digital Zeferino.

Estas figuras mostram a cartela de cores da coleção<sup>52</sup>, seguida pela cartela das cores selecionadas para desenvolvimento do couro exótico phyton e couro bovino cascalho. São montadas 3 unidades de cada uma das cartelas que especificam cores por materiais. A primeira cartela fica com o estilista e o DP, a segunda fica na fábrica com o desenvolvedor de materiais e a terceira é repassada para os respectivos fornecedores de cada artigo a ser desenvolvido na cor. Estas cartelas servem de referência para a aprovação dos resultados finais do desenvolvimento dos artigos nas cores. Por este motivo estas cartelas precisam existir fisicamente (e não digitalmente) na quantidade de versões suficientes para atender a toda a equipe envolvida no processo.

As cores dos materiais como tecidos, artigos sintéticos e fibras naturais trançadas são escolhidos a partir dos catálogos dos respectivos fornecedores e seguem, sempre que possível, a cartela de cores da coleção/estação. Assim como existe uma coleção de couros mais ou menos fixa, existe também uma coleção de cores. São as cores “ZF”, que dizem respeito às cores amplamente aceitas pelos consumidores e que se tornaram perenes nas coleções/estações. Alguns exemplos são preto, areia (bege), vermelho, marinho, café (marrom) e pink. As cartelas de materiais e cores servem como uma primeira elaboração dos elementos que farão parte de uma coleção.

Outro documento fundamental neste processo é o croqui que, junto das cartelas, formam a base de informações dos modelos a serem desenvolvidos. O croqui é a representação gráfica do modelo

<sup>52</sup> Para mais detalhes sobre Cartelas de Cores ver CHOKLAT (2012).

que o estilista pretende desenvolver e serve como recurso para ajudar a transmitir a ideia do modelo. A figura abaixo demonstra como exemplo o croqui do modelo FST200:

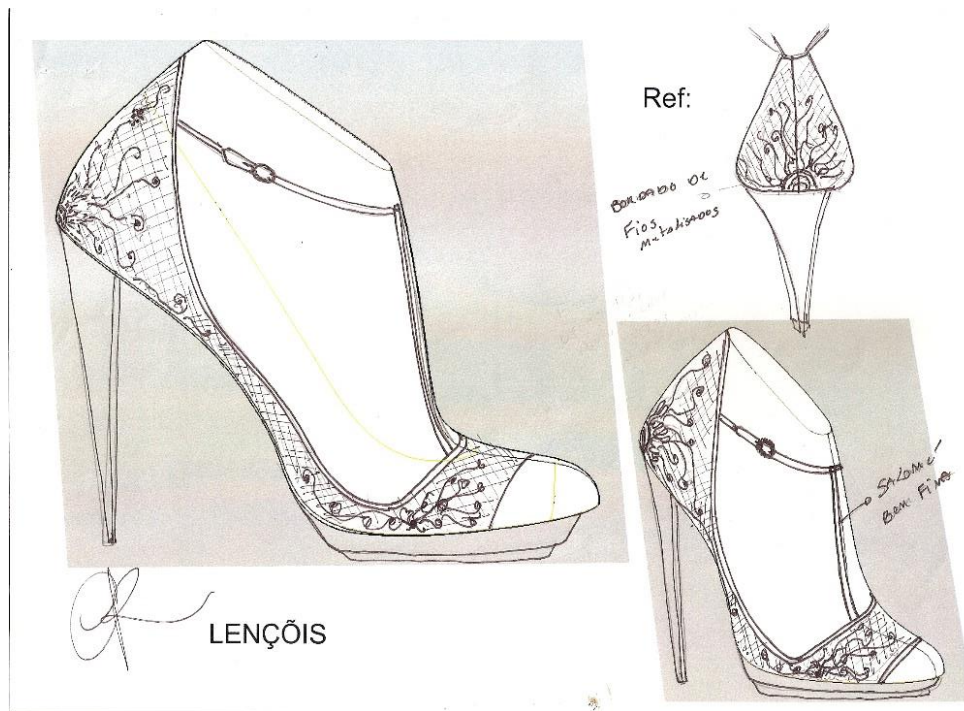


Figura 42 - Croqui do modelo FST200. Autor: Cristiano Rodriguez. Fonte: Acervo digital Zeferino.

Os croquis de uma coleção Zeferino são desenhados num período de aproximadamente 30 dias e são feitos à mão. Em seguida os desenhos são digitalizados para que possam ser acessados, reproduzidos e utilizados. Os croquis em arquivos digitais são armazenados em diretório compartilhado entre as áreas de estilo, DP e modelagem. Nesta fase o croqui em arquivo digital recebe uma referência, que é formulada conforme descrição no capítulo 3. A partir daí todos os documentos gerados a partir do croqui utilizarão a referência dada.

Tomando como base a cartela de materiais e cores e o croqui é possível elaborar o próximo documento, que é a Ficha de Amostra. Esta Ficha é um documento feito pelo DP, com base no croqui, nas informações orais dadas pelo estilista e na cartela de materiais e cores. Por vezes, o estilista especifica no próprio croqui os materiais e/ou referências que pretende utilizar no modelo. No entanto, o DP sempre realiza com o estilista uma conversa detalhada sobre cada croqui, antes de elaborar as Fichas de Amostra. Um exemplo deste documento pode ser observado na figura seguinte:

## FICHA DE AMOSTRA



DATA: 19/08/2011

CONSTRUÇÃO: LENÇÓIS

MODELO: FST200 / SANDALIA

COLEÇÃO: INVERNO 12

BORDADO FEITO SOBRE A TELA, EM FIOS METALIZADOS EM TONS DE OURO, COBRE E CHUMBO.



CABEDAL COR1:	TELA MOSQUETEIRO PRETO	
CABEDAL COR2:	CETIM SATTIN DRILL AHB AREIA	
CABEDAL COR3:	NÃO	
CABEDAL COR4:	NÃO	
DEBRUM:	CETIM SATTIN DRILL AHB ARBEIRA:	AREIA
VIVO:	NÃO	BANHO: OURO CLARO
FORRO:	METAL OURO CLARO	CARIMBO: ETIQUETA PINK LABEL
FORRAÇÃO:	CETIM SATTIN DRILL AHB AR FIVELA:	109 O. CLARO / B. DIAMOND
TALONEIRA:	METAL OURO CLARO	ZIPER: NÃO
DET. TALONEIRA:	CETIM SATTIN DRILL AHB ARELASTICO:	NÃO
CAPA PLATAF:	CETIM SATTIN DRILL AHB ARLINHA:	90 NA COR
CAPA SALTO:	CETIM SATTIN DRILL AHB ARENFEITE:	BORDADOS FIOS METALICOS
TACO:	PRETO	VIRA COURO: NÃO
SOLA:	ROSA FESTA	AVESSO: NA COR

OBSERVAÇÃO:

Figura 43 - Ficha de Amostra. Fonte: Acervo digital Zeferino.

A Ficha de Amostra agrupa num mesmo documento as diretrizes iniciais para o desenvolvimento de um modelo. Ela registra o Croqui associado à sua referência de identificação, os elementos estruturais (a construção), os materiais do cabedal, adereços e/ou enfeites, bem como informações que auxiliam a identificar técnicas ou detalhes solicitados.

Decupando este documento, relaciono cada campo e seus conteúdos, que são Ficha de Amostra: nome do documento; Data: data em que o documento foi feito e disponibilizado para a fábrica; Construção: Nome da construção. Construção é um conjunto fixo de componentes fabricados por fornecedores distintos e que formam uma estrutura básica sobre a qual o modelo é construído, a saber, 1 fôrma, 1 salto, 1 palmilha e 1 sola. Algumas construções podem conter ainda 1 plataforma ou 1 vira, como exemplificado na figura que segue:

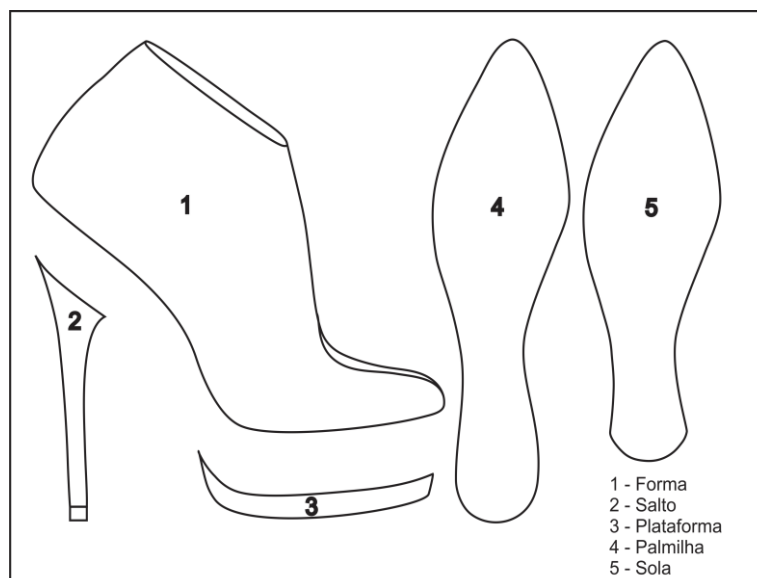


Figura 44 - Construção para Sapatos. Fonte: Autoria própria.

Cada construção recebe um nome específico<sup>53</sup>, escolhido pela área de estilo ou DP, como identificação. Desta maneira, quando a Ficha de Amostra informa que o modelo FST200 deve ser feito na construção “Lençóis”, a modelagem compreende que o modelo será feito utilizando determinado conjunto de forma, salto, palmilha e sola. As construções e suas nomenclaturas fazem parte de um sistema interno da fábrica Zeferino, sendo que os modelistas mantem um registro detalhado da composição de cada construção, identificando os componentes conforme as referências dos respectivos fornecedores. Uma construção pode se desdobrar em outra com a mudança de um salto, por exemplo, mas os componentes de uma mesma construção não devem ser alterados.

A padronização propicia um encaixe bem feito entre os componentes da construção; Modelo: Referência de identificação e tipo de modelo; Coleção: coleção/estação para a qual o modelo é desenvolvido; Identificação do documento com a logomarca Zeferino; Quadro: reservado para descrição de informações; Quadro abaixo: inserção do croqui e detalhamento de informações específicas que utilizam pequenos quadros e setas; Cabedal cor 1/2/3/4: materiais e cores a serem aplicados no modelo. Não há um limite para a quantidade de tipos de materiais diferentes que possam ser usados num mesmo modelo. Nesta ficha consta até 4 campos para materiais/cores diferentes. Este número de campos pode ser aumentado conforme o modelo, ou deixados em branco; debrum: material e cor do debrum, caso o modelo tenha; Vivo: material e cor do vivo, caso o modelo tenha; Forro: Material/cor com o qual o sapato

<sup>53</sup> Os nomes das construções são escolhidos pelo estilista ou DP, e geralmente tem relação com o tema da coleção/estação na qual foi desenvolvida como, por exemplo, construção “Lençóis”, da coleção do verão 2012 “Sereias Urbanas” cuja viagem de pesquisa teve como destino o Maranhão.

será forrado; Forração: material/cor com o qual a palmilha será forrada; Taloneira: Material e cor da taloneira; Detalhe da taloneira: Material e cor do detalhe da taloneira; Capa de plataforma: material/cor com o qual a plataforma (caso houver no modelo) será encapada; Capa de salto: material/cor com o qual o salto será forrado; Taco: cor do taco; Sola: tipo e cor da sola; Beira: cor da beira. Isto indicará se a beira deverá ser pintada ou não. Banho: banho (cor) dos metais (fivelas, cravos, rebites); Carimbo: carimbo ou etiqueta na taloneira para identificação da linha; Fivela: referência da fivela; Zíper: tipo e cor do zíper; Elástico: cor do elástico da fivela; linha: cor e espessura da linha a ser usada na costura do sapato; Enfeite: referência e cor do enfeite (flores aplicadas, bordados, metais especiais); Vira: cor da vira; Avesso: cor do forro interno do calcanhar; Observação: reservado para informações complementares.

A próxima etapa da documentação é a Ficha de Combinação. No entanto, entre a Ficha de Amostra e a de Combinação está o desenvolvimento dos protótipos, feito pelos modelistas e pelos (as) artífices da fábrica. Quando os protótipos ficam prontos, eles são apresentados e analisados em uma reunião entre a equipe.

Esta reunião acontece na Zeferino em São Paulo, SP. A ficha de combinação é feita somente depois da análise dos protótipos. Portanto, este documento tem três importantes funções: primeiro, ele serve como registro das opções de cores em que cada modelo poderá ser vendido, bem como determina a aplicação definitiva de materiais nos modelos. Estas definições são feitas pelo estilista a partir da cartela de materiais e cores. Segundo, a Ficha de Combinação documenta a aprovação ou não-aprovação do protótipo, podendo registrar as necessárias correções. Terceiro, este documento sinaliza as opções de cores que deverão ser produzidas de cada modelo para montar o mostruário, que serve aos canais de distribuição.

Em parte, os campos da Ficha de Combinação são similares aos da Ficha de Amostra, no entanto, considerando os objetivos deste documento, todos os campos devem ser preenchidos rigorosamente, pois determinam o que e onde materiais e cores deverão ser aplicados em cada modelo. Por este motivo suas informações devem ser precisas.

Apresento um exemplo deste documento a seguir:



## Combinações Inverno 2012



**PINK LABEL - FST200**

<b>COMBINAÇÃO Nº 1</b>			<b>MOSTRUARIO</b>
CABEDAL COR1	<b>TELA MOSQUETEIRO PRETA</b>	PLATAFORMA	<b>CAMURÇA PRETA</b>
CABEDAL COR2	<b>CAMURÇA PRETA</b>	PATA BORRACHA	<b>NÃO</b>
CABEDAL COR3	<b>NAO</b>	SOLA	<b>ROSA FESTA</b>
DEBRUM	<b>CAMURÇA PRETA</b>	BEIRA	<b>PRETO</b>
VIVO ARGENTINO	<b>NÃO</b>	TACO	<b>PRETO</b>
FORRO	<b>METAL OURO CLARO</b>	LINHA (COR/ESP)	<b>90 NA COR</b>
FORRAÇÃO PALMILHA	<b>SILK FORRO PRETO</b>	ENFEITE	<b>BORDADO METAL ACESSORIUS</b>
TALONEIRA	<b>METAL OURO CLARO</b>	CARIMBO	<b>ETIQUETA PINK LABEL</b>
MOLDURA TALONEIRA	<b>METAL OURO CLARO</b>	BANHO	<b>OURO CLARO</b>
SALTO	<b>CAMURÇA PRETA</b>	ZÍPER	<b>NÃO</b>
VIRA	<b>NÃO</b>	FIVELA	<b>JET 280</b>

<b>COMBINAÇÃO Nº 2</b>			<b>MOSTRUARIO</b>
CABEDAL COR1	<b>TELA MOSQUETEIRO AREIA</b>	PLATAFORMA	<b>CAMURÇA AREIA</b>
CABEDAL COR2	<b>CAMURÇA AREIA</b>	PATA BORRACHA	<b>NAO</b>
CABEDAL COR3	<b>NÃO</b>	SOLA	<b>ROSA FESTA</b>
DEBRUM	<b>NÃO</b>	BEIRA	<b>AREIA</b>
VIVO ARGENTINO	<b>CAMURÇA AREIA</b>	TACO	<b>PRETO</b>
FORRO	<b>METAL OURO CLARO</b>	LINHA (COR/ESP)	<b>90 NA COR</b>
FORRAÇÃO PALMILHA	<b>SILK FORRO AREIA</b>	ENFEITE	<b>BORDADO METAL ACESSORIUS</b>
TALONEIRA	<b>METAL OURO CLARO</b>	CARIMBO	<b>ETIQUETA PINK LABEL</b>
MOLDURA TALONEIRA	<b>METAL OURO CLARO</b>	BANHO	<b>OURO CLARO</b>
SALTO	<b>CAMURÇA AREIA</b>	ZÍPER	<b>NÃO</b>
VIRA	<b>NÃO</b>	FIVELA	<b>SILK 391</b>

Figura 45 - Ficha de Combinação. Fonte: Acervo digital Zeferino.

Ao apresentar os campos que formam a Ficha de Combinação e as descrições dos conteúdos de cada um deles aproveite para classificar os itens que compõem mais frequentemente os sapatos Zeferino e aqueles que são ocasionais e dependentes do tipo de modelo. Desta forma, não siga integralmente a sequência estabelecida pelo documento, como fiz no caso da Ficha de Amostra, mas os ordeno da seguinte maneira: apresentação dos elementos do cabeçalho seguida de um quadro dos componentes gerais e específicos dos modelos.

Os elementos do cabeçalho são: Logomarca: Identificação do documento com a logomarca Zeferino; Ficha de combinação: Nome do documento; Imagem: Foto do protótipo do modelo; Pink Label

– FST200: Linha e referência do modelo; Combinação N° 1: numeração da opção de cor. Os componentes gerais e os específicos são:

Componentes	Campo	Conteúdo
<b>Gerais</b>	Cabedal cor 1/2/3	materiais e cores a serem aplicados no modelo
	Forro	material/cor com o qual o sapato será forrado
	Forração	material/cor com o qual a palmilha será forrada
	Taloneira	material/cor da taloneira
	Moldura da taloneira	material/cor do detalhe da taloneira
	Salto	material/cor com o qual o salto será forrado
	Sola	tipo e cor da sola
	Beira	cor da beira
	Taco	cor do taco
	Linha (cor/esp)	cor e espessura da linha usada na costura do sapato
	Carimbo	carimbo/etiqueta na taloneira para identificação da linha
	Averso	cor do forro interno do calcanhar
<b>Específicos</b>	Vivo	material e cor do vivo
	Debrum	material e cor do debrum
	Vira	cor da vira
	Plataforma	material/cor com o qual a plataforma será encapada
	Para borracha	tipo e cor da pata borracha
	Enfeite	referência e cor do enfeite
	Banho	(cor) dos metais (fivelas, cravos, rebites)
	Fivela	referência da fivela
	Zíper	tipo e cor do zíper
	Elástico	cor do elástico da fivela

Quadro 3 – Componentes Gerais e Específicos dos Modelos. Fonte: Autoria própria.

Os campos que se referem aos componentes gerais são preenchidos com os elementos de cada modelo. Já os campos referentes aos componentes específicos são utilizados conforme a necessidade de cada modelo. A indicação “Mostruário” que consta na Ficha de Combinação marca as combinações que deverão ser fabricadas para este fim, na quantidade de um par de cada cor indicada.

Os modelos podem ter muitas combinações de cores, normalmente variando entre 1 e 12. A definição da quantidade de combinações de cores por modelo está relacionada a aspectos que envolvem produção, circulação e consumo, da mesma forma que as linhas de produtos.



Estes documentos, a saber, Cartela de Cores, Croquis, Ficha de Amostra e Ficha de Combinação pontuam o processo de desenvolvimento dos modelos de uma coleção, pois marcam etapas. Estas etapas serão mais detalhadas na sessão seguinte.

#### 4.4. DO CROQUI AO SAPATO: UM HIATO<sup>54</sup> DE FAZERES.

A fabricação de sapatos envolve uma série de processos, podendo variar conforme o tipo de calçado, o modelo, o material empregado, entre outros. A variedade de saberes e de modos de fazer é própria dos fazeres manuais. Richard Sennett (2012a) pondera que talvez descrever e colocar em ordem os fazeres manuais não esteja ao alcance da nossa capacidade verbal. Nisto incluo os processos por meio dos quais são produzidos os sapatos na fábrica Zeferino, que tem modos híbridos de fazer.

Na tentativa de reconstruir a trajetória da feitura dos modelos selecionados para este estudo, apresento o conjunto de documentos (Croqui, Ficha de Amostra e Ficha de Combinação) de cada um. Por meio desta justaposição espero ser possível compreender as trajetórias individuais, os processos de objetualização e, assim, os modos de fazer da fábrica Zeferino.

Para iniciar estas trajetórias, demonstro algumas ideias do estilista e dos modelistas a respeito deste processo. A primeira etapa do trabalho, que fica sob responsabilidade de Cristiano Rodriguez, foi descrita pelo estilista em depoimento. A partir de sua narrativa traço as etapas de seu trabalho e as descrevo. As etapas que são de responsabilidade da fábrica foram elencadas com base em um documento digital chamado “Fábrica Zeferino Novo Hamburgo – RS”<sup>55</sup> elaborado por Diogo como um recurso de apresentação da fábrica. Tal documento apresenta as etapas que compõem o que seria um “processo normal” de fabricar sapatos. Em entrevista, David resume este processo da seguinte maneira “vai para o corte, caiu na chanfração, chanfra, chega na costura a preparadeira vai preparar o máximo que puder, vai para a máquina de costura no máximo duas vezes, vai, volta para a preparação, vai para a costura e acabou!” (David Paim de Matos, entrevista, abril de 2012).

Por meio de imagens Diogo narrou no documento a sequência de procedimentos para a produção dos calçados e estabelece as seguintes etapas: modelagem, almoxarifado, corte, chanfração,

---

<sup>54</sup> Ao usar a palavra hiato refiro-me à PAULA (2004), que em tese discute aspectos da conservação de têxteis no país e acusa a pouca informação construída sobre (e a partir do) tema, pelo viés da cultura material.

<sup>55</sup> Este documento foi elaborado por Diogo para apresentar a fábrica aos funcionários da Zeferino em uma convenção comercial que reuniu todas as equipes das lojas, funcionários da matriz e representantes da fábrica. Esta convenção foi realizada em São Paulo, SP, em julho de 2008.

preparação, costura, pré-fabricado, montagem, acabamento e revisão. Ele demonstra ainda desdobramentos de certos procedimentos, como por exemplo a montagem, apontando que esta etapa compreende conformação, asperação, pregação de salto, entre outros.

O documento elaborado por Diogo desconsidera os processos anteriores à modelagem, a saber, os de responsabilidade do estilista que são, em grande medida, realizados fora da fábrica. Diogo os desconsiderou em tal documento pois na ocasião da elaboração sua intenção era a de apresentar o trabalho da fábrica às pessoas que atuam na Zeferino em outras localidades, como por exemplo São Paulo, SP, Belo Horizonte, MG, e Brasília, DF, e que não conheciam fisicamente as instalações da unidade fabril, nem seu trabalho. A tentativa de aproximação que o documento “Fábrica Zeferino Novo Hamburgo – RS” representa pode indicar que as distâncias geográficas entre as unidades da empresa Zeferino implicam em distanciamentos a respeito de conhecer o que é o trabalho de cada uma das unidades. Assim, a fábrica entendeu ser necessário fazer-se conhecida pelas demais unidades.

Minha intenção neste momento é a de colocar em uma sequência única os processos narrados tanto pelo estilista, como pelos modelistas, traçando uma trajetória desde os primeiros movimentos para a concepção de uma coleção de sapatos Zeferino, até o momento em que tais artefatos são finalizados. Para iniciar uma aproximação destes processos apresento um fluxograma completo da fábrica Zeferino e um detalhamento da área específica utilizada para a produção de calçados:

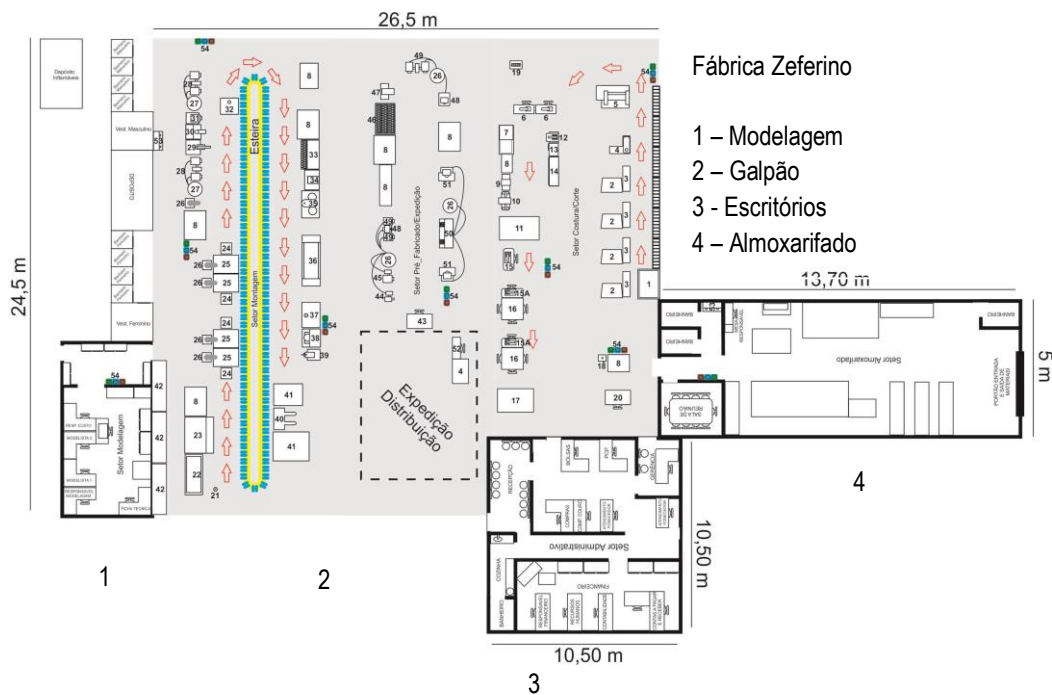


Figura 46 - Fluxograma geral da fábrica Zeferino. Autor: David Paim de Matos.

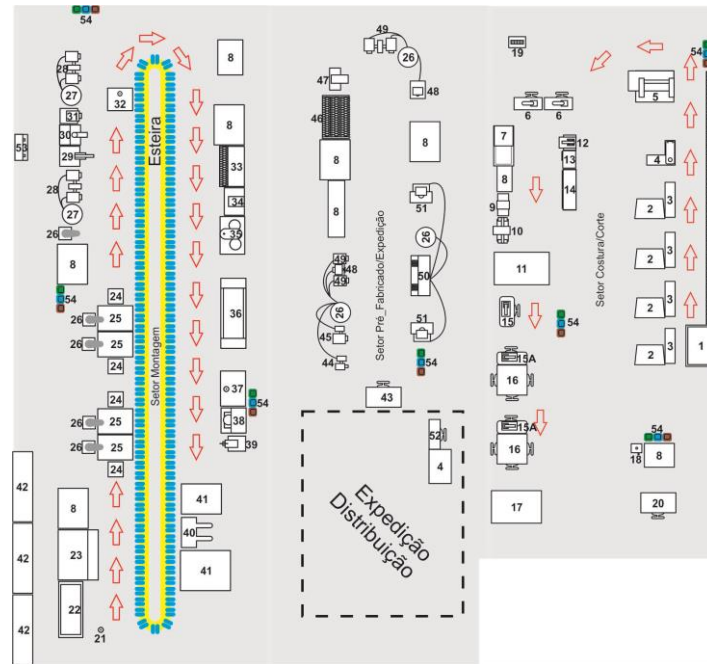


Figura 47 - Fluxograma da área de produção da fábrica Zeferino. Autor: David Paim de Matos.

O processo de criação, desenvolvimento e fabricação dos modelos de uma coleção é realizado no espaço da fábrica e também na Zeferino São Paulo. Segundo Cristiano Rodriguez, o início deste processo se dá com a definição do tema, que é escolhido pelo estilista:

Fragmento 15

Fonte: ENARQ14 (C) set/2013. Turnos 48-58

C. Pelo tema. Eu começo a pesquisar temas,

E. Tá.

C. Depois eu imagino uma mulher, puxando pro tema.

E. Ahã.

C. Começo a buscar referências de música,

E. Ahã.

C. Aí se for o caso eu marco uma viagem se for para conhecer se for uma cidade, se for uma referência de lugar eu marco uma viagem,

E. Ahã.

C. Para conhecer o lugar e aí eu começo a, a puxar essa atmosfera, esse tema. Aí depois começa a parte de desenvolvimento de materiais, essas coisas.

E. O tema, como que ele surge e quem que decide o tema? Você tem uma ideia e você conversa com alguém? Ou você tem uma ideia e só conversa lá na frente quando isso já estiver mais estabelecido? De quem e da onde surge o tema?

C. Eu busco um tema e vou trabalhando ele na minha cabeça até tudo ficar claro.

Somente depois de elaborar um conceito, uma ideia para a coleção, é que Cristiano Rodriguez compartilha o tema com sua equipe a fim de realizar as próximas etapas. Na continuidade é realizada

uma pesquisa voltada para formas, cores, materiais, buscando aproximar a “atmosfera” do tema. Esta pesquisa pode ser feita a partir de diversas fontes, das quais destaco alguns exemplos a seguir:



Figura 48 - Exemplos de fontes de pesquisa utilizadas pelo estilista. Fonte: Acervo digital Zeferino.

As pesquisas podem envolver viagens que são feitas, em princípio, por dois motivos: primeiro a viagem para pesquisa e inspiração como, por exemplo, a viagem à Amazônia, na Coleção Verão 2012:



Figura 49 - Viagem à Amazônia, Mato Grosso, Brasil. Fonte: Acervo digital Zeferino. Autores (as) das fotos: Cristiano Rodriguez e Deborah Pando.

Em uma viagem como esta feita à Amazônia o objetivo é a inspiração e também o que Cristiano Rodriguez chama de captar a “atmosfera” do lugar para a coleção. Nestas oportunidades o estilista busca construir suas impressões do local, bem como adquirir peças que são comercializadas ali. Os registros são feitos por meio de fotografias, anotações, compra e coleta de objetos. Viagens também podem ser

feitas com o objetivo de pesquisar os usos de artefatos de vestir. Cristiano Rodriguez comenta que estas viagens são “para ver rua, né mercado, o que as pessoas estão usando” (Cristiano Rodriguez, entrevista, setembro de 2013). No retorno de viagem o estilista seleciona e organiza as informações e materiais pesquisados, tanto os reunidos por meio da pesquisa anterior à viagem, quanto os trazidos da viagem. Esta é mais uma das etapas do seu trabalho:



Figura 50 - Organização do material pesquisado. Fonte: Acervo digital Zeferino.

Na sequência Cristiano Rodriguez elabora e define as cartelas de materiais e de cores. Este passo é importante para disparar junto ao desenvolvedor de couros da fábrica a feitura das amostras de couros nas cores da nova coleção. Este desenvolvimento acontece em paralelo às próximas fases do trabalho do estilista, para que mais à frente seja possível reunir todos os componentes necessários para a fabricação dos protótipos. As cartelas de materiais e cores servem como guia para toda a coleção:



Figura 51 - Montagem das cartelas de materiais e cores. Fonte: Acervo digital Zeferino.

Com estes elementos em mente Cristiano Rodriguez inicia o desenho dos croquis. Além das pesquisas realizadas pelo estilista, esta etapa também tem como base a gama de construções disponíveis, que são principalmente as formas e os saltos que Cristiano deve tomar como embasamento para realizar os croquis:



Figura 52 - Croquis desenhados por Cristiano Rodriguez. Fonte: Acervo digital Zeferino.

Concluídos os croquis o estilista e a desenvolvedora de produto se reúnem com os modelistas na fábrica em Novo Hamburgo para repassar e discutir as formas pelas quais os desenhos poderão ser modelados. Nesta oportunidade são refinadas as ideias sobre aplicação de materiais, uso de construções e desenvolvimento de componentes como metais e enfeites. Tal reunião é documentada por meio da Ficha de Amostra, que registra o croqui e as especificações do modelo:



Figura 53 - Reunião de discussão dos croquis. Fonte: Acervo digital Zeferino.

A partir desta reunião os modelistas desenvolvem as modelagens, os componentes complementares, como metais e enfeites, e os protótipos.

Neste momento passo a intercalar a descrição do processo feita por Cristiano com as etapas descritas por Diogo que tratam do desenvolvimento e fabricação dos modelos. Esta é uma tentativa de pensar uma sequência única para todo o processo de produção de uma coleção de artefatos na fábrica Zeferino. Importa ressaltar que nesta tentativa considero as narrativas do estilista e dos modelistas como se os processos fossem lineares, ou como diz David “um processo normal” de trabalho. No entanto, esta ordem pode ser alterada ou negociada, conforme as exigências de desenvolvimento de cada modelo. Algumas destas reordenações serão exploradas na próxima sessão na discussão a respeito dos modos de fazer de três dos modelos selecionados.

Tomo então as etapas do processo de fabricação dos modelos descritas por Diogo. O setor de modelagem recebe as Fichas de Amostra, que depois de discutidas com o estilista e o DP, servem como ponto de partida para modelar os sapatos. As atribuições deste setor estão diretamente relacionadas à tarefa de projetar os modelos, que são os moldes dos sapatos, desenhados sobre as formas com exatidão de medidas. Na Zeferino os modelistas utilizam o sistema CAD<sup>56</sup>, mas também possuem as habilidades para modelar à mão, como é possível observar na figura a seguir:



Figura 54 - Setor de modelagem na fábrica Zeferino. Autores (as) das fotos: Valéria Tessari e Diogo Terme de Oliveira.

Estes artífices também desenvolvem formas, acompanham a confecção dos protótipos, desenvolvem gabaritos, fazem correções, testes de calce, de escala e devem entregar à fábrica os modelos aptos para produção. Os modelistas encaminham os modelos/moldes em envelopes para o almoxarifado dar sequência à tarefa seguinte.

---

<sup>56</sup> Desde 2009 a fábrica Zeferino utiliza o sistema CAD para modelar e cortar em papel cartão via impressora os moldes para confecção de protótipos, não sendo utilizado para corte dos processos da produção.

O almoxarifado é responsável por liberar os materiais para o setor de corte conforme solicita o modelo/molde recebido dos modelistas. Suas tarefas também incluem receber, conferir e controlar as matérias-primas vinda dos (as) fornecedores (as), sendo necessário que conheçam todos os materiais do estoque, sabendo como medi-los e armazená-los adequadamente.



Figura 55 - Almoxarifado da fábrica Zeferino. Autor das fotos: Diogo Terme de Oliveira.

O setor de corte recebe do almoxarifado o envelope do modelo e os materiais correspondentes. Nesta etapa a matéria-prima é cortada utilizando o modelo feito pelos modelistas:



Figura 56 - Setor de corte da fábrica Zeferino. Autor das fotos: Diogo Terme de Oliveira.

Na fábrica Zeferino o processo é manual, no qual os cortadores utilizam facas específicas e balancins. O corte do couro solicita conhecimentos sobre as regiões das peles, sentido das fibras, elasticidade, classificação de defeitos, encaixe de moldes nas peles, fio de corte<sup>57</sup>, além de conhecimentos sobre o corte das peles exóticas (cobras, peixes, jacaré) e pelos (ovelha, coelho, raposa). As ferramentas usadas são lima triangular, alicate de corte reto e pedra de amolar (charuto ou chaira).

<sup>57</sup> Para o detalhamento destas habilidades ver MURCILO (1962) e ZORN (2007).



Em seguida, os cortes são encaminhados para o setor de divisão e chanfração, sendo que eventuais sobras de material são devolvidas ao almoxarifado.

Na divisão e chanfração, o material recebido do setor de corte passa por processos de aprimoramento, pois dividir o couro é equalizar as peças cortadas por inteiro diminuindo sua espessura. Já a chanfração é a redução de espessura apenas das bordas das peças cortadas.



Figura 57 - Divisão e chanfração do couro. Autor das fotos: Diogo Terme de Oliveira.

Estas operações aprontam as peças cortadas para os trabalhos de preparação e costura como, por exemplo, as emendas, sobreposições e virados. As áreas da peça que devem receber este aprimoramento, bem como os modos como devem ser feitos são especificadas nos modelos pelos modelistas. Na fábrica Zeferino estas operações são feitas por meio das máquinas de dividir e chanfrar. Depois destas operações as peças são conferidas para que possam seguir o fluxo que continua por meio do setor da preparação. As preparadeiras trabalham lado a lado com as costureiras, na mesma bancada. Na preparação as peças cortadas, divididas e chanfradas são preparadas para a costura. Por meio de colagem as peças de cabedal e forro são posicionadas conforme os ângulos e encaixes indicados no modelo, as dobras são marcadas com pequenos martelos. Também aplicam fitas de reforço interno, fazem picotes, perfuros, pinturas a fio, aplicação de detalhes, entre outros.



Figura 58 - Setor de preparação na fábrica Zeferino. Autor das fotos: Diogo Terme de Oliveira.

Algumas ferramentas de trabalho deste setor são fitas de reforço, cola, pincel, martelo, alicate de corte, máquina de refilar, matrizes de perfuros e de aplicação de metais. A preparação é feita em fases: prepara até certo ponto, repassa à costura, retorna para preparar a sequência, volta a repassar à costura para o fechamento final. As costureiras recebem as peças do cabedal preparadas e as unem por meio de costura utilizando máquinas. Apenas alguns tipos de costura precisam ser feitos à mão como o ponto celeiro, por exemplo, que é feito com linha grossa ou ainda a aplicação de enfeites.



Figura 59 - Costura à máquina e aplicação de enfeites com costura à mão. Autor das fotos: Diogo Terme de Oliveira.

Na costura as ferramentas principais são a máquina, linhas e agulhas. Depois de costurado o cabedal é encaminhado para o setor da montagem, onde será unido à estrutura inferior do sapato, a saber, salto, plataforma, palmilha e sola. Esta estrutura é preparada pelo setor de pré-fabricado e, a partir das peças cortadas e chanfradas, esta preparação ocorre em paralelo à etapa da costura. Desta maneira, o setor do pré-fabricado tem a tarefa de preparar e juntar os diferentes componentes da estrutura inferior do sapato para entregá-los ao setor da montagem.



Figura 60 - Setor de pré-fabricado da fábrica Zeferino. Autor da foto: Diogo Terme de Oliveira.

Nesta etapa são realizados acabamentos em fchetes de salto com ceras, tintas, polidoras e escovas, além da pintura das beiras de sola. A fabricação de saltos, solas e palmilhas é terceirizada, bem como a forração de saltos e plataformas. No setor da montagem é onde o trabalho da costura e do pré-fabricado se juntam, por meio da união do cabedal à estrutura inferior do calçado. Nesta fase existem algumas etapas de trabalho como, por exemplo, conformar o traseiro, unir cabedal, forma e palmilha preparada, pregar a palmilha na forma, enformar e apontar o cabedal na forma e colocar sola e salto.



Figura 61 - Setor de montagem da fábrica Zeferino. Autor das fotos: Diogo Terme de Oliveira.

Para a montagem dos sapatos é usado o canhão, um jato de ar quente que torna o cabedal mais flexível e permite o selamento na forma. Também são usados cola, pregos, martelos e alicates. Os pregos utilizados são retirados após a secagem da cola. Ao final da montagem, o sapato já está quase pronto, sendo que as etapas seguintes são responsáveis por detalhes de acabamento.

O setor do acabamento recebe os sapatos da montagem e nesta etapa são colocadas as taloneiras, feitas pinturas de retoque, enceramentos finais e limpeza de resíduos.



Figura 62 - Setor de acabamento da fábrica Zeferino. Autor das fotos: Diogo Terme de Oliveira.

Em seguida o sapato segue para a revisão final. Na revisão final, os pares são conferidos para atestar que todas as etapas foram realizadas corretamente. Nesta fase é feito o calce por amostragem, a colocação de buchas, varetas, papel de seda, saquinhos de tecido e encaixotamento para embarque.



Figura 63 - Setor de revisão da fábrica Zeferino. Autor das fotos: Diogo Terme de Oliveira.

Finalizadas estas etapas os protótipos são levados à Zeferino em São Paulo para avaliação.



Figura 64 - Protótipos em avaliação e armazenados na Zeferino em São Paulo. Fonte: Acervo digital Zeferino.

Nesta reunião os protótipos são verificados e calçados, podendo ser aprovados ou não. Sendo aprovado o modelo segue para a fabricação do mostruário que é disponibilizado ao departamento comercial. Os modelos não aprovados podem voltar à fábrica para serem corrigidos e refeitos ou podem ser aprovados sob a condição de serem corrigidos na fabricação do mostruário, não sendo necessário refazer o protótipo. Estas decisões são tomadas pelo estilista e pelos modelistas conforme as implicações do problema detectado. Para armazenar os protótipos a equipe divide o par, sendo que um pé fica na Zeferino em São Paulo e o outro na fábrica em Novo Hamburgo.

Enquanto os modelistas retornam à fábrica para corrigir modelos e dar sequência à fabricação do mostruário, o estilista elabora as combinações de materiais e cores para cada sapato. Primeiramente,



A partir dos estudos de combinações o estilista elabora a Ficha de Combinação, conforme o exemplo da Figura 45. Estas combinações servem como guia para a fabricação do mostruário, sendo que o recebimento do mostruário na Zeferino em São Paulo é a etapa que finaliza o processo de criação e desenvolvimento de uma coleção nesta empresa.

Por meio destas descrições procurei compor uma sequência para o processo de criação, desenvolvimento e fabricação dos modelos de uma coleção da Zeferino. Tais descrições serão tomadas como ponto de partida na direção de uma reconstrução da feitura dos modelos selecionados pelos modelistas para este estudo. As trajetórias destes modelos serão (re) feitas por meio da justaposição dos documentos do processo de desenvolvimento de cada modelo. Este é o conteúdo da próxima sessão.

#### 4.5 DOCUMENTOS DO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO: RASTROS DE UMA TRAJETÓRIA DO ARTEFATO.

Inicialmente, pensei ser possível refazer uma trajetória de como a fábrica Zeferino fabrica seus sapatos. No entanto, observei durante a experiência empírica diversidades e variações dentre os modos de fazer. Cada um dos modelos selecionados foi desenvolvido e fabricado utilizando basicamente as etapas normais do fluxo de produção, porém em ordens e de maneiras distintas e específicas. Por isto, tomando como base o processo descrito pelos modelistas da fábrica Zeferino como a sequência normal de etapas para fabricar sapatos, explorei as formas pelas quais cada modelo foi feito. Para refazer as trajetórias destes modelos utilizei os documentos do processo de desenvolvimento justapostos, a saber Croqui, Ficha de Amostra e Ficha de Combinação.

Com o intuito de apresentar as Fichas de Combinação fiz uma edição mantendo ao menos 4 combinações de cada modelo. Isto em função de certos modelos possuírem até 16 combinações, o que inviabilizaria a leitura do documento conforme apresentado aqui. Entendo que a edição das informações não compromete a compreensão do documento, porém citei as combinações editadas no decorrer do texto. Por meio da justaposição dos documentos espero ser possível compreender as trajetórias individuais, os processos de objetualização, e assim os modos híbridos de fazer, construídos pela fábrica Zeferino. Estas narrativas dizem respeito aos modos pelos quais esta fábrica faz sapatos, utiliza recursos como o croqui e agrega novos documentos ao processo de desenvolvimento dos modelos.

Os modos de fazer da fábrica Zeferino compreendem pensar e fazer, numa sobreposição de saberes que se confundem, ao modo de Sennett (2012a). Para este autor, tem havido historicamente insistência em separar mãos e cabeça e dificuldade em instituir relações entre essas duas partes do corpo. De sua parte há o combate dessa ideia por meio da afirmação de unidade entre a cabeça e a mão. Ao explorar o conjunto de documentos do processo de desenvolvimento da fábrica Zeferino pretendo observar quais fronteiras são borradas. Os artefatos começam como ideias, desenhos, descrições parciais. Somente no processo do fazer é que são pensados, pois o “como” não é uma questão dada pelo desenho do estilista. Sennett (2012a) argumenta que no âmbito da técnica o processo de desenvolvimento seleciona, entre tentativas, falhas e correções, e transforma objetos do trajeto em estratégias de definição, utilizando-as como base para tomar decisões. Quanto à técnica de tocar um instrumento, o autor afirma que “o som é em si mesmo o momento da verdade” (SENNETT, 2012a, p. 180). Sua ideia indica que, em grande medida, a maneira de fazer é definida no fazer.

Foram 15 os modelos selecionados pelos modelistas para as discussões. Inicialmente, pensei em reconstruir a trajetória de todos os modelos selecionados, porém como uma estratégia para possibilitar o aprofundamento das principais questões levantadas pelos interlocutores, selecionei três modelos, a saber, o CLO50, o LEY01 e o FST35:



Figura 66 - Modelos selecionados para descrição do processo de desenvolvimento. Fonte: Acervo digital Zeferino.

Os modelos CLO50 e LEY01 foram selecionados para esta discussão uma vez que, segundo as falas dos modelistas, estão em explícita oposição no que diz respeito ao nível de dificuldade que apresentam no processo produtivo. Enquanto o CLO50 é uma referência de modelo que possibilita alta produtividade, ainda que não seja este o objetivo maior da fábrica Zeferino, o modelo LEY01 é o oposto, tendo sido descrito como muito complexo. O *scarpin* LEY01 foi o primeiro modelo sobre o qual conversamos na oportunidade da entrevista, respeitando a ordem estabelecida pelos interlocutores. Durante suas narrativas sobre as dificuldades de desenvolver e fabricar o LEY01, o CLO50 foi lembrado

por eles como um contraponto pois sua fabricação era considerada relativamente simples. Desta forma, penso que a descrição das biografias destes dois modelos permitirá identificar tanto as práticas manuais desta fábrica, quanto as mecanizadas e também perceber as relações dos (as) artifices com estes distintos tipos de artefatos e de trabalho.

Já a seleção do modelo FST35 teve o objetivo de explorar certos desvios nas rotas dos artefatos, uma vez que o modelo foi projetado de uma maneira e no decorrer do processo foi alterado. Este aspecto nos permite pensar as esferas externas que pressionam os processos internos de criação e produção, configurando-se como um espaço para uma discussão sobre o processo de criação.

Vale ressaltar que a seleção que fiz dentro da realizada pelos modelistas não representa uma seleção que eu teria planejado inicialmente. Antes, esta seleção segue os rumos encontrados a partir das experiências empíricas, que foram guiados pela fala dos interlocutores e pelos registros que documentam o processo de desenvolvimento. Sendo assim, passo a descrever as biografias destes três sapatos.

#### 4.5.1 A Biografia do Modelo CLO50: “um nada tudo”

Explicando os motivos que o levaram a selecionar o *scarpin* CLO50 o modelista David decretou: “ele é um nada tudo! Um nada tudo!” (David Paim de Matos, entrevista, abril de 2013). Modelo criado em 2006, mesmo ano da fundação da marca, os registros não são precisos a respeito da coleção na qual foi lançado, se na de verão ou inverno daquele ano, uma vez que não há registro de seu croqui. É certo afirmar que em 2006 a estrutura das coleções da Zeferino não era organizada da mesma maneira que atualmente, havendo apenas a coleção formada por famílias. O CLO50 – batizado originalmente como “Mirna” – inaugurou uma linha com o propósito de ser mais clássica e constante, a que hoje é chamada de linha Closet.

Na sequência apresento os documentos do processo de desenvolvimento deste modelo. Nestes constam informações a partir da Ficha de Amostra – Fase 2 – que foi elaborada para a coleção de Verão 2010 e que indica que o modelo deveria ser fabricado em couro exótico de *python* mas que não seria necessário “fazer protótipo”.





Diogo informaram que desde o seu lançamento este modelo nunca ficou fora de uma coleção. Além disso, este *scarpin* fica à disposição continuamente para que as lojas possam fazer pedidos mesmo fora dos períodos específicos destinados a este fim.

Tomando a biografia do CLO50 como ponto de referência é possível notar que os modelistas tanto valorizam a oportunidade de aprimorar um modelo, como se animam com desafios de trabalho que certos modelos representam. A reedição constante deste *scarpin* possibilitou um alto grau de aprimoramento tanto da sua modelagem quanto do seu processo de fabricação, tornando ainda mais eficaz um modelo que já era relativamente simples de produzir. David afirma que ao longo da biografia do modelo

ele teve três ajustes, né, na vida dele. Saiu o Clemente eu me lembro que o Lima mexeu uma vez, e depois eu tive essa última mexida. Na realidade duas mexidas depois. Ele nasceu e teve mais duas: o Lima e depois eu fiz aquele negócio do acabamento do lado ali, e tirei o cambrê, né, que se perdia muita peça. E é isso (David Paim de Matos, entrevista, abril de 2013).

Hoje David é o modelista responsável pelo CLO50, mas é possível notar a partir do fragmento apresentado que o primeiro artífice que modelou este *scarpin* foi um antigo funcionário, o Clemente, quando David ainda não trabalhava na fábrica Zeferino. Ainda antes de David interferir no modelo, outro artífice – o Lima – o ajustou. Só então vieram as intervenções de David. Segundo ele, todos os ajustes feitos não influenciaram no visual do modelo, mas sim facilitaram ou otimizaram processos de fabricação como, por exemplo, evitar o cambrê<sup>58</sup>. Ao selecionar um artefato que foi aperfeiçoado no decorrer de uma biografia mais longa, David quer demonstrar que o seu trabalho desdobrado nas soluções perseguidas e conquistadas também está tendo sua biografia prolongada e, portanto, está sendo valorizado.

Em contrapartida, tomo o que David comentou em depoimento sobre o modelo da bota BOT25. Esta bota, feita em couro de bezerro e pele de coelho, integra os 15 modelos selecionados pelos modelistas e a respeito deste artefato David comentou o que segue no fragmento:

Fragmento 17

Fonte: EN ARQ09 (DA; DI) abr/2013. Turnos 746-748; 762-764; 766-771; 780

*DA. Era complicado para nós ali a costura, principalmente a costura. Isso aqui é realmente mais, ah, porque eu tenho as minhas marcações, eu tenho os gabaritos, eu tenho tudo. Mas vai muito da pessoa que está fazendo, da qualidade da preparadeira, né? Principalmente preparadeira, porque costurar ela vai costurar em cima da pele, da peça lisa, né? É muito do talento, do sentir da preparação. Tem que ter, às vezes tem que ter isso, não adianta, né?*

<sup>58</sup> Cambrê é uma técnica feita à máquina para dar ângulo ao cabedal do calçado na região do peito do pé (MURCILO, 1962).

E. É.

DA. E essa, essa foi a maior dificuldade, o pessoal da costura demorou, porque daí uma coisa (...) tu perdes uma coisa (...) tu ganhas esse visual e perdes um tempo.

E. (...) E aí o que que foi o trabalho da preparadeira?

DA. Ela não enxergava as marcações no pêlo.

E. Hum...

DA. Aqui ela enxerga ((mostra um couro sem pêlos)), mas no pêlo era complicado para ela enxergar.

E. Ela tinha que ficar procurando...

DI. É.

DA. Sim, daí eu fiz um gabarito assim grande ((mostra com os braços e as mãos um tamanho grande)) para ela, só que (...)

DI. Para marcar.

DA. Era no talento! Eu, como é que eu vou dizer, eu disse para ela "faz que dá!" mas eu mesmo não acreditava que ia dar muito...

DA. E no final ficou lindo né, pena que era produto que tinha que ter vendido muito, estava muito bonito. Estava muito bom, muito bonito (...)

Para David, as soluções e o trabalho desenvolvidos pelos modelistas em conjunto com as costureiras e preparadeiras não foi aproveitado como poderia, pois a quantidade de pares vendidos não alcançou um número justo considerando o processo de desenvolvimento do modelo classificado por David como trabalhoso. Segundo os registros da fábrica Zeferino foram produzidos/vendidos 7 pares da bota BOT25. Já o número de venda do modelo *scarpin* CLO50 desde seu lançamento até o primeiro semestre do ano de 2013 foi de 2.213 pares. Este pode ser considerado um número significativo de vendas para um modelo da marca, tanto em relação à bota BOT25, quanto em relação ao número médio de pares/mês produzidos na fábrica Zeferino, que é de 180 pares entre diferentes modelos e cores.

Examinando aspectos do desenvolvimento de outro modelo, o *peep-toe* REN03 que também faz parte da seleção dos modelistas, é possível perceber que caso tivesse sido reeditado nas coleções seguintes ele poderia ter sido aperfeiçoado:

Fragmento 18

Fonte: EN ARQ09 (DA; DI) abr/2013. Turnos 1671-1673; 1642-1646

E. É, talvez fosse um sapato que com o amadurecimento seria feito diferente, né?

DA. É. Esse debrum diferente (...)

DI. Hoje ele seria diferente!

DA. É, até porque nós não tínhamos o CAD nessa época. Então o desenho ((do laser)) não dava para fazer aqui dentro!

E. Hum!

DA. Porque se nós tivéssemos o CAD nós faríamos o desenho aqui dentro.

E. Controlava.

DA. É isso o que eu quero no desenho! Que hoje a gente faz assim, quando tem um pedido a Melânia vai lá e diz "ó, tem pedido de tal e tal modelo." A gente imprime as peças em laser e manda o arquivo! Quer dizer, o cara corta o que a gente tem. Daí a gente confere pela impressão "não, está certo, é isso aí", daí faz o laser. A gente tem um controle melhor.

David deixa nítido em entrevista que existe mais de uma maneira de fazer o mesmo sapato, sendo que os aprendizados provenientes das experiências e mesmos novos recursos técnicos adquiridos, como o sistema de computador para desenhos CAD (*Computer Aided Design*) por exemplo, poderiam permitir o aperfeiçoamento do modelo quanto ao uso da técnica de laser na oportunidade de uma reedição. Vale destacar que Sennett (2012a) faz uma crítica ao uso do CAD chamando a atenção para “o que é perdido mentalmente quando o trabalho na tela substitui o traçado à mão” (SENNETT, 2012a, p. 51). Segundo o autor, que dialoga com pesquisadores da arquitetura, perde-se envolvimento com o traço, tempo para amadurecimento da ideia, conhecimento de cada minúcia do projeto. O modelista David enfatiza a importância que o CAD tem para seu trabalho pois o sistema possibilitou que certas funções antes realizadas por serviços terceirizados passassem a ser feitas por ele, gerando trabalhos mais eficazes como, por exemplo, o desenvolvimento do desenho compatível com a área disponível nos sapatos para ser aplicado no couro a laser.

No entanto, o *peep-toe* REN03 integrou apenas a Coleção Verão 2011 e não foi reeditado. Mas os aprendizados que seu desenvolvimento proporcionou facilitaram a feitura de outros modelos como, por exemplo, o ESP03 da Coleção Verão 2012 e que faz parte da seleção realizada pelos modelistas. Apesar deste modelo ter “todas as dificuldades (...) todas juntas” a aplicação da técnica de corte a laser não foi destacada como uma dificuldade em particular.

Fragmento 19

Fonte: EN ARQ09 (DA; DI) abr/2013. Turnos 1173-1175; 1186

*DA. (...) tem o zíper no traseiro, a gente tem corte a laser que é feito na rua, a gente tem aplicação de cravinhos...*

*E. Essa aplicação de cravinhos também é manual?*

*DA. Manual. E não pode (...) ter uma pressão muito grande senão ele passa e pode machucar por dentro! Pode ver que ele não, não pega na parte de dentro!*

*DI. ((Aplicação de)) Ilhós, o python junto – inclusive na forração, né?*

O uso do laser é citado, mas junto das outras técnicas utilizadas, indicando haver neste momento certo domínio de sua aplicação e em nada se assemelhando aos relatos feitos a respeito do modelo REN03 desenvolvido na coleção anterior de verão.

O tempo de contato dos (as) artífices com os modelos que integram determinada coleção não é suficiente para se dar um domínio mais amplo das formas de fabricação mais específicas, principalmente no que tange aos modelos mais difíceis de fazer. Um exemplo que permitiu esta possibilidade foi o trabalho com o modelo de sapatilha CLO63 que foi reeditada durante cinco coleções. Em depoimento os modelistas narraram que apesar desta sapatilha não ser um modelo simples ou fácil

a fábrica tem o domínio do seu processo de fabricação. Para David “essa dá um pouco mais de trabalho para a costura, mas hoje em dia, tanto que sai que elas fazem com a mão nas costas, né?” (David Paim de Matos, entrevista, abril de 2013). Segundo o modelista a repetição da fabricação desta sapatilha coleção após coleção permitiu que os (as) artífices se apropriassem da maneira de fabricar tal artefato. Isto também fica nítido no fragmento a seguir:

Fragmento 20

Fonte: EN ARQ09 (DA; DI) abr/2013. Turnos 974-982

*DA. Não, ele é um modelo difícil, só que hoje qualquer uma sabe fazer! Todo mundo faz!*

*E. Qual eram as dificuldades dele?*

*DA. Bom, ele tem muita peça também, né, quando você não conhece ele você não identifica o que é uma lateral, o que é uma lateral da frente, o que é (...)*

*E. Tá, não é óbvio, né?*

*DA. Não, não! E o que que é debrum da frente, qual é o debrum que vai o elástico, né?*

*DI. A exigência de colocação ((de peças)) é um pouco menor, mas tem a colocação: sempre aproveitar o meio aqui ((aponta bico e traseiro))*

*E. Ahã.*

*DI. As laterais aqui fazendo igual, mas (...)*

*DA. Sim! Mas hoje é aquilo, hoje caiu elas (...) acho que até a numeração pelo tamanho das peças elas sabem “isso é um 8”!*

Sennett (2012a) chama a este tipo de apropriação de incorporação, que é “um processo essencial a todas as habilidades artesanais, a conversão da informação e das práticas em conhecimento tácito” (SENNETT, 2012a, p.62). O autor argumenta ainda que este é um tipo de capacitação que em seus patamares mais elevados possibilita uma profunda interação entre os saberes apropriados e o pensar, funcionando como dois lados de uma mesma ação, o “conhecimento tácito” como uma espécie de “âncora” e a “consciência” como “crítica e corretivo”. O autor também afirma que

Os artífices orgulham-se sobretudo das habilidades que evoluem. Por isso é que a simples imitação não gera satisfação duradoura; a habilidade precisa amadurecer. A lentidão do tempo artesanal é fonte de satisfação; a prática se consolida, permitindo que o artesão se apossa da habilidade. (...) Maduro quer dizer longo; o sujeito se apropria de maneira duradoura da habilidade (SENNETT, 2012a, p. 328).

Retomando o processo de desenvolvimento do *scarpin* CLO50, a terceira fase demonstrada por meio dos documentos na Figura 67 é a Ficha de Combinação referente à Coleção Verão 2010. Originalmente esta ficha possui doze opções de materiais e cores. Esta quantidade de combinações não é comum para os modelos da Zeferino. No entanto, o *scarpin* CLO50 é o modelo que mais é oferecido em opções diferentes por coleção. Isto se deve ao fato de que ao longo das coleções este é o modelo de maior número constante de vendas o que possibilita sua produção em diferentes materiais e cores, sendo esta também uma estratégia da Zeferino para prolongar o quanto possível a biografia do modelo.

Inicialmente este *scarpin* era fabricado apenas em couro verniz em poucas cores. Com o passar do tempo a gama de materiais e cores foi ampliada. David lembra desta questão afirma que o modelo “ganha ((novas)) versões sempre, versão em *python* – ele num tinha versão em *python*, era só em verniz – agora tem *python*” (David Paim de Matos, entrevista, abril de 2013). Além dos couros verniz e *python* em diferentes acabamentos, o modelo também ganhou versões em tecidos, glitter sintético, couros bovinos diversos, camurças, vinis, entre outros.

Quanto ao preço do modelo CLO50, a versão em couro verniz custa R\$ 689,00 e a de couro *python* R\$ 1.289,00. Considerando a faixa de preços praticados pela Zeferino o preço deste modelo na versão em verniz pode ser considerado uns dos mais baixos, enquanto a versão em *python* atinge uma faixa mais alta. No entanto, Eduardo Rabinovich afirma que “não tem problema de preço” quanto aos artefatos feitos em couros exóticos, como o *python* por exemplo (Eduardo Rabinovich, entrevista, agosto de 2012).

David afirma que selecionou este modelo junto com o colega Diogo não por aspectos necessariamente relacionados à sua fabricação, mas pela sua importância para a marca. Os modelistas relacionam a importância atribuída ao CLO50 primeiramente a sua função como chamariz pois “ele é simples só que ele é importante para a marca, ele é a cara da marca, assim, a maioria do pessoal que conheceu, entrou na Zeferino que ((antes)) não conhecia, né, eu acho que foi através desse” (David Paim de Matos, entrevista, abril de 2013). Daniel Miller (2013) argumenta que na feitura de artefatos os processos de objetificação implicam no uso de elementos comuns às pessoas para que estas possam se reconhecer nos objetos criados, ideia de certa forma compartilhada por Forty (2007) que registra que os designs funcionam quando materializam ideias que são familiares às pessoas para quem os objetos são feitos. Os modelistas indicam que o *scarpin* CLO50 parece se encaixar nesta ideia de ser um artefato assimilado pelas pessoas a quem ele se destina.


Os modelistas também relacionam a importância do CLO50 para a marca pelo seu design e uso, pois segundo David “o pessoal fala que ele é confortável mesmo com altura de salto que parece fino, pequeno, ele é grosso mas ele parece pequeno, que não tem base né, mas ele é super fino no chão” (David Paim de Matos, entrevista, abril de 2013) e a sua já comentada capacidade de venda. A relevância do *scarpin* CLO50 é tão certa para a Zeferino que a partir de 2010 o modelo se desdobrou em outra versão com salto mais baixo.

#### 4.5.2 A Biografia do Modelo LEY01: em uma fábrica comum “ele não seria produzido”

A biografia do modelo LEY01 pode ser resumida ao seu processo de desenvolvimento. Diferentemente dos outros dois modelos analisados neste capítulo, o CLO50 e o FST35, o *scarpin* LEY01 não chegou aos circuitos de distribuição para consumo por meio das lojas Zeferino, sendo que este assunto será aprofundado no decorrer desta sessão.

Este modelo foi desenvolvido a partir de um croqui desenhado pelo estilista Cristiano Rodriguez para a Coleção Inverno 2009 que teve como tema a cidade de Londres, Inglaterra. O LEY01 faz parte da linha Coleção e da família *London Eye* e seu processo foi registrado em todas as etapas de desenvolvimento passando pelo Croqui, Ficha de Amostra e Ficha de Combinação, como mostra a figura a seguir:

### Fase 1 - Croqui



### Fase 2 - Ficha de Amostra

**FICHA DE AMOSTRA**

DATA: 22/09/2008 (No: Inv/09/20) *Zeferino*


ESTILO: CRISTIANO

CONSTRUÇÃO: BALLI

MODELO: LEY01

COLEÇÃO: INVERNO 09

OBSERVAÇÃO:



CABEDAL CORT: CAMURÇA PRETA

CABEDAL COR2: PTT PRETO

CABEDAL COR3: CETIM PRETO

CABEDAL COR4: NÃO

DEBRUM: NÃO

FORRO: PRETO CARIMBO: OURO

TALONERA: PRETA DET TALON: PRETO

BIOQUERA: NÃO CAPA PLATAS: NÃO

DES PALMILHA: PRETA CAPA SALTO: CABEDAL 1, 2 e 3

FIVELA: NÃO ENFEITE: REBITES NA COR

DIVISSO: NATURAL LINHA: 90 NA COR

SOLA: PINK BEIRA: PINK

VIRA COURO: NÃO TACO: PRETO


ELASTICO: NÃO

OBSERVAÇÃO:

NR SOLICITADO: 34 35 36 37 38 39 40

### Fase 3 - Combinações

Combinação Inverno 2009



**COMBINAÇÃO Nº 1** LEY01 - BALLI

CABEDAL CORT:	CAMURÇA PRETA	PATA BORRACHA:	NÃO
CABEDAL COR2:	NAJA PRETO	SOLA:	PINK
CABEDAL COR3:	CETIM DE SEDA PRETO	BEIRA:	PINK
FORRO:	VACUM PRETO	VIRA:	NÃO
DEBRUM:	CAMURÇA PRETA	TACO:	PRETO
DEBRUM PALMILHA:	CAMURÇA PRETA	90 NA COR:	PRETO
DETALHE TALONERA:	VACUM PRETO	METAS:	LATAO QUEIMADO
MOLO TALONERA:	VACUM PRETO	FIVELA:	NÃO
SALTO:	CABEDAL 1 / 2 / 3	ZIPER:	NÃO
PLATAFORMA:	EMBUÍDA		

**COMBINAÇÃO Nº 2** MOSTRUÁRIO

CABEDAL CORT:	CAMURÇA RED	PATA BORRACHA:	NÃO
CABEDAL COR2:	NAJA RED	SOLA:	PINK
CABEDAL COR3:	CETIM DE SEDA 299	BEIRA:	PINK
FORRO:	VACUM RED	VIRA:	NÃO
DEBRUM:	CAMURÇA RED	TACO:	PRETO
DEBRUM PALMILHA:	CAMURÇA RED	90 NA COR:	PRETO
DETALHE TALONERA:	CAMURÇA RED	METAS:	LATAO QUEIMADO
MOLO TALONERA:	VACUM RED	FIVELA:	NÃO
SALTO:	CABEDAL 1 / 2 / 3	ZIPER:	NÃO
PLATAFORMA:	EMBUÍDA		

**COMBINAÇÃO Nº 3**

CABEDAL CORT:	CAMURÇA PELE	PATA BORRACHA:	NÃO
CABEDAL COR2:	NAJA AREIA PEROLIZADO	SOLA:	PINK
CABEDAL COR3:	CETIM DE SEDA 223	BEIRA:	PINK
FORRO:	VACUM PELE	VIRA:	NÃO
DEBRUM:	CAMURÇA PELE	TACO:	PRETO
DEBRUM PALMILHA:	CAMURÇA PELE	90 NA COR:	PRETO
DETALHE TALONERA:	VACUM PELE	METAS:	LATAO QUEIMADO
MOLO TALONERA:	VACUM PELE	FIVELA:	NÃO
SALTO:	CABEDAL 1 / 2 / 3	ZIPER:	NÃO
PLATAFORMA:	EMBUÍDA		

Figura 68 - Documentos do Processo de Desenvolvimento do Modelo LEY01. Fonte: Acervo digital Zeferino.

Já na primeira fase de desenvolvimento, que compreende o desenho e a interpretação do croqui e envolve o estilista e a Desenvolvedora de Produto, o modelo exigiu trabalho intenso uma vez que havia detalhes que o desenho não explicitava. Nesta ocasião foi importante esclarecer dúvidas como, por exemplo, em qual construção o modelo seria feito? Quais materiais deveriam ser aplicados? Qual o lugar de aplicação de cada material? O que eram os detalhes em forma de elipse no cabedal? As respostas a estas questões, dadas pelo estilista, auxiliaram na elaboração da Ficha de Amostra.

A seguir foi realizada uma reunião entre estilista, desenvolvedora de produto e modelistas na fábrica Zeferino para o repasse e discussão das Fichas de Amostra de toda a coleção, incluindo a do modelo LEY01. As perguntas que ocorreram nesta etapa tinham intenção similar às feitas no estágio anterior, mas enquanto antes o objetivo da desenvolvedora de produto era descobrir “o que” para descrever materiais e suas aplicações, agora o objetivo dos modelistas era avançar em direção ao “como” fazer. Em geral no processo de desenvolvimento dos modelos na Zeferino pensar em como fazer é trabalho dos modelistas, de maneira que somente quando eles passam a interagir com os croquis e as fichas de amostra é que os modos específicos de fabricação começam a ser pensados. Que tipo de técnicas serão utilizadas? Como obter este resultado ou efeito? Estas são perguntas que os modelistas fazem a si mesmos e durante o processo do desenvolvimento encontram os meios para responder.

Por vezes, o estilista define certos detalhes que constituirão os modelos, mas frequentemente a abrangência desta definição diz respeito a “o que” ele deseja, mas não a “como” será feito, como pode ser observado no croqui que consta na Ficha de Amostra. Neste desenho estão indicadas as posições nas quais cada material deveria ser aplicado, bem como é dada uma noção da distribuição dos rebites pelo cabedal. O desenho informa uma noção e não pontos exatos da aplicação, o que exigiria a apresentação de medidas no croqui. No entanto, a maneira como tais efeitos podem ser atingidos foi elaborada pelos modelistas.

Para conseguir o efeito imaginado, David explica que cada tira de camurça foi feita em placas com medidas específicas, as quais era possível cortar em dez tiras iguais. Para cada medida de tira foi montada uma placa, com a marcação do ponto para ser dublado com *python* e colocado o rebite. Ainda “No caso do primeiro pé, às vezes a gente faz marcação de 1, né? Tirinha 1, tirinha 2, tirinha 3, tirinha 4, e faz elas no tamanho exato para não haver erro, para que ela ((a preparadeira)) entenda!” (David Paim de Matos e Diogo Terme e Oliveira, entrevista, abril de 2013). Desta forma, o cabedal do sapato foi elaborado com uma base inteira em cetim, coberto com tirinhas de camurça dubladas pontualmente com couro de *python* nos avessos, que como diz Diogo “é aonde vira e dá só o detalhezinho do *python* (...) só no pedacinho mais ou menos (..) por causa do consumo” (David Paim de Matos e Diogo Terme e Oliveira, entrevista, abril de 2013).

Era uma especificação do estilista que o modelo levasse couro de *python* em determinados pontos localizados no avesso das tiras de camurça do cabedal. Isto aumentou o nível de dificuldade na fabricação, pois segundo Diogo “é muito mais difícil ela ((a preparadeira)) colocar ((o *python*)) só em alguns pedacinhos do que se colocasse em tudo! (...) Dublava uma placa grande (...) não! É tirinha por tirinha por causa do preço do *python*, né?” (David Paim de Matos e Diogo Terme e Oliveira, entrevista,



abril de 2013). Os pontos em que o *python* foi colocado como avesso eram virados para fora e presos por um rebite, causando um torcimento que permitia ver o nobre material usado no avesso e dando uma ideia de que todo o avesso teria sido feito em *python*. Um detalhe como este indica a intencionalidade de marcar tal sapato como artefato de luxo. O couro da cobra *python* é importado da Malásia, país no sudoeste do continente Asiático, sob rígido controle do Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA). Este artigo é identificado como exótico, que são os provenientes de animais como cobras, peixes, jacarés, rãs, coelhos e outros de porte pequeno, o que torna raro e caro o uso de suas peles. Sudjic (2010) argumenta que os artefatos de luxo tem a tradição de, além do feito elaborado, valerem-se de materiais dispendiosos e difíceis de serem acessados uma vez que “o luxo, em parte, é criado pelo uso de materiais que lhe são associados. O precioso e o raro em geral são os mais procurados” (SUDJIC, 2010, p. 127). Desta forma, o uso de peles como a de *python* é o suficiente para marcar um artefato como de luxo. No entanto, a ideia de usar este tipo de pele como avesso de tiras colocadas sobre outro material – configurando-se uma parte impossível de ser vista – torna nítida a intencionalidade de constituir um artefato de um luxo além do luxo.

Porém, observando os documentos de desenvolvimento da Figura 68 é possível notar que inicialmente, ou seja na Ficha de Amostra, a proposta era utilizar o couro *python*. No entanto, a Ficha de Combinação indica que o material definido foi o couro de naja. Logo, durante o processo foi percebido que a aplicação do couro de *pyhton* encareceria o modelo e que o couro de naja – que é um couro de cobra também, porém de menor valor econômico - serviria como uma alternativa. Vale ressaltar que o preço do modelo LEY01 foi calculado em R\$ 972,00.

Fazendo ainda valer o argumento de Sudjic (2010) de que os artefatos usam de feitos elaborados para serem marcados como luxo, David comenta em depoimento que para montar o cabedal do modelo LEY01 feito em tiras e definir a posição da aplicação dos rebites “além de ser preparada uma a uma elas ((as tiras)) tem que ser gabaritadas para ter a posição aqui da que vai virar e rebitar. São vários processos!” para que “não fique um pé com o rebite no meio, o outro no traseiro, quer dizer, a conferência do que está sendo feito, toda hora a costureira tem que pegar gabaritos e conferir se o que ela fez está certo” (David Paim de Matos e Diogo Terme e Oliveira, entrevista, abril de 2013).

O quadro a seguir apresenta as principais técnicas e procedimentos destacadas pelos modelistas, por meio dos quais o modelo LEY01 foi desenvolvido:

Técnicas	Procedimentos
Sobreposições de materiais	Cortar uma placa de cada material

	Dublar parcialmente a camurça com o <i>python</i>
	Preparar as sobreposições
Justaposição de materiais	Cortar as placas em tiras
	Preparar as tiras justapostas virando-as nas marcações
	Costurar as tiras justapostas
Aplicação de rebites	Aplicas manualmente os rebites nas marcações

Quadro 4 - Técnicas e procedimentos de confecção do Modelo LEY01. Fonte: Autoria própria.

Conforme as narrativas dos modelistas estes procedimentos se destacam por exigirem longos tempos de trabalho, pois para a fabricação de 1 par do modelo LEY01 são necessários 3 dias. O ponto mais complexo é a costura. Enquanto um “modelo normal” tem o total de 3 costuras, o LEY01 tem mais de 200 costuras. Logo, o modelo não segue um fluxo padrão de produção. Depois dos procedimentos de corte e da preparação inicial o cabedal segue para a máquina de costura, volta para a preparação, confere os tamanhos, prepara, volta para a costura, e assim sucessivamente até finalizar as 200 costuras<sup>59</sup>.

O fragmento seguinte permite acessar a noção de David sobre nível de dificuldade na fabricação deste modelo, quando lhe pergunto como este poderia ser feito em uma fábrica que priorizasse a alta produtividade:

Fragmento 21

Fonte: EN ARQ09 (DA; DI) abr/2013. Turnos 86-100

*DA. Ele não seria produzido.*

*E. É? Tá! ((risos)).*

*DA. Ele não seria produzido, né, (...) porque eles visam isso, essa questão de volume. Até produziram se a gente chegasse e dissesse “ô, tenho 40 mil pares desse modelo”, e daí eles iriam produzir ferramentais para as máquinas, uma máquina de costura que já tivesse um guia, onde tivesse a costura já na medida certa!*

*E. Ahã.*

*DA. Onde os modelos fossem cortados já com navalha,*

*E. Ahã.*

*DA. Onde pudesse marcar aqui aonde, não precisaria gabaritar,*

*E. Porque aí a quantidade alta*

*DA. Valeria à pena.*

*E. Justificaria.*

*DA. Exato!*

*E. Desenvolver ferramenta.*

*DA. Desenvolver, exatamente, desenvolver ferramentas específicas para ele.*

*E. O par ia acabar saindo mais rápido?*

*DA. Muito mais rápido, mas não garante que sairia melhor a qualidade!*

<sup>59</sup> Uma costura corresponde ao movimento de posicionar a agulha sobre o corte, baixá-la, costurar, parar e levantar a agulha. (Diogo e David, entrevista, abril de 2012).

Esta noção de que as máquinas podem sim agilizar os processos de fabricação, mas que não necessariamente melhoram a qualidade dos artefatos foi registrada por Forty (2007) que explorou aspectos da indústria ceramista na Inglaterra no início da mecanização das fábricas. O autor argumenta que, embora um fabricante de potes tenha inserido no processo de fabricação “um torno de girar mecânico, muito enfatizado pelos historiadores, tornear era uma arte tradicional que a máquina não fez mais que acelerar” (FORTY, 2007, p. 54). Por outro lado, Sudjic (2010) chega a afirmar que as máquinas fazem com melhor qualidade muitos dos processos que antes eram realizados manualmente. Para a fábrica Zeferino existem estes dois aspectos: alguns processos são mais bem feitos à mão, outros à máquina.

O modelista complementa, dizendo que para fabricar este modelo eles não conseguem seguir um processo normal, portanto as práticas de trabalho são adaptadas para poder realizá-lo, reordenando ou repetindo operações conforme necessário. Esta reordenação dos procedimentos foi narrada por David no fragmento a seguir:

Fragmento 22

Fonte: EN ARQ09 (DA; DI) abr/2013. Turnos 43-44; 49-51

*DA. É cem por cento manual, essa costura é muito demorada, a costureira tem que costurar várias vezes, né?*

*DI. É tirinha por tirinha...*

*DA. E a gente não consegue seguir um processo normal que qualquer fábrica mais industrializada, que não fosse tão manual, conseguiria. Porque quando a gente modela um produto mais voltado para o comercial, para o volume, o processo é o seguinte: vai para corte, caiu na chanfração, chanfra, chega na costura a preparadeira vai preparar o máximo que puder, vai para a máquina de costura no máximo duas vezes, vai, volta para a preparação, vai para a costura e acabou! Os nossos não, os nossos vão na máquina de costura, costura uma parte, volta para preparar, confere os tamanhos...*

*DA. O problema é gabaritar, tem que gabaritar todo ele. Tem que conferir se está tudo dentro das medidas,*

*E. Ahã...*

*DA. Porque que não fique um pé com o rebite no meio, o outro no traseiro, quer dizer, a conferência do que está sendo feito, toda hora a costureira tem que pegar gabaritos e conferir se o que ela fez está certo.*

Para Sudjic (2010), a produção industrial tornou fácil a fabricação do que antes era – manual e – difícil, portanto as marcas de luxo contemporâneo usam como uma de suas estratégias a complexificação da feitura dos artefatos, como um sinal de distanciamento das coisas que são facilmente feitas em série pelas máquinas. Jogando inclusive com o uso do tempo.

Na lógica fabril há uma implicação com a racionalização do tempo. Thompson (1998) problematiza esta questão no contexto do início da sociedade industrial. Para Thompson a medição do

tempo passou a ser vinculada com a maior produtividade possível da mão-de-obra o que indicava que o tempo não poderia mais ser desperdiçado, pois seu valor foi associado ao dinheiro de forma que “o tempo é agora moeda: ninguém passa o tempo, e sim o gasta” (THOMPSON, 1998, p. 272). A tese de Thompson afirma que o processo de notação do tempo de trabalho passou a ser internalizado pelos trabalhadores, o que ele chama de “notação interna do tempo”.

No entanto, um par do modelo LEY01 demora três dias para ficar pronto. Além disso, esta não é somente uma prática da empresa, como também uma de suas práticas de discurso. Em um catálogo institucional foi registrado que “um sapato Zeferino pode demorar até três dias para ficar pronto, dependendo da complexidade da peça” (ZEFERINO, 2011, p. 4). A divulgação desta informação pode funcionar como um legitimador de artefatos de luxo, bem como de seus preços, não sendo comum verificar este tipo de propagação – a de divulgação do tempo empregado na produção – em fabricantes de calçados, por exemplo, fabricados em série.

Seguindo a biografia do modelo LEY01, importa ressaltar que ao final do período de desenvolvimento os protótipos que formam uma coleção são levados para a matriz da Zeferino em São Paulo, SP, para serem calçados e avaliados em uma reunião entre modelistas, estilista, desenvolvedora de produto, o gestor e área comercial. Eventuais correções de modelo apontadas nesta oportunidade são registradas para serem realizadas no retorno dos protótipos à fábrica.

Feitas as correções, a etapa seguinte é pontuada pela Ficha de Combinação que, no caso do *scarpin* LEY01 apresenta 3 opções. A elaboração deste documento já conta com uma foto do protótipo calçado em um pé definido pela empresa como padrão e registra os passos finais do protótipo. A Ficha de Combinação do modelo LEY01 indica que nesta fase houve a inclusão do debrum e da plataforma que antes não estavam explicitados na Ficha de Amostra. Registra também a definição de certos materiais que não estavam descritos completamente no documento anterior como, por exemplo, o forro, a taloneira, o debrum de palmilha e o detalhe da taloneira e a substituição de um dos elementos, conforme citado anteriormente, do couro de *python* pelo couro de naja.

Quando a Ficha de Combinações é concluída a fábrica produz alguns pares de cada modelo da coleção como mostruário, que servem à coordenação e à gerência das lojas para que possam fazer seus pedidos. Importa ressaltar que nem todos os modelos de uma coleção são comprados pelas lojas. Na empresa Zeferino a coordenação e as gerências das lojas têm a tarefa de selecionar dentro da coleção os modelos que julgarem adequados para cada loja. Esta seleção é tensionada tanto pelo potencial de venda dos modelos, quanto pela intenção de manter uma configuração de coleção. Ao mesmo tempo ainda importa para a marca oferecer nas lojas, mesmo que em pequena quantidade, os

modelos que são publicados em revistas dedicadas ao tema, considerando que a seleção realizada pelas revistas e a realizada pelas lojas nem sempre são compatíveis.

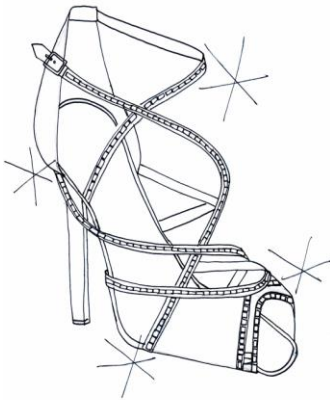
Dito isto, retomo o início desta sessão quando disse que a biografia do *scarpin* LEY01 poderia ser resumida ao seu processo de desenvolvimento. Este modelo não foi selecionado pela coordenação das lojas para ir à venda, logo sua biografia foi interrompida antes mesmo de entrar nos circuitos de circulação e distribuição.

### 4.5.3 A Biografia do Modelo FST35: “esse sapatinho foi (...) o Festa mais marcante”

A trajetória da sandália de festa FST35, um modelo da linha *Pink Label*, foi constituída, e mesmo estendida, por certas particularidades que podem ser apontadas a partir dos documentos do seu processo de desenvolvimento e também das falas dos interlocutores.

O modelo concebido na coleção Inverno 2009 passou pelas três fases pontuadas pelos documentos abordados nesta pesquisa, iniciando pelo croqui.

#### Fase 1 - Croqui



#### Fase 2 - Ficha de Amostra

**FICHA DE AMOSTRA**


DATA: 22/09/2008 (No: Inv9998)

ESTILO: CRISTIANO (OBSERVAÇÃO: Não vai mais jóia nesse modelo. Usaremos uma flor de cetim. Ver ref. preço e consumo de material abaixo.)

CONSTRUÇÃO: MARTÍNICA

MODELO: FST35

COLEÇÃO: INVERNO 09




CABEDAL COR1:	CETIM SEDA PRATA		
CABEDAL COR2:	NÃO		
CABEDAL COR3:	NÃO		
CABEDAL COR4:	NÃO		
VIVIO:	NÃO		
FORNO:	METAL PRATA	CASIMBO:	PRETO
TALONERA:	METAL PRATA	DET. TALON:	METAL PRATA
BIQUEIRA:	CETIM SEDA PRATA	CAPA PLATAF:	CETIM SEDA PRATA
DES. PALMILHA:	CETIM SEDA PRATA	CAPA SALTO:	CETIM SEDA PRATA
PIVELA:	INQUEL.CRISTAL	ENFEITE:	FLOR F348 CETIM
AVESSO:	NÃO	ZIPER:	NÃO
SOLA:	ROSA METAL	LINHAL:	90 NA COR
VERA COURO:	NÃO	BERLA:	PINK
ELÁSTICO:	NÃO	TACO:	PRETO

**RESERVAÇÃO:** OBS: PREÇO DE M.O. DA FLOR F348 (ATELIER DAS FLORES)  
**RS 8,30 CORTA À LASER.**  
**CONSUMO DE CETIM:** MOLDE DIAMETRO 8CM 9X; DIAMETRO 7,4CM 9X e  
 DIAMETRO 6,5CM 15X  
 NR SOLICITADO: 34 35 36 37 38 39 40

#### Fase 3 - Combinações

Combinação Inverno 2009



<b>COMBINAÇÃO Nº 1</b>			
CABEDAL COR1:	CETIM DE SEDA PINK 14	PIVA BARRACHA:	NÃO
CABEDAL COR2:	NÃO	SOLA:	METAL ROSA
CABEDAL COR3:	METAL DURO	BERLA:	PINK
VIVIO:	NÃO	VERA:	NÃO
DESIGN PALMILHA:	CETIM DE SEDA PINK 14	TACO:	PRETO
MOLDE TALONERA:	METAL DURO	LINHA CORRESP:	90 NA COR
DETALHE TALONERA:	METAL DURO	PIVELA:	QUADRICRISTAL
SALTO:	CETIM DE SEDA PINK 14	ENFEITE:	FLOR DE CETIM DE SEDA PINK 14
PLATAFORMA:	NÃO	ELÁSTICO:	NÃO
<b>COMBINAÇÃO Nº 2</b>			
CABEDAL COR1:	CETIM DE SEDA PRETO	PIVA BARRACHA:	NÃO
CABEDAL COR2:	NÃO	SOLA:	METAL ROSA
CABEDAL COR3:	METAL DURO	BERLA:	PINK
VIVIO:	NÃO	VERA:	NÃO
DESIGN PALMILHA:	CETIM DE SEDA PRETO	TACO:	PRETO
MOLDE TALONERA:	METAL DURO	LINHA CORRESP:	90 NA COR
DETALHE TALONERA:	METAL DURO	PIVELA:	QUADRICRISTAL
SALTO:	CETIM DE SEDA PRETO	ENFEITE:	FLOR DE CETIM DE SEDA PRETO
PLATAFORMA:	NÃO	ELÁSTICO:	NÃO
<b>COMBINAÇÃO Nº 3</b>			
CABEDAL COR1:	CETIM DE SEDA PRATA 288	PIVA BARRACHA:	NÃO
CABEDAL COR2:	NÃO	SOLA:	METAL ROSA
CABEDAL COR3:	METAL DURO	BERLA:	PINK
VIVIO:	NÃO	VERA:	NÃO
DESIGN PALMILHA:	CETIM DE SEDA PRATA 288	TACO:	PRETO
MOLDE TALONERA:	METAL DURO	LINHA CORRESP:	90 NA COR
DETALHE TALONERA:	METAL DURO	PIVELA:	QUADRICRISTAL
SALTO:	CETIM DE SEDA PRATA 288	ENFEITE:	FLOR DE CETIM DE SEDA PRATA 288
PLATAFORMA:	NÃO	ELÁSTICO:	NÃO
<b>COMBINAÇÃO Nº 4</b>			
CABEDAL COR1:	CETIM DE SEDA RED 299	PIVA BARRACHA:	NÃO
CABEDAL COR2:	NÃO	SOLA:	METAL ROSA
CABEDAL COR3:	METAL DURO	BERLA:	PINK
VIVIO:	NÃO	VERA:	NÃO
DESIGN PALMILHA:	CETIM DE SEDA RED 299	TACO:	PRETO
MOLDE TALONERA:	METAL DURO	LINHA CORRESP:	90 NA COR
DETALHE TALONERA:	METAL DURO	PIVELA:	QUADRICRISTAL
SALTO:	CETIM DE SEDA RED 299	ENFEITE:	FLOR DE CETIM DE SEDA RED 299
PLATAFORMA:	NÃO	ELÁSTICO:	NÃO

Figura 69 - Documentos do Processo de Desenvolvimento do Modelo FST35. Fonte: Acervo digital Zeferino.

Nesta fase a sandália foi desenhada por Cristiano Rodriguez que a projetou com uma aplicação de cristais sobre as tiras mais finas localizadas na região do peito do pé. No entanto observando a fase seguinte, a da Ficha de Amostra, é possível notar que no campo reservado para a imagem do croqui consta já uma foto de protótipo e não mais o croqui como costuma ser o procedimento. Noto então que

no campo da ficha destinado a observações consta a seguinte inscrição: “não vai mais jóia nesse modelo; usaremos uma flor de cetim. Ver ref, preço e consumo de material abaixo.” A partir destas pistas posso concluir que esta é a segunda versão da Ficha de Amostra, tendo havido uma primeira na qual o estilista solicitava o desenvolvimento do modelo exatamente conforme o croqui. A respeito do uso desta Ficha de Amostra em particular, vale ressaltar que tal documento não é estático, mas antes um suporte dinâmico que registra informações durante todo o processo que envolve fazer uma coleção de sapatos na Zeferino, sendo que novos e diferentes registros do que ocorre ao longo do desenvolvimento do modelo vão sendo incorporados no documento.

A partir da entrevista com Cristiano Rodriguez foi possível acessar alguns detalhes deste processo, como demonstro por meio do fragmento a seguir:

Fragmento 23

Fonte: EN ARQ14 (C) set/2013. Turnos 365-379

- C. Eu lembro que esse modelo deu errado!*  
*E. Isso!*  
*C. Não era isso!*  
*E. Era um croqui com strass!*  
*C. Ai eu achei uma flor e joguei em cima e fiz uma sandália pink! Eu lembro disso.*  
*E. E a sandália ficou incrível e todo mundo amou e comprou!*  
*C. Ahã! Era um erro que virou um acerto!*  
*E. Isso! Inicialmente ele era, sei lá, acho que tinha uma correntinha de strass muito bonitinha, linda, né?*  
*C. Exatamente. Agora lembrei! Era um erro que virou um acerto.*  
*E. Só que foi caríssima e aí acabou saindo uma solução incrível a flor, né?*  
*C. Foi! A gente tinha desenvolvido uma flor que acabou não usando em nada, num foi?*  
*E. Foi!*  
*C. Eu joguei em cima e virou um luxo, lembrei agora.*  
*E. É. E ela era uma flor cortada a laser, então ela não desfiava, era toda uma coisa legal.*  
*C. Exatamente.*

A fala de Cristiano Rodriguez dispara algumas questões que valem ser problematizados como, por exemplo a afirmação de que “o modelo deu errado.” Este erro diz respeito ao fato de que a proposta do croqui foi tecnicamente realizada, mas não foi aprovada por uma questão de custo. O uso de determinada peça em cristal aumentou o preço do modelo de maneira que, ao ser analisado pelo gestor Eduardo Rabinovich, a sandália não se enquadrou na faixa de preço adequada. Quando isto ocorre com um modelo que não foi projetado para integrar uma linha de custo máximo dentro da coleção, o estilista é informado pela diretoria de que tal sapato da maneira como foi feito não poderá ser colocado à venda. A partir daí o estilista teve duas opções: procurar soluções para viabilizar financeiramente o modelo ou tirá-lo da coleção. Este fato não deixa de ser um revés para o trabalho do estilista e de toda a equipe, uma vez que tanto uma solução às pressas quanto o possível corte do modelo não são saídas ideais para quem projetou a coleção e trabalhou em seu desenvolvimento.

Ainda que em conflito com a situação, no caso da sandália FST35, Cristiano Rodriguez usou uma flor em tecido de seda, que estava sobre sua mesa e que havia sido desenvolvida mas não utilizada, como uma estratégia para baixar o preço do modelo, que ficou calculado em R\$849,00, e assim conseguiu mantê-lo na coleção. No entanto, o resultado deste acontecimento foi surpreendente, pois a sandália acabou por agradar tanto a equipe da empresa quanto às clientes, o que lhe rendeu destaque entre os demais modelos da linha *Pink Label* naquela coleção. Esta é uma imagem do resultado do artefato:



Figura 70 - Sandália FST35 em tecido cetim de seda pink.  
Fonte: Acervo digital Zeferino.  
Autora da foto: Márcia Fasoli.

Desta maneira, cabe problematizar o próprio trabalho de criação como uma prática que é constantemente tensionada por aspectos como os econômicos, por exemplo. A sandália FST35 idealizada inicialmente não pôde seguir a trajetória esperada por questões de custo e assim o estilista se viu diante da necessidade de recriá-la, conformá-la a uma realidade que a tensionava para que o artefato pudesse seguir em frente. Este acontecimento permite questionar um entendimento corrente e equivocado do trabalho dos designers. Forty (2007), ao discutir quais as razões da diversidade de tipos de artefatos produzidos na virada do século XX na Europa, afirma que este tipo de compreensão “atribui aos designers um poder e uma autonomia que eles não possuem na prática. Os designers, exceto se ocupassem posições na administração da indústria manufatureira, não tinham influência na quantidade ou no tipo de artigo que deveria ser feito, a não ser na determinação da sua forma” (FORTY, 2007, p. 126). O autor faz uma crítica ao modo como a literatura identificada como de design tem tratado geralmente da vida e da obra de designers colocando foco sobre suas carreiras e ignorando que o design é uma atividade social e não individual. A literatura sobre os designers de artefatos específicos para

serem usados no corpo, os designados de moda, não foge a esta regra. A história da moda tem, em larga medida, sido escrita por meio das narrativas sobre as carreiras dos (as) estilistas<sup>60</sup>, em especial os (as) que atuaram durante o século XX, que na história da moda ficou conhecido como o século dos estilistas.

Judy Attfield (2000) também faz uma discussão neste sentido, problematizando a noção de designer herói em um estudo sobre a relação dinâmica entre as pessoas e as coisas. Seu objetivo é dilatar as maneiras restritas pelas quais o design tem sido entendido. Maneiras estas, por exemplo, citadas por Conti (2008) quando define que para o senso comum design é o “acréscimo de valor estético atribuído a qualquer objeto de decoração”. Ao que se opõe, afirmando que “em seu significado mais amplo design é sinônimo de atividade projetual” (CONTI, 2008, p. 221). Detalhando o conceito, o autor toma como referência as ideias de Thomas Maldonado, para quem o design é

coordenar, integrar e articular todos aqueles fatores que, de uma forma ou de outra, participam do processo constitutivo da forma do produto. Mais precisamente diz respeito tanto aos atores relativos ao uso, à fruição e ao consumo individual ou social dos produtos (fatores funcionais, simbólicos ou culturais) quanto aos relativos à sua produção (fatores técnico-sistêmico, técnico-produtivos, técnico-distribuidor) MALDONADO, T. *Disegno industriale: um riesame*. 1991, p.6. (CONTI, 2008, p. 221).

Pensando nos artefatos como cultura material, Attfield (2000) compreende que o conceito de design toma outro sentido, afirmando o design “como um processo através do qual os indivíduos constroem a sua identidade, a experiência de modernidade e por meio do qual lidam com as mudanças sociais” (ATTFIELD, 2000, p. 14). Desta maneira, a autora deseja apontar na direção de um afastamento da noção do designer como herói, como alguém que tem o domínio total do artefato e o poder de determinar seu significado. Ainda que os processos descritos neste capítulo digam respeito principalmente aos aspectos de fabricação dos artefatos, concordo com Miller (2013) quando afirma que os significados não são inerentes aos artefatos, mas estão nos diferentes usos, apropriações, consumos. Da mesma forma, os processos produtivos não estão desvinculados das demais dimensões dos artefatos, a saber, as tensões provenientes não apenas dos processos de produção, mas também dos de circulação e consumo.

No entanto ao mesmo tempo que tensões como esta ocorrem, na Zeferino o estilista também mantém uma ideia de certo domínio sobre seu trabalho. Ao conversar com Cristiano Rodriguez sobre

---

<sup>60</sup> Alguns exemplos são SINCLAIR, Charlotte. **Vogue Christian Dior**. Rio de Janeiro: Editora Globo, 2013 e WALLACH, Janet. **Chanel: seu estilo e sua vida**. São Paulo: Editora ARX, 2009.



como o tema de uma coleção era definido, o estilista explicou que nesta fase ele trabalha sozinho, como o fragmento a seguir registra:

Fragmento 24

Fonte: EN ARQ14 (C) set/2013. Turnos: 58-60

*C. Eu busco um tema e vou trabalhando ele na minha cabeça até tudo ficar claro.*

*E. Entendi, vai formulando só por enquanto você.*

*C. Exatamente, aí depois eu passo para todo mundo que me ajuda (...)*

Neste relato Cristiano Rodriguez não incluiu colaborações que possam ter ocorrido para que ele tivesse condições de formular um tema, mas prioriza narrar seu processo individual. Sobre esta questão Forty (2007) argumenta que

os designers que escreveram sobre sua obra revelaram os passos criativos que deram, suas ideias sobre forma, as restrições que enfrentaram e seus métodos de trabalho. Contudo, ainda que esses relatos não pretendam enganar, seu efeito é, com frequência, o de obscurecer o fato de que o design envolve mais do que apenas o trabalho feito por designers e de criar a impressão falaciosa de que os designers são os únicos responsáveis pelos resultados (FORTY, 2007, p. 324).

Por outro lado, ao se referir ao momento de discussão dos croquis pela primeira vez com os modelistas, Cristiano Rodriguez informa que “é uma reunião, a gente vai trocando tudo! Ideias, se tem que trocar alguma coisa a gente muda ou não, ou algumas eu bato o pé porque eu quero assim e pronto e outras eu (...) entendeu? É uma troca” (Cristiano Rodriguez, entrevista, setembro de 2013). Logo, ao mesmo tempo que se refere ao trabalho como uma troca, ele também deixa nítido que em certos casos insiste que seja feito do seu jeito. David comenta em depoimento o desenvolvimento do modelo FST200, uma das sandálias selecionadas pelos modelistas para as discussões. Neste caso houve dificuldade para articular as técnicas e os materiais escolhidos. Porém, no processo de desenvolvimento houve a possibilidade de negociação com o estilista, pois “a gente conversa e troca uma ideia, ele abre mão um pouquinho de algumas coisas, a gente às vezes faz uma coisa que é um pouco mais difícil, mas a gente sempre se acerta” (David Paim de Matos, entrevista, abril de 2013). Estes tratos entre modelistas e estilista acontecem principalmente quando a questão envolve aspectos visuais do sapato, quando os impasses poderiam alterar o desenho proposto pelo estilista.

Sem desconsiderar as negociações que são feitas entre modelistas e estilista cabe ressaltar que pela configuração por meio da qual a Zeferino se constituiu a fábrica está a serviço da marca e existe com este fim: o de desenvolver e fabricar os artefatos propostos. Desta maneira uma assimetria de poder é estabelecida. Os (as) artífices da fábrica, em última instância, não têm autonomia para tomar as

decisões sobre quais artefatos produzirá. Em contrapartida, ao deter maior conhecimento técnico em relação ao restante da empresa, tem o poder de decidir sobre como os artefatos serão feitos. Como, por exemplo, ocorreu no desenvolvimento do modelo FST181, um *scarpin* da linha *Pink Label* do Inverno 2012, que segundo David foi o modelo mais trabalhoso daquela coleção. Sendo um *scarpin* cuja gáspea é toda formada por tiras, cada uma com um ângulo e uma largura específicos, por mais que o modelista tentasse continuava persistindo uma diferença de medidas entre os lados do modelo que se tornava aparente na costura localizada no calcanhar do sapato. O fragmento seguinte demonstra a solução dada pelo modelista para este problema:

Fragmento 25

Fonte: EN ARQ09 (DA; DI) abr/2013. Turnos: 641; 643-647; 651; 653

*DA. Então o que que a gente fez? A gente começou a preparar as tirinhas de trás para frente.*

*DA. Eu preparo de trás para frente até aqui e daqui da frente para trás. Que se desse diferença daria aqui ((aponta os centros laterais do sapato)).*

*E. No meio!*

*DA. No meio aonde a ilusão de ótica vai, não vai deixar ver, né?*

*E. Parece que já justifica automaticamente porque o lado de dentro e o lado de fora são diferentes.*

*DA. Exatamente! É um recurso que a gente foi obrigado a usar porque já não tinha mais, ah, o que fazer, num tinha mais o que fazer! (...)*

*DA. A diferença é imperceptível. Daí eu mostrei para o Cris na época,*

*DA. E ele disse que nem tinha visto! “Eu num vi! Eu sou bom de olho, onde eu bato o olho eu (...) se eu não vi não tem problema nenhum”. Esse foi o mais difícil para a modelagem.*

David afirma que a maneira como os sapatos serão fabricados não interessa ao estilista, importa se o resultado visual do artefato ficou de acordo com – ou superou – suas expectativas.

A respeito das razões pelas quais os modelistas selecionaram a sandália FST35 para esta discussão, retomo a ideia de que a produção de artefatos não está separada de outras dimensões como, por exemplo, as tensões provenientes dos circuitos de circulação e consumo. Ao justificarem a escolha deste modelo, David e Diogo afirmaram que se trata de uma sandália marcante inclusive pelo número de vendas, sendo associado de algum modo à linha Closet, como fica nítido neste fragmento de seus depoimentos:

Fragmento 26

Fonte: EN ARQ09 (DA; DI) abr/2013. Turnos 1492-1498

*DI. É, esse aqui na verdade, assim como o Closet, né, teve alguns que marcaram, acho que da linha Festa foi o primeiro que marcou assim mais! Que vendeu!*

*DA. Eu acho que o primeiro e único, Diogo.*

*DI. Que assim, ah (...)*

*DA. Que se manteve por três coleções se eu não me engano. Esse aí se manteve em três coleções!*

*DI. Que virou depois um Closet, eu nem sei mais o que ele é agora!*

*DA. É ele chegou de Festa, e tão bom que...*  
*DI. Chegou a ser CLO, FESTA, CLOFESTA e...*

Mais uma vez a marca deixada pelo modelo nas percepções dos modelistas está também relacionada a um número de venda significativo, que foi de 165 pares ao longo de três coleções. Outro fator destacado foi a reedição do modelo, inclusive com um reposicionamento dentro da estrutura de modelos da Zeferino. Inicialmente, a sandália FST35 foi lançada na linha *Pink Label*, que é a destinada aos modelos para festa. Como a sandália conquistou durante a coleção em que foi lançada uma condição de destaque baseada em número de venda, ela foi deslocada para a linha Closet, que contém os modelos consagrados do ponto de vista de venda e consequentemente que não apresentam problemas nos usos. A sandália FST35 foi ainda reeditada uma segunda vez.

Estas reedições, na sua maioria, são pensadas pelo estilista Cristiano Rodriguez. No entanto, tais noções são construídas a partir de informações recebidas das equipes das lojas e/ou de relatórios formais de vendas. É no contato com os circuitos de consumo que as ideias a respeito de reedições são formadas, sendo que Cristiano Rodriguez utiliza ainda outras estratégias para elaborar tais reedições como, por exemplo, a aplicação de novos materiais.

Fragmento 27  
 Fonte: EN ARQ09 (DA; DI) abr/2013. Turnos: 1514-1519

*E. Teve aquela versão no verde-água toda cravejada de Swarovski que foi só para foto!*  
*DI. Teve!*  
*DA. Ahã! Teve uma com a renda, né?*  
*DI. Teve a versão com a renda.*  
*E. A renda!*  
*DI. Teve, é (...)*

A sandália FST35, ao ser reeditada, era fabricada sempre no tecido cetim de seda e em mais uma versão em materiais como veludo, renda, cetim pintado à mão, cetim dublado com *python*, entre outros. Esta se firma como uma estratégia da marca para buscar promover longevidade para os modelos que são reeditados. A mudança de materiais e de cores possibilita ampliar sua trajetória na marca por meio da manutenção do interesse naquele modelo por parte dos consumidores.

Neste capítulo procurei demonstrar os modos particulares de fazer da fábrica Zeferino e analisar as formas pelas quais o trabalho e os artefatos são constituídos por meio das negociações entre modelistas e estilista. Utilizando os documentos que registram pontualmente o desenvolvimento de três modelos foi possível perceber que estes processos podem resultar em produtos muito próximos dos idealizados ou também podem sofrer pressões que os conformam de outras maneiras. Por meio desta

análise também foi possível perceber que o “como fazer” é inventado no fazer e que assim o trabalho e os artefatos se constituem mutuamente.

Para concluir os relatos fragmentários a respeito das biografias destes modelos e também do trabalho dos modelistas e estilista constituído neste processo, vale ressaltar que dentre os 15 modelos selecionados por David Paim e Diogo cinco pertencem à linha Closet. O que importa destacar é a característica citada pelos modelistas da importância que tais modelos têm para a marca Zeferino, importância esta estreitamente relacionada aos números de venda dos modelos. Dentro destes 15 artefatos, mas fora da linha Closet está ainda a sandália FST35 integrante da linha Pink Label, mas que também teve como um dos critérios de seleção o bom número de vendas. Considerando que a Zeferino é uma marca de artefatos de luxo, o que implica artefatos exclusivos, cabe registrar que, na visão dos (as) artífices da fábrica, quanto maior for o número produzido de um determinado modelo, mais fáceis seriam os processos. O acesso a matérias-primas e a serviços é facilitado diante de maiores quantidades de produção. Logo, David frequentemente citava os modelos de maior venda como importantes, pois de acordo com ele as contradições cotidianas do trabalho seriam menores se as quantidades produzidas fossem maiores. O modelista diz que foi “por isso que eu comentei antes que se nós tivéssemos pedido, se todos os modelos tivessem uma venda maior tudo seria mais fácil! Tudo seria mais fácil!”. Esta facilidade diz respeito, por exemplo, ao desenvolvimento de ferramentas específicas para a execução de determinadas tarefas. David exemplifica esta questão por meio do modelo LEY01. Para o modelista em uma fábrica com processos regulares produção

Ele não seria produzido, né, ele é (...) porque eles visam isso, essa questão de, de, de volume. Até produziram se a gente chegasse e dissesse “ó, tenho 40 mil pares desse modelo”, e daí eles iriam produzir ferramentais para as máquinas, uma máquina de costura que já tivesse um guia, onde tivesse a costura já na medida certa! (David Paim de Matos, entrevista, abril de 2013).

E ainda:

E a dificuldade maior, eu acho que a maior dificuldade é que tudo, eu sempre falei (...), que tudo tem, que tudo dá para fazer. Só que tem um tempo e um custo! E o problema maior de todos os nossos modelos, todos, em geral, é a quantidade de venda! (David Paim de Matos, entrevista, abril de 2013).

Pelo tipo de negócio que é a marca Zeferino, para a empresa os números de venda são satisfatórios, não sendo necessariamente um problema se determinado modelo da coleção vender poucos pares. A fala dos modelistas, que se desmembra na seleção que fizeram dos artefatos, indica as tensões que tais artífices enfrentam por trabalharem em uma fábrica dedicada a produzir sapatos de luxo, exclusivos e manufaturados.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

---

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

*(...) no final da minha jornada,  
acho que me tornei não apenas empático em relação às pessoas,  
mas também em relação às coisas.  
Comecei a ficar triste com a maneira pela qual os trecos comuns  
passaram a ser negligenciados e postos de lado (...)*

*Daniel Miller, Trecos, troços e coisas, 2013*

Dedicar atenção aos objetos ou às maneiras pelas quais estes ganham forma pode parecer devaneio. São coisas, ponto. Sennett (2012a) afirma que a história da cultura é breve em relação à história natural, no entanto “como as roupas, vasilhas, ferramentas e máquinas são objetos sólidos, podemos voltar a eles repetidas vezes ao longo do tempo; podemos demorar-nos junto a eles de uma maneira que não é possível no decorrer de uma discussão” (SENNETT, 2012a, p. 25). Ao pensar sobre os objetos Stallybrass (2012) discute que “ao pensar nas roupas como modas passageiras, nós expressamos apenas uma meia-verdade. Os corpos vêm e vão: as roupas que receberam esses corpos sobrevivem (...) as roupas são preservadas; elas permanecem. São os corpos que as habitam que mudam” (STALLIBRASS, 2012, p. 10 e 29). Por vezes as coisas nos sobrevivem. Suas materialidades estão mescladas das nossas e as nossas das suas.

Então falar de coisas é também falar da gente, das nossas maneiras de viver e de fazer a vida. Assim, minha intenção nesta pesquisa foi o de reaproximar-me das pessoas e coisas com quem trabalhei para contar a respeito de como estas pessoas trabalham, como fazem sapatos e de como se fazem por meio de suas práticas. Aproximei-me da fábrica Zeferino, lugar que se constitui em meio a tensões provocadas pela intersecção entre os fazeres manuais e os fazeres mecanizados, o que se configura como uma das estratégias para a construção de marcas de luxo.

Os (as) interlocutores (as) foram os (as) artífices que ali fabricam os sapatos. Pessoas que narraram fragmentos dos seus saberes e fazeres, a fim de permitir o registro de uma biografia dos artefatos que fabricam e de algumas trajetórias do seu trabalho.

Diante disto, a questão que elaborei busca tratar a respeito de como – nesta configuração híbrida – as tensões e conflitos marcam e constituem o trabalho e os artefatos, investigando como os (as) artífices constroem suas práticas na feitura destes sapatos.

Meu objetivo principal foi o de mapear e interpretar as narrativas (verbais e objetualizadas) utilizadas nos processos de desenvolvimento destes artefatos, analisando as relações entre o trabalho

dos (as) artífices e o do estilista. A partir deste propósito desmembraram-se os objetivos específicos que foram: 1. Descrever e analisar o processo de desenvolvimento de modelos, considerando o trabalho do estilista e dos modelistas. 2. Descrever os modos de fazer explicitando as maneiras pelas quais estes artífices realizam seu trabalho. 3. Apresentar os artefatos produzidos pela fábrica Zeferino explorando as relações entre sua materialidade e o trabalho dos (as) artífices.

Na construção desta pesquisa optei por realizar entrevistas narrativas e busquei os (as) interlocutores (as) que viveram e vivem as experiências de constituição da empresa e do trabalho, afim de que por meio de suas memórias fosse possível reconstruir as biografias dos artefatos e as suas trajetórias de trabalho. Apresentando os (as) trabalhadores (as) da fábrica Zeferino como artífices, conforme Sennett (2012a), foi possível aproximar o modo como estes (as) trabalhadores (as) se engajam no trabalho, construindo cotidianamente as formas pelas quais os artefatos são objetualizados.

De maneira similar, foi possível problematizar a maneira como a empresa valoriza seus (uas) artífices. Considerando que a Zeferino divulga em suas comunicações que os seus sapatos são fabricados por artesãos (ãs) e que a empresa valoriza tal trabalho, importa ressaltar que esta valorização permeia as práticas da empresa. Como exemplo, destaco a remuneração financeira dos (as) artífices que se configura acima da média praticada nesta região calçadista. No entanto, se por um lado a Zeferino valoriza seus (uas) artífices por meio de remuneração mais alta, por outro alinha-se às regras de mercado. Isto acontece quando remunera com faixas salariais distintas trabalhos como modelagem de calçados e fabricação direta de calçados, acompanhado a hierarquização estabelecida para os tipos de trabalho entendidos como “da mão” e “da cabeça”, ou intelectual e braçal.

Ao tratar dos artefatos ressalto a centralidade dos sapatos na construção da marca e da fábrica. Isto fica evidente quando observo que as características atribuídas aos sapatos Zeferino também são as atribuídas à marca – como o luxo, a exclusividade, a qualidade – e que estas configuraram uma simbiose entre artefatos e marca. Outro aspecto relevante é o papel da matéria-prima – o couro natural – como uma estratégia de legitimação da marca de luxo, alinhando-a ao tipo de marca que lhe serve como guia.

Também busquei destacar que os artefatos têm biografias culturais e que estes sapatos passam por diferentes “fases de vida” no microcosmos da fábrica Zeferino. Para problematizar esta questão apresentei 15 modelos de calçados que foram selecionados pelos próprios artífices para o desenvolvimento do estudo. Este processo foi constituído primeiramente por meio da seleção feita pelos artífices e por suas narrativas a respeito tanto das motivações de suas escolhas, como de fragmentos de memórias sobre a biografia destes artefatos. Vale ressaltar que este configurou-se como um momento relevante da pesquisa uma vez que, a partir deste momento, as narrativas dos artífices ganharam

potência, confirmando-se como principal fonte e documento a respeito dos saberes, fazeres e das negociações que constituem o trabalho e os artefatos na fábrica Zeferino. Tal potência foi expandida pelo engajamento dos artífices durante a seleção e descrição dos artefatos e seus processos de desenvolvimento. Para eles, os sapatos selecionados estavam impregnados de memórias e sentidos. Assim, foi possível contarem – mesmo que de maneira fragmentária – a respeito dos seus esforços, desafios, prazeres e dissabores no trabalho. Esta construção configurou-se como uma inversão na qual os modelistas propuseram quais artefatos lhes interessavam tomar para a discussão, sendo que para problematizar as questões desta pesquisa parti de suas escolhas e narrativas. De maneira similar considere como fonte primordial as falas dos interlocutores a respeito dos atributos dos artefatos e da marca Zeferino, a saber, luxo, exclusividade e qualidade.

A descrição dos modos de fazer dos (as) artífices interlocutores (as) tornaram-se potentes, permitindo uma análise das maneiras pelas quais o trabalho do estilista e dos modelistas e os artefatos são constituídos por meio de negociações cotidianas. Como o trabalho realizado na fábrica Zeferino foi constituído de modo a estar em uma fronteira entre o fazer manual e o fazer mecanizado, modos destas duas formas de fazer são combinados, tensionados e reorganizados a fim de forjar as estratégias híbridas necessárias para a fabricação de sapatos como os da Zeferino. Ao explorar os embates provenientes deste tipo de configuração busquei interpretar os sentidos atribuídos pelos interlocutores aos artefatos que produzem e ao seu próprio trabalho.

Descrevendo as trajetórias de fabricação de três dos modelos selecionados pelos modelistas tive a intenção de colaborar com a desconstrução da noção de existir apenas um modo de produção no contexto do capitalismo recente e também de afirmar que tais processos são resultado de diversos tipos de saberes e fazeres. Ao tomar como ponto de partida o processo descrito por um dos modelistas da fábrica Zeferino como a sequência mais comum de etapas para fabricar sapatos, explorei as formas próprias pelas quais cada modelo foi feito, buscando evidenciar as reordenações das etapas em favor da produção de cada modelo.

Por meio destas trajetórias foi possível notar que, durante o processo de desenvolvimento do modelo, somente quando os modelistas passam a interagir com o croqui é que as maneiras de confecção dos modelos são exploradas e definidas por estes artífices.

Sobressaem algumas questões na seleção feita pelos modelistas como, por exemplo, as escolhas de modelos considerados bem sucedidos em vendas em meio a uma configuração de marca de luxo, que implica em exclusividade. Tais escolhas marcam um dos embates correntes na empresa, pois enquanto a fábrica prefere produzir quantidades maiores do mesmo modelo a fim de baixar custos



de fabricação e aprimorar processos a empresa como marca de luxo prioriza a variedade de modelos e as pequenas quantidades que afirmam a exclusividade.

A reedição de modelos coleção após coleção é outro aspecto destacado pelos modelistas, o que propicia aperfeiçoamento de processos e internalização dos fazeres. Por outro lado, para a marca, um modelo é editado somente quando tem aceitação de venda acima do esperado, sendo uma de suas estratégias o deslocamento de tal modelo para uma linha específica de produtos formada por modelos reeditados. Tal ação indica uma busca por alinhamento com o calendário da moda que propõe a mudança completa das coleções a cada estação.

O empenho na busca de soluções também faz parte das narrativas dos modelistas e ajuda a pensar nas tensões existentes entre o trabalho destes artífices e o do estilista. Para os modelistas o projeto de certos modelos demanda muitas horas de trabalho a fim de que possam ser fabricados. Nem sempre tais soluções lhes parece bem aproveitadas pois, mais uma vez, os modelistas lamentam a relação entre boas soluções encontradas e pequeno número de vendas, indicando entenderem que um trabalho bem feito mereceria maior circulação.

Outro aspecto que ressalto, a partir das narrativas sobre as biografias dos modelos selecionados, é o trabalho de criação como uma prática constantemente tensionada. A evidência de tais constrangimentos permite perceber que o trabalho do estilista se configura em meio a afirmações, mudanças e conflitos e se dá em relação a questões culturais, sociais, econômicas, produtivas e outras. No entanto, persiste para o estilista a noção de alguma autonomia e domínio sobre seu trabalho, ao mesmo tempo que indica que tal é um processo de troca entre as pessoas.

Tendo dado destaque para algumas das questões aqui presentes, cabe mencionar outras que não problematizei ou que não foram suficientemente aprofundadas nesta pesquisa, mas que merecem ser investigadas em trabalhos futuros.

A primeira delas é a da identidade nacional tomada como referência pela Zeferino para sua marca e seus artefatos. Considerando a impossibilidade de uma abordagem singular ou essencial da questão, importa ressaltar que uma chave para o entendimento desta identidade nacional ou desta brasilidade pode estar na ideia de que a Zeferino produz seus sapatos no Brasil. Para além do uso de autorreferências, o percurso desta fábrica permite pensar que a sua identidade nacional pode ser compreendida como constituída a partir do próprio lugar de onde a Zeferino fala. Como exemplo desta noção de identidade Alexandre Herchcovitch afirma que sua moda é brasileira porque é feita no Brasil (PRADO e BRAGA, 2011). Por este aspecto, a identidade brasileira não se daria 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 local em diálogo com processos mecanizados.

Também os circuitos do consumo que envolvem os sapatos Zeferino e a ampliação do cosmos para fora da fábrica, considerando os canais de distribuição, a localização das lojas, bem como a relação que esta marca propõe entre seus produtos e seus consumidores. Ainda, como acontecem na Zeferino as relações entre o local e o global, considerando seus discursos, seus modos de fabricação e seus artefatos.

Indico estes caminhos que não trilhei como algumas possíveis continuidades e ampliações deste trabalho, certa de que ainda outros existem.

## REFERENCIAS

- ANDRADE, Rita Morais de. **Boué Soeurs RG 7091**: a biografia cultural de um vestido. 2008. 224 f. Tese (Doutorado em História) – Departamento de História da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008.
- APPADURAI, Arjun. Introdução: Mercadorias e a política de valor. In: **A vida social das coisas**: as mercadorias sob uma perspectiva cultural. Niterói: EDUFF, 2010.
- ATTFIELD, Judy. **Wild Things**: The material culture of everyday life. New York: Berg/Oxford, 2000.
- BARBUY, Heloisa. Em busca da Louça: caminho de pesquisa. In: PEREIRA, José Hermes Martins. **Louça paulista**: as primeiras fábricas de faiança e porcelana de São Paulo. São Paulo: Edusp; Imesp; Museu Paulista, 2009.
- BENJAMIN, Walter. **Passagens**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2007.
- BONADIO, Maria C. **O fio sintético é um show!**: Moda, política e publicidade (Rhodia 1960-1970). 2005. Tese de Doutorado em História. Campinas: UNICAMP, 2005. 295 f. (Doutorado em História) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, 2005.
- BORELLI, Bruna. Aos pés das mulheres. **ISTOÉ Dinheiro**, São Paulo. Edição 745, 12.jan.2012.
- BOSI, Ecléa. **O tempo vivo da memória**: ensaios de psicologia social. São Paulo: Atelier Editorial, 2003.
- CALVINO, Italo. **Coleção de areia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
- CARNEIRO, Lígia. G. **Trabalhando o couro**: do serigote ao calçado made in Brazil. Porto Alegre: L&PM CIERGS, 1986.
- CAMPOS, Sílvia. H.; CALANDRO, Maria. L. Nova configuração do mercado de trabalho internacional de calçados e os impactos sobre a indústria calçadista gaúcha. **IV Encontro de Economia Gaúcha – EEG**, Porto Alegre, 2008. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/eventos/eeg/trabalhos/estudossetoriais-sessao-1-3.doc>>. Acesso em: 18.01.2013.
- CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas Híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2003.
- CIETTA, Enrico. **A revolução do fast-fashion**: estratégias e modelos organizativos para competir nas indústrias híbridas. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.
- CHOKLAT, Aki. **Design de Sapatos**. São Paulo: Editora Senac SP, 2012.
- CONTI, Giovanni Maria. Moda e cultura de projeto industrial: hibridação entre saberes complexos. In: PIRES, Dorotéia B. (Org.). **Design de moda**: olhares diversos. Baureri, SP: Estação das Letras e Cores, 2008.
- CORRÊA. Ronaldo de O. **Narrativas sobre o processo de modernizar-se**: uma investigação sobre a economia política e simbólica do artesanato recente em Florianópolis, Santa Catarina, BR. 2008. 305 f. (Doutorado Ciências Humanas). Programa do Doutorado Interdisciplinar em Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.
- COSTA, Ângela M. & SCHWARCZ, Lilia M. **1890-1914**: No Tempo das Certezas. São Paulo: Cia. Das Letras, 2000.

DECCA, Edgar. **O Nascimento das Fábricas**. São Paulo: Brasiliense, 1982.

DORMER, Peter. **Os significados do design moderno**: a caminho do século XXI. Porto: Centro Português de Design, 1995.

EMERY, Márcio de Moraes. **O impacto da abertura ao comércio exterior da década de 1990 no setor têxtil brasileiro**. 2007. 191 f. (Doutorado em Ciências Sociais). Programas de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2007.

DUARTE, Rosália. Pesquisa qualitativa: reflexões sobre o trabalho de campo. **Cadernos de Pesquisa**. São Paulo. N 115, p. 139-154, março/2002.

FILHO, Domingos L. L. & QUELUZ, Gilson L. A Tecnologia e a Educação Tecnológica: Elementos para uma Sistematização Conceitual. In: **Educação e Tecnologia**. Belo Horizonte: CEFET-MG v. 10, n. 1, p. 29-35, jan-jul, 2005.

FORTY, Adrian. **Objetos de Desejo**: Design e Sociedade desde 1750. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FUNDAÇÃO CULTURAL DE CAMPO BOM. **A história do sapato**: nos passos de Campo Bom. Campo Bom: Fundação Cultural de Campo Bom, 2011.

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

KOPYTOFF, Igor. A biografia cultural das coisas: a mercantilização como processo. In: **A vida social das coisas**: as mercadorias sob uma perspectiva cultural. Niterói: EDUFF, 2010.

LEITÃO, Débora. 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.

LIMA, Jacob 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](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-45222008000100010&lng=en&nrm=iso) . Acesso em 25.03.2013.

LIMA, Raquel J. C. de. **Os efeitos da liberalização comercial na indústria têxtil brasileira**: um estudo de caso. 2006. 118 f. (Mestrado em Ciências Econômicas). Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

LIPOVETSKY, Gilles.; ROUX, Elyette. **O luxo eterno**: da idade do sagrado ao tempo das marcas. São Paulo: Cia. Das Letras, 2005.

MARTINS, Rodrigo P. M. **A produção calçadista em Novo Hamburgo e no Vale do Rio dos Sinos na industrialização brasileira**: exportação, inserção comercial e política externa: 1969-1979. 2011. (Doutorado em História). Programa de Pós-Graduação em História, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

MCDOWELL, Collin. **Shoes**: fashion and fantasy. New York: Thames and Hudson, 1989.

MENDES, Mariuze Dunajski. **A Fragmentaria História da Fábrica de Móveis Martinho Schulz**: Tradição e Modernidade na Produção Artesanal com Fibras em Curitiba. 2005. 211 f. (Mestrado em Tecnologia e Sociedade) – Programa de Pós-Graduação em Tecnologia, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2011.

\_\_\_\_\_ **Trajatórias Sociais e Culturais de Móveis Artesanais Trançados em Fibras: Temporalidades, Materialidades e Espacialidades Mediadas por Estilos de Vida em Contextos do Brasil e Itália.** 2011. 349 f. (Doutorado em Ciências Humanas) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2011.

MERLO, Márcia. O que faço com os meus diários de campo? Inquietações de uma antropóloga no design e na moda. In: CAMPOS, G.B.; SILVA, J.. (Org.). **Design, Arte, Moda e Tecnologia.** São Paulo: Rosari, UAM, PUC-Rio, UNESP-Bauru, 2010.

MENESES, Ulpiano T. B. De. Memória e cultura material: documentos pessoais no espaço público. **Estudos Históricos.** Rio de Janeiro. v. 11, n. 21, p. 89-104, 1998.

MILLER, Daniel. **Trecos, troços e coisas:** estudos antropológicos sobre cultura material. São Paulo: Zahar, 2013.

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

MURCILO, Luiz. **Modelagem e fabrico de calçados.** 2 ed. São Paulo: LEP, 1962.

O'HARA, Georgina. **Enciclopédia da Moda:** de 1840 à década de 80. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

OLIVEIRA, Ana Cláudia de.; CASTILHO, Kathia. (org.) **Corpo e Moda:** Por uma compreensão do contemporâneo. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

PAULA, Teresa C. T. de. **Tecidos no Brasil:** um hiato. 2004. (Doutorado em Ciência da Informação e Documentação). Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, 2004.

PESAVENTO, Sandra J. **Exposições Universais.** São Paulo: Hucitec, 1997.

PESAVENTO, Sandra J. Trabalhadores e Máquinas: representações do progresso (Brasil: 1880-1920). **Anos 90.** Porto Alegre, v. 2, n. 2, maio 1994, p. 164-182.

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

PIRES, Dorotéia. B. A história dos cursos de design de moda no Brasil. **Revista Nexos:** Estudos em Comunicação e Educação. Especial Moda. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, Ano VI, Nº 9, 2002.

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

PUFFAL, Daniel P. **Cooperação na indústria de componentes para calçados do Vale do Rio dos Sinos.** 2005). 158 f. (Mestrado em Administração). Pós-graduação em Administração, Universidade do Vale dos Sinos, 2005.

QUELUZ, Marilda L. P. Questões pontuais sobre design e identidade. In: QUELUZ, Marilda L. P. (Org.). **Design & Identidade.** Curitiba: Peregrina, 2008.

SABINO, Marco. **Dicionário da Moda.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

SANCHES, Lucinéia. **Os Moldes da Moda:** Um estudo sobre o estado dos cursos de formação em moda no Brasil. 2006. 121f. Dissertação – Universidade Regional de Blumenau. Blumenau/SC. 2006.

SANTOS, Marinês Ribeiro dos. Existe design brasileiro? Considerações sobre o conceito de identidade nacional. In: QUELUZ, Marilda L. (Org.). **Design & Identidade**. Curitiba: Peregrina, 2008.

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

SCHEMES, Cláudia. **PEDRO ADAMS FILHO**: empreendedorismo, indústria calçadista e emancipação de Novo Hamburgo (1901-1935). 2006. 446 f. Tese. (Doutorado em História). Programa de PósGraduação em História, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006.

SCHMIDT, Mauri R. **Modelagem Técnica de Calçados**. SENAI: Porto Alegre, 1995.

SEMPRINI, Andrea. **A Marca Pós-Moderna**: Poder e Fragilidade da Marca na Sociedade. Contemporânea. São Paulo: Estação das Letras, 2006.

SENNETT, Richard. **O artífice**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2012a.

\_\_\_\_\_ **Juntos**. Rio de Janeiro: Record, 2012b.

SORGER, Richard; UDALE, Jenny. **Fundamentos de Design de Moda**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

STALLYBRASS, Peter. **O casaco de marx**: roupas, memória, dor. 4ª ed. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva. Belo Horizonte: Autêntica, 2012.

SUDJIC, Deyan. **A linguagem das coisas**. Rio de Janeiro: Instrínseca, 2010.

TAMEN, Pedro. **O livro do sapateiro**. Lisboa: D. Quixote, 2010.

THOMAS, Dana. **Deluxe**: como o luxo perdeu o brilho [os bastidores da atual indústria da moda]. Rio de Janeiro: Campus Elsevier, 2008.

THOMPSON, Edward. **Costumes em Comum**. São Paulo: Cia. Das Letras, 1998.

TRIVINÓS, Augusto N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. 1ª Ed. São Paulo: Atlas, 2011.

WINNER, Lagdon. Do artifacts Have Politics? In: Mackenzie, Donald & Wajcman, Judy. **The Social Shaping of Technology**. Buckingham, Philadelphia: Open University Press, 1996.

ZEFERINO. **Para Calçar um Sonho**: catálogo institucional. São Paulo, 2011.

ZORN, Gerson. **Dossiê Técnico**: Processo de fabricação do calçado. SENAI-RS: Novo Hamburgo, 2007.

#### Entrevistas e Depoimentos:

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

MATOS, David Paim. Entrevista concedida. Novo Hamburgo, RS, novembro de 2012.

MATOS, David Paim de; OLIVEIRA, Diogo Terme de. Entrevista concedida. Novo Hamburgo, RS, abril de 2013.

OLIVEIRA, Diogo Terme de. Entrevista concedida. Novo Hamburgo, RS, novembro de 2012.

PEREIRA, Cláudio. Entrevista concedida. Novo Hamburgo, RS, abril de 2013.

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

RODRIGUES, Ademir. Entrevista concedida. Novo Hamburgo, RS, novembro de 2012.

RODRIGUES, Ademir. Entrevista concedida. Novo Hamburgo, RS, abril de 2013.

RODRIGUEZ, Cristiano. Entrevista concedida. São Paulo, SP, agosto de 2012.

RODRIGUEZ, Cristiano. Entrevista concedida. São Paulo, SP, setembro de 2013.

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

## APÊNDICE A – Termo de Autorização

Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Programa de Pós-Graduação em Tecnologia e Sociedade  
Linha de pesquisa: Mediações e Culturas  
Professor orientador: Dr. Ronaldo de Oliveira Corrêa

**TERMO DE AUTORIZAÇÃO**

Pelo presente instrumento, autorizo Valeria Tessari, portadora do RG13.325.427-7, a utilizar entrevistas, imagens ou documentos concedidos por mim em sua dissertação de mestrado ou em projetos e eventos relacionados a esta dissertação.

Esta autorização inclui o uso total ou parcial das entrevistas, imagens e documentos concedidos, nos diversos meios utilizados para comunicação acadêmica (oral, impresso, CD ROM, vídeo, áudio tape, DVD, exposições e instalações), em rádio, televisão aberta, fechada e por assinatura e sua disponibilização via Internet, no contexto da dissertação, bem como publicação por meio de livros.

Tal material destina-se exclusivamente à produção de obra intelectual com fins acadêmicos.

Novo Hamburgo, dia, mês, ano.

Assinatura: \_\_\_\_\_

Nome: \_\_\_\_\_



## APÊNDICE B – Protocolo de Transcrição

**Classificação:**

EN ARQ nº – Nome participante – Mês/Ano

**Data da transcrição:**

Mês/Ano

**Tema:****Lugar:****Data:****Participante:****Resumo:****Elementos:****Duração:****Autora/Vinculação:****Localização de arquivos:**

Turnos	Texto
1	<i>E.</i>
2	<i>X.</i>
3	<i>E.</i>
4	<i>X.</i>
5	<i>E.</i>
6	<i>X.</i>
Observações:	

**Símbolos utilizados na transcrição**

((texto))	Comentários ou observação do transcritor
(...)	Marcadores de tempo ou de ruptura de uma palavra ou frase, sem continuidade no mesmo ou no seguinte turno
negrito	Palavras enfatizadas com destaque pelo participante

## APÊNDICE C – PPD1 02 CLO50

## APÊNDICE C – PPD1 02 CLO50

**Pesquisa de Mestrado de Valéria Tessari**  
**Programa de Pós-Graduação Tecnologia & Sociedade**  
**Universidade Tecnológica Federal do Paraná**

**Protocolo de Pesquisa para Documentos Iconográficos**  
 (PPDI)

**Ficha número:** PPD1/Ficha Técnica 02 CLO50  
**Data:** jan/2013

<b>Marca/Etiqueta:</b>	Zeferino/Closet	<b>Família:</b>	-
<b>Coleção:</b>	2006	<b>Referência:</b>	CLO50
<b>Linha:</b>	Closet	<b>Tema:</b>	-
<b>Modelo:</b>	Scarpin	<b>Tipo do salto:</b>	Coluna
<b>Numeração:</b>	38	<b>Altura do salto:</b>	9,5cm
		<b>Construção:</b>	Lerre
<b>Desenvolvimento:</b>	2006	<b>Fabricação/Local/Ano:</b>	Fábrica ZF/NH/2006-Atual
<b>Estilista:</b>	Cristiano Rodriguez	<b>Modelista:</b>	David Paim de Matos

Especificação de Materiais e Cores			
<b>Cabedal Cor 1</b>	PYTHON MARINHO ZF	<b>Plataforma</b>	NÃO
<b>Cabedal Cor 2</b>	NÃO	<b>Sola</b>	PINK
<b>Vivo Argentininho</b>	NÃO	<b>Beira</b>	PRETO
<b>Forro</b>	SILK PINK	<b>Taco</b>	PRETO
<b>Biqueira</b>	NÃO	<b>Linha</b>	90 NA COR
<b>Debrum Palmilha</b>	SILK PINK	<b>Enfeite</b>	NÃO
<b>Taloneira</b>	SILK PINK	<b>Carimbo</b>	CLOSET OURO
<b>Moldura Taloneira</b>	SILK PINK	<b>Banho</b>	NÃO
<b>Salto</b>	PYTHON MARINHO ZF	<b>Zíper</b>	NÃO
<b>Vira</b>	PRETO	<b>Elástico</b>	NÃO

**Particularidades:** Modelo escolhido pela importância que tem para a empresa. Considerado clássico e simples, é o modelo em circulação mais antigo da marca. Chamado de “herança”, está nas coleções desde o início da Zeferino e segundo os modelistas não foi muito planejado e acabou atingindo um grande volume de vendas para o padrão da empresa. Inicialmente era feito somente em verniz, mas com as reedições ganhou novos materiais: python, belmonte, gliter, entre outros, além de ganhar uma versão de salto mais baixo, o CLO51. O sucesso do modelo é creditado, pelos modelistas, aos seguintes motivos: “é um nada tudo”, “combina com tudo”, é usado no dia-a-dia, é confortável apesar do salto ser alto, o salto parece ser grosso – o que dá a sensação de segurança – mas tem o perfil fino – que o deixa leve. Foi classificado

Equipamento utilizado para registro: **Câmera digital Sony Cyber-Shot DSC-H20 10.1MP**

Data do registro: **09/11/2012**

Localização das imagens: **Arquivo da pesquisadora**

Acondicionamento: **Imagens>arquivos digitais gravados em HD externo**

Responsável pelo registro: **Valéria Tessari (tessari.valeria@gmail.com)**

Local utilizado para o registro e localização da peça: **Setor de modelagem – fábrica Zeferino/NH**

pelos modelistas como um chamariz. Uma vez que o sapato da Zeferino tem muita personalidade, este tem sido uma porta de entrada para clientes se sentirem à vontade. “É um sapato certo (...) nunca tu erra com ele”. Seu feitiço não apresenta complicações. Ele possui apenas 3 costuras por pé em couro liso, e quando em python, 5 costuras. David descreve que o processo “É fecha, prepara

*o forro, dá uma prensada na coraça, esse aqui num tá mas ele é costurado no avesso, costura o avessinho, fecha a costura luva do trasêro dele, e luva ele, daí faz o luva e depois abre prá dentro escondendo o forro. Costura luva de cabedal com o forro escondido prá dentro.*” (MATOS; OLIVEIRA, 2013, t.866) O modelo possui navalha, que é um ferramental para agilizar o corte. O desenvolvimento deste ferramental foi justificado pela quantidade de venda do modelo. É um modelo “mais produtivo (...) porque ele segue um padrão.” Anteriormente tinha o nome e “Mirna”, pois os modelos recebiam nomes de mulheres. Depois passaram a receber referências compostas de siglas e sequência numérica. Mas no dia-a-dia o modelo ainda é comumente chamado de Mirna.

#### Imagens:



#### Detalhes:



Equipamento utilizado para registro: **Câmera digital Sony Cyber-Shot DSC-H20 10.1MP**

Data do registro: **09/11/2012**

Localização das imagens: **Arquivo da pesquisadora**

Acondicionamento: **Imagens>arquivos digitais gravados em HD externo**

Responsável pelo registro: **Valéria Tessari (tessari.valeria@gmail.com)**

Local utilizado para o registro e localização da peça: **Setor de modelagem – fábrica Zeferino/NH**

## APÊNDICE D – PPD1 12 LEY01

## APÊNDICE D – PPD1 12 LEY01

Pesquisa de Mestrado de Valéria Tessari  
Programa de Pós-Graduação Tecnologia & Sociedade  
Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Protocolo de Pesquisa para Documentos Iconográficos  
(PPDI)

Ficha número: PPD1/Ficha Técnica 12 LEY01  
Data: jan/2013

<b>Marca/Etiqueta:</b>	Zeferino	<b>Família:</b>	London Eye
<b>Coleção:</b>	Inverno 2009	<b>Referência:</b>	LEY01
<b>Linha:</b>	Coleção	<b>Tema:</b>	Londres
<b>Modelo:</b>	Scarpin plataforma	<b>Tipo do salto:</b>	Cone
<b>Nº do pé:</b>	38	<b>Altura do salto:</b>	11 cm
		<b>Construção:</b>	Bally
<b>Desenvolvimento:</b>	05/2008 a 10/2008	<b>Fabricação/Local/Ano:</b>	Fábrica ZF/NH/2009
<b>Estilista:</b>	Cristiano Rodriguez	<b>Modelista:</b>	Luis Paulo de Lima

Especificação de Materiais e Cores			
<b>Cabedal Cor 1</b>	CAMURÇA	<b>Plataforma</b>	INTERNA
<b>Cabedal Cor 2</b>	PYTHON GRAFITE	<b>Sola</b>	PINK
<b>Cabedal Cor 3</b>	CETIM MARINHO	<b>Beira</b>	PINK
<b>Debrum</b>	CAMURÇA	<b>Taco</b>	PRETO
<b>Forro</b>	SILK BRANCO	<b>Linha</b>	90 NA COR
<b>Biqueira</b>	NÃO	<b>Enfeite</b>	REBITES
<b>Debrum Palmilha</b>	CAMURÇA	<b>Carimbo</b>	ZEFERINO
<b>Taloneira</b>	SILK BRANCO	<b>Banho</b>	OURO VELHO
<b>Moldura Taloneira</b>	CAMURÇA	<b>Zíper</b>	NÃO
<b>Salto</b>	CABEDAL 1, 2, 3	<b>Elástico</b>	NÃO
<b>Vira</b>	NÃO		

**Particularidades:** Para a confecção de apenas 1 par deste modelo são necessários 3 dias. Neste processo, os materiais foram cortados em uma área quadrada calculada e preparados sobrepostos: camurça parcialmente dublada com python base de cetim. E seguida a placa foi cortada na máquina de cortar tiras – que corta tiras de forma precisa de acordo com a medida especificada. A camurça foi parcialmente dublada com python, apenas nos pontos marcados para serem “virados do avesso”. Assim, as tiras de camurça do cabedal, quando viradas nos pontos marcados exibem o avesso em python. Estes pontos são presos com rebites de metal. O modelista desenvolveu um gabarito para indicar de maneira precisa os pontos em que a camurça deveria ser dublada. A dublagem foi parcial devido ao alto custo do python. David nos informa que por este motivo as tiras “além de sê preparada uma a uma elas tem que sê gabaritadas prá tê a posição aqui da que virá e rebitá. São vários processos!”, e Diogo complementa que “é muito mais difícil ela colocá só em alguns pedacinhos do que se colocasse em tudo! (...) Dublava uma placa grande (...) não! É tirinha por tirinha por causa do preço do python, né?” (MATOS; OLIVEIRA, 2013,

Equipamento utilizado para registro: Câmera digital Sony Cyber-Shot DSC-H20

Data do registro: 09/11/2012

Localização das imagens: Arquivo da pesquisadora

Acondicionamento: Imagens>arquivos digitais gravados em HD externo

Responsável pelo registro: Valéria Tessari (tessari.valeria@gmail.com)

Local utilizado para o registro/localização da peça: Setor de modelagem – fábrica Zeferino/NH

t.38; 39; 42). A costura deste modelo também é especial. Enquanto um modelo como o CLO50 tem em sua versão em verniz o total de 3 costuras, no LEY01 elas passam de 200. Logo, ele não segue um fluxo padrão de produção, pois depois de cortado e inicialmente preparado segue para a máquina de costura, volta para a preparação, confere os tamanhos, volta para a costura, e assim sucessivamente até finalizar a costura. David afirma que *E a gente não consegue seguir um processo normal que qualquer fábrica mais industrializada, que não fosse tão manual, conseguiria. Porque quando a gente modela um produto mais voltada pro comercial, pro volume, o processo é o seguinte: vai pro corte, caiu na chafração, chafra, chega na costura a preparadela vai prepará o máximo que pudé, vai prá máquina de costura no máximo duas vezes, vai, volta prá preparação, vai prá costura e acabô.*” (MATOS; OLIVEIRA, 2013, t.45). Para viabilizar o desenvolvimento de um modelo como este os modelistas pensam estratégias didáticas que poderão facilitar o trabalho em equipe. Depois do primeiro pé confeccionado, eles fazem adaptações dos processos para a produção. David exemplifica: *“No caso do primero pé às vezes a gente faz marcação de 1, né, tirinha 1, tirinha 2, tirinha 3, tirinha 4, e faz elas no tamanho exato prá não havê erro, prá que ela entenda! (...) Porque depois ela vai té a noção geral de que “bom, essa placa é a tira 1”. É uma placa que vai cortá 10 tiras, fazê 10 pares. Mas ela já tem a visão, já sabe que funciona. Mas é, na realidade um trabalho diferente prá nós que modelamos, né, a gente tem que (...) às vezes **complicá** em termos de, de conferência (...) mas que o pessoal entenda o que tá fazendo e depois sim, a gente possa jogá e fazê uma tira mais comprida onde uma tira tu corta ao meio e faz duas...”* (MATOS; OLIVEIRA, 2013, t.134; 136). A plataforma interna exige procedimentos específicos, por exemplo, adaptação de modelagem e preparação da plataforma junto da palmilha de montagem.

#### Imagens:



#### Detalhes:

Equipamento utilizado para registro: **Câmera digital Sony Cyber-Shot DSC-H20**  
 Data do registro: **09/11/2012**  
 Localização das imagens: **Arquivo da pesquisadora**  
 Acondicionamento: **Imagens>arquivos digitais gravados em HD externo**  
 Responsável pelo registro: **Valéria Tessari (tessari.valeria@gmail.com)**  
 Local utilizado para o registro/localização da peça: **Setor de modelagem – fábrica Zeferino/NH**

## APÊNDICE E – PPD I 12 FST35

## APÊNDICE E – PPD I 09 FST3

Pesquisa de Mestrado de Valéria Tessari  
Programa de Pós-Graduação Tecnologia & Sociedade  
Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Protocolo de Pesquisa para Documentos Iconográficos  
(PPDI)

Ficha número: PPD I/Ficha Técnica 09 FST35  
Data: jan/2013

<b>Marca/Etiqueta:</b>	Zeferino/Pink Label	<b>Família:</b>	-
<b>Coleção:</b>	Inverno 2009	<b>Referência:</b>	FST35
<b>Linha:</b>	Pink Label	<b>Tema:</b>	-
<b>Modelo:</b>	Sandália	<b>Tipo do salto:</b>	Agulha
<b>Nº do pé:</b>	38	<b>Altura do salto:</b>	9 cm
		<b>Construção:</b>	Martinica
<b>Desenvolvimento:</b>	08/2008 a 08/2008	<b>Local/Ano de produção:</b>	Novo Hamburgo (2009-2010)
<b>Estilista:</b>	Cristiano Rodriguez	<b>Modelagem/Fabrição:</b>	Fábrica Zeferino/NH

Especificação de Materiais e Cores			
<b>Cabedal Cor 1</b>	VELUDO PRETO	<b>Plataforma</b>	NÃO
<b>Cabedal Cor 2</b>	CETIM SEDA PRETO	<b>Sola</b>	ROSA FESTA
<b>Vivo Argentinho</b>	NÃO	<b>Beira</b>	PRETO
<b>Forro</b>	METAL OURO CLARO	<b>Taco</b>	PRETO
<b>Biqueira</b>	CETIM SEDA PRETO	<b>Linha</b>	90 NA COR
<b>Debrum Palmilha</b>	CETIM SEDA PRETO	<b>Enfeite</b>	FLOR CABEDAL 1
<b>Taloneira</b>	METAL OURO CLARO	<b>Carimbo</b>	ETIQ. ZF PINK LABEL
<b>Moldura Taloneira</b>	METAL OURO CLARO	<b>Banho</b>	OURO CLARO
<b>Salto</b>	VELUDO PRETO	<b>Fivela</b>	SWAROVSKI JET
<b>Vira</b>	NÃO	<b>Elástico</b>	NA COR

**Particularidades:** Consideram marcante na linha Festa (Pink Label). Com bons índices de venda, foi reeditada em várias coleções seguidas, sempre em cetim de seda e em mais uma versão em materiais como veludo, renda, cetim pintado à mão, cetim dublado com python, entre outros. O desenvolvimento da flor de enfeite foi uma oportunidade de construir parcerias com fornecedores de corte à laser, trabalho que se tornou importante para a empresa. A flor, que nesta versão aparece em veludo, é cortada à laser e montada manualmente. O laser permite um acabamento perfeito sem necessidade de costuras. A fábrica pesquisou uma maneira de embalar as sandálias para transportá-las, pois a flor era facilmente amassada. Desenvolveram então uma proteção em material plástico leve e aerado que era colocada como um suporte ao redor de cada flor no cabedal e o problema foi resolvido.

Equipamento utilizado para registro: Câmera digital Sony Cyber-Shot DSC-H20  
Data do registro: 09/11/2012  
Localização das imagens: Arquivo da pesquisadora  
Acondicionamento: Imagens>arquivos digitais gravados em HD externo  
Responsável pelo registro: Valéria Tessari (tessari.valeria@gmail.com)  
Local utilizado para o registro/localização da peça: Setor de modelagem – fábrica Zeferino/NH

**Imagens:****Detalhes:**

Equipamento utilizado para registro: **Câmera digital Sony Cyber-Shot DSC-H20**

Data do registro: **09/11/2012**

Localização das imagens: **Arquivo da pesquisadora**

Acondicionamento: **Imagens>arquivos digitais gravados em HD externo**

Responsável pelo registro: **Valéria Tessari (tessari.valeria@gmail.com)**

Local utilizado para o registro/localização da peça: **Setor de modelagem – fábrica Zeferino/NH**