



UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE ARTES E DESIGN
BACHARELADO EM DESIGN

**Design de Calçados: o papel e a importância do design no
despontar do desenvolvimento de produtos em Franca-SP**

Ayrton do Carmo Medina

Orientador: Prof. Dr. Paulo Miranda De Oliveira

Janeiro de 2023

Ayrton do Carmo Medina

Design de Calçados: o papel e a importância do design no despontar de desenvolvimento de produtos em Franca-SP

Trabalho de Conclusão de Curso teórico apresentado como requisito para obtenção de título de Bacharel em Design pelo Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora.

Prof. Orientado

Prof. Dr. Paulo Miranda De Oliveira.

Janeiro de 2023

Ficha catalográfica elaborada através do programa
de geração automática da Biblioteca Universitária da
UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Medina, Ayrton do Carmo.

Design de Calçados : o papel e a importância do design no
despontar do desenvolvimento de produtos em Franca-SP /
Ayrton do Carmo Medina - 2023.

35 p. : il.

Orientador: Paulo Miranda De Oliveira.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -
Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Artes e
Design, 2023.

1. Design de Calçados. I. Miranda De Oliveira, Paulo,
orient. II. Design de Calçados : o papel e a importância do
design no despontar do desenvolvimento de produtos em
Franca-SP.

Ayrton Do Carmo Medina

Design de Calçados: o papel e a importância do design no despontar do desenvolvimento de produtos em Franca-SP

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção de título de Bacharel em Design pelo Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora.

Juiz de Fora/MG, 18 de janeiro de 2023

BANCA EXAMINADORA



Prof. Dr. Róber Dias Botelho

Universidade Federal de Juiz de Fora



Prof. Dr. Ivan Mota Santos

Universidade Federal de Juiz de Fora



Prof. Dr. Paulo Miranda De Oliveira

Universidade Federal de Juiz de Fora

Agradecimentos

Com a mais sincera admiração, obrigado Professor Paulo por sua orientação e conselhos. Agradeço sua confiança e dedicação durante toda essa trajetória. Agradeço também a empresa Savelli Calçados, em especial a diretora de marketing Priscila Amaral por confiar no meu trabalho e permitir uma aproximação para compreender os processos que fazem da marca um exemplo no setor calçadista. Além disso, não posso deixar de mencionar minha família por sempre me apoiarem, e acima de tudo, dos meus amigos que sempre estiveram ao meu lado, me ajudando e nunca me deixando desistir, sem eles, essa graduação não teria sido possível. Obrigado.

RESUMO

As primeiras fábricas de calçados do Brasil surgiram no sul do país, que hoje se encontra como o quinto maior produtor do mundo no ramo, o maior fora do continente asiático sendo exportador para mais de 160 países, com foco para os Estados Unidos. Com isso, a indústria gerou milhões de empregos em 2021 e com uma expectativa ainda mais otimista para 2022.

Este estudo tem como público alvo alunos de cursos de design, designers iniciantes, ou aqueles que têm algum interesse em ampliar seus horizontes, seja para mudar de área ou para a própria bagagem cultural, apresentando-os uma visão sistemática, vislumbrando a importância da indústria calçadista e o papel do design para desmontá-la ou aquecê-la, seja nas relações projetuais, no âmbito de gestão ou ambas, compreendendo como o polo calçadista de Franca - SP estabeleceu uma concordância com o Design.

Utilizando o Método Indutivo, por base na estratégia de observação de Francis Bacon e a busca pelo conhecimento de experiência no campo de gestão, que tanto Brigitte Mozota menciona em seu livro: “Gestão do Design”, será avaliado por meio de pesquisas quantitativas, uma parte da percepção da realidade, a fim de fazer levantamentos dos dados coletados para serem investigados e descritos, para por fim, trazer um registro com Estudo de Caso dentro do município de Franca - SP, considerada a capital do calçado Brasileiro, inter relacionado com dados setoriais Brasileiros.

O estudo ainda almeja trazer à tona o entendimento sobre o real papel do design para com o conhecimento, assim como para a importância do setor junto ao cenário nacional além de fazer vistas à gestão e o desenvolvimento de projetos dentro do setor calçadista em Franca, contribuindo socialmente como a expansão de conhecimentos de métodos e ferramentas inerentes a este contexto, valorizando o profissional do design e contribuindo com a identidade do setor em Franca, expandindo-a dentro do contexto nacional, além de contribuir com sua visibilidade, sua economia e por consequência sua valorização.

Palavras-chave: Design de Calçados, Indústria de Calçados, Mercado Interno e Externo, Gestão de Design.

ABSTRACT

The first shoe factories in Brazil are known in the south of the country, which today are the fifth largest producer in the world in the field, the largest outside the Asian continent, being foreign to more than 160 countries, with a focus on the United States. With that, the industry generated millions of jobs in 2021 and with an even more optimistic expectation for 2022.

This study is aimed at students of design courses, beginner designers, or those who are interested in broadening their horizons, either to change areas or for their own cultural background, presenting them with a systematic view, glimpsing the importance of the industry footwear industry and the role of design to disassemble or warm it up, whether in design relationships, in the management sphere or both, understanding how the footwear hub in Franca - SP established an agreement with Design.

Using the Inductive Method, based on Francis Bacon's observation strategy and the search for knowledge from experience in the field of management, which Brigitte Mozota mentions so much in her book: "Design Management", will be evaluated through quantitative research, a part of the perception of reality, in order to survey the collected data to be investigated and heard, to finally bring a record with a Case Study within the municipality of Franca - SP, considered the capital of Brazilian footwear, interrelated with data Brazilian sectors.

The study also aims to bring to light the understanding of the real role of design in knowledge, as well as the importance of the sector on the national scene, in addition to looking at the management and development of projects within the footwear sector in Franca, fortunately socially as the expansion of knowledge of methods and tools inherent to this context, valuing the design professional and confident with the identity of the sector in Franca, expanding it within the national context, in addition to contributing to its visibility, its economy and consequently its valuation.

Key-words: Footwear Design, Footwear Industry, Internal and External Market, Design Management.

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1: Matriz Swot (Página 14)
- Figura 2: Ilustração de calçados History of Costume and Fashion (2013)
Retirado de <http://world4.eu/ancient-egypt-shoes/> (Página 16)
- Figura 3: Sandálias de casca de artemísia [Fotografia]. Retirado de <https://clinicaecirurgiadope.com.br/historia> (Página 17)
- Figura 4: Sapato medieval pontudo, os *crakows*. Imagem retirada do <https://aventurasnahistoria.uol.com.br/noticias/almanaque/por-que-os-sapatos-medievais-eram-pontudos.phtml> (Página 19)
- Figura 5: Sapatos de salto alto renascentista retirada da <https://areademulher.r7.com/curiosidades/quem-inventou-o-salto-alto/> (Página 20)
- Figura 6: Sapato de salto alto moderno retirado da loja <https://www.calitta.com/br/calçados/calçados-femininos/sandalias-femininas/sapato-feminino-veludo-vermelho-salto-fino-alto-bota-festa-e-balada-1248.html> (Página 20)
- Figura 7: Gráfico demonstrativo, produção de Ayrton Medina (própria), baseado nos dados da Associação Brasileira de Calçados (Página 22)
- Figura 8: Processo, produção de Ayrton Medina (Página 26)
- Figura 9: Tênis Florence Casual em Couro Floater Pinhão Savelli. Retirado em <https://www.savellicalçados.com.br/> (Página 26)
- Figura 10: Tênis Masculino Detroit em Couro Branco/Alvejado Savelli. Retirado em <https://www.savellicalçados.com.br/> (Página 27)

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO/PROBLEMATIZAÇÃO DA PESQUISA.....	11
1.2 DELIMITAÇÃO DO TEMA.....	11
1.3 PROBLEMA DE PESQUISA.....	11
2. PROPOSTA.....	11
2.1 OBJETIVOS.....	11
2.1.1 OBJETIVO GERAL.....	11
2.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	12
2.2 JUSTIFICATIVA.....	12
2.3. MÉTODOS E PROCEDIMENTOS.....	13
2.3.1 CARACTERIZAÇÃO METODOLÓGICA.....	14
2.3.2 METODOLOGIA.....	15
3. REFERENCIAL TEÓRICO.....	16
3.1 HISTÓRIA.....	16
3.2 NO BRASIL.....	20
4. ANÁLISE E DISCUSSÃO.....	24
4.1 ELEMENTOS AVALIADOS.....	24
4.2 SAVELLI CALÇADOS.....	25
4.3 DESIGNER DE CALÇADOS.....	27
5. CONCLUSÃO.....	28
REFERÊNCIAS.....	30

1. INTRODUÇÃO

Os sapatos sempre fizeram parte do imaginário popular, devido à sua beleza, conforto e até mesmo complexidade. Cobiçados há gerações e refletindo a percepção econômica e o estado social de seus usuários. A citação de Linda O'Keeffe em seu livro *"uma Festa de Sapatos de Salto Sandálias e Chinelos"* (1996, p.12) e *"os olhos podem bem ser as janelas da alma, mas os sapatos são a entrada para a mente..."* podemos demonstrar como pode ser impactante o calçar de uma pessoa em relação ao seu meio.

Com isso, busca-se discorrer sobre as formas com as quais o design e o profissional designer se relacionam dentro de um contexto processual nas fábricas. Separando e convergindo informações setoriais, até que se compreenda o real impacto do design no cerne da indústria calçadista em Franca, e ainda, o seu papel dentro do cenário nacional. O município tem encontrado dificuldades no desenvolvimento de sua força na economia calçadista atrelados a alta concorrência, sobretudo, nos Vales dos Sinos, Ceará, e por incrível que possa parecer, em relação à China. Franca é conhecida mundialmente pela produção de calçados masculinos, principalmente de couro, com as fábricas locais se esforçando para garantir níveis de qualidade e competitividade, e ainda contando com o apoio do governo às questões da concorrência internacional. (ABICALÇADOS, 2022)

O estudo da atividade calçadista de Franca se torna mais específico ao tentar correlacionar seus produtos ao design, seja no impacto das vendas, produção, tendências, processos, gestão ou marketing. Objetivando tornar esse estudo real, foram levantados e analisados, catalogados e o estado da arte do mercado nacional, internacional (exportação) e municipal (Franca), através do próprio sindicato do no município: SINDIFRANCA, além de entrevistas com funcionários e profissionais da área locais.

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO/PROBLEMATIZAÇÃO DA PESQUISA

Analisando o estado atual do setor calçadista no Brasil, e considerando o polo industrial de Franca em São Paulo, o presente trabalho busca nesse contexto problema levantado na pesquisa: ***Qual o impacto do design na indústria calçadista?***

1.2 DELIMITAÇÃO DO TEMA

Relação do Design com o setor calçadista em Franca, revelando a sua "simbiose", analisando a atuação e o desdobramento dos seus dados na última década com o intuito de descrever a participação e contribuição do design no impacto de suas atividades relacionadas à indústria brasileira. A partir deste contexto, indagar o que se pode esperar para o setor calçadista nos próximos anos, tanto em Franca quanto no Brasil.

1.3 PROBLEMA DE PESQUISA

O design gera real impacto na indústria calçadista? Se sim, qual é seu papel no desenvolvimento das peças dentro de Franca e como ele impacta no projeto de produtos e no setor como um todo.

2. PROPOSTA

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 OBJETIVO GERAL

O objetivo desta monografia é entender e discorrer sobre as formas com as quais o design e profissional designer se relacionam dentro de um contexto evolutivo, tanto econômico quanto social. Separando e afinando de formas até que se compreenda o real impacto, se é que ele existe, do design dentro da indústria

calçadista em Franca e seu papel dentro do nicho em proporções nacionais.

2.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conhecer as origens do polo calçadista de Franca.
- Estudar a evolução econômica, social e produtiva do setor em território municipal.
- O papel do design dentro deste contexto ao longo de sua evolução.
- Conhecer o atual estágio da produção de Franca.
- Raciocinar sobre as perspectivas estratégicas.
- Apresentar uma trajetória clara de pesquisa.
- Entender o impacto nacional deste pólo calçadista.

2.2. JUSTIFICATIVA

A indústria calçadista brasileira encontra-se no topo da pirâmide de produção do ocidente, com um poderio econômico em pelo menos dez estados nacionais com destino de exportação para mais de 160 países (Relatório Setorial: INDÚSTRIA DE CALÇADOS. ABICALÇADOS).

Tendo isso em vista, é fácil compreender a importância de um estudo sistemático deste setor, pois é notório seu impacto nacional na economia, gerando mais de 40 mil empregos no ano de 2022 de acordo com a pesquisa do MTE (Ministério do Trabalho e Emprego) e dando oportunidades a milhares de famílias de se sustentarem por meio deste nicho tão promissor.

Com o foco em Franca-SP, pois é onde se encontra o maior polo de produção de calçados masculinos do Brasil, tornando-a um ótimo estudo de caso para com impacto da mesma no setor nacional, assim como o setor em si para todo o contexto econômico e social no país.

Em mente esse contexto, pode-se analisar e discorrer sobre o papel de um profissional em específico neste ramo: o designer. Podendo trabalhar desde o

desenho e a imaginativa silhueta destes calçados, até mesmo dentro do trabalho comercial com o marketing, ou quem sabe dentro da gestão e produção do produto. Seja em estudos ergonômicos, em materiais ou no desenvolvimento em todas as etapas, o design está presente desde o conceito inicial ao caminhar do cliente final. *Porém, será que realmente funciona desta forma? Qual será realmente o papel do designer e seu real impacto no despontar e no desenvolvimento destes produtos?* É de extrema importância entender o papel dos profissionais dentro de um ecossistema tão complexo e como eles podem ser responsáveis por uma mudança, crescimento e desenvolvimento da indústria, criando uma relação entre Franca e o possível impacto que esses profissionais do design sejam responsáveis.

2.3 MÉTODOS E PROCEDIMENTOS

Com uma pesquisa orientada a entender os pontos gerais da indústria, para depois afunilar e compreender sistematicamente em específico na cidade de Franca, no primeiro momento, através de um matriz swot para entender qual o foco necessário para dar ao estudo, além de suas forças, fraquezas, oportunidades e desafios; e à posteriori , realizar um levantamento de dados, seguido de uma pesquisa com quem lida diretamente com as situações adversas, questionando pontos de interesse e investigando um agente que permita ter uma breve noção de como são as vivências dentro de uma fábrica de calçados no meio de Franca. Com base nesta experiência e observações, uma constatação pessoal do desenvolvimento, evolução e impacto do design na indústria de calçados na cidade será realizado para averiguar suas formas e tamanhos no meio do ecossistema nacional através do método indutivo. (Gil,2002)

Imagem 1: Matriz Swot

Matriz Swot



(AUTOR,2023).

2.3.1 CARACTERIZAÇÃO METODOLÓGICA

Com a necessidade de trazer um estudo sistemático para incentivar estudantes e entusiastas para a área de designer de calçados, houve a necessidade de buscar

informações através de anuários, artigos científicos e informações internas de sindicato (Sindifranca-SP), a fim de entender o processo, gestão, função e impacto do design dentro da produção de sapatos em Franca. Essa opção caminha no sentido da universalização e democratização do saber, da valorização do design, e estudos investigativos da formação profissional.

2.3.2 METODOLOGIA

Quanto a Abordagem - caracterizado por uma visão Quantitativa, abordada por dados e coletas de informações estatísticas e também por uma abordagem qualitativa, desenvolvida pela qualificação dos dados coletados durante a análise do problema. Análise da pesquisa desenvolvida em um primeiro momento, onde por meio de levantamento de dados, desenvolveu-se uma pesquisa quantitativa que visava transformar números em informações prévias, para serem aplicados em entrevistas com atores internos do meio calçadista de Franca, e com isso por meio de reflexão sobre as respostas obtidas e também pelo roteiro de entrevista com questões abertas, visou-se o questionamento sobre certas relações como: o surgimento da empresa, processos e desenvolvimento de produtos, inspirações, relação do design com o marketing e varejo, envolvimento do design nas etapas, início do investimento em profissionais de designer e planos futuros. Tudo com o objetivo de entender o papel do design no contexto, e qual proveito se pode obter tendo um investimento no âmbito e na pessoa de um designer profissional.

Quanto ao método - Caracterizado por uma execução Dialética, fazendo jus a pesquisa qualitativa e considerando que os fatos não podem ser retratados fora do contexto de Franca e suas relações com o território, indo além de novas relações e correlações que podem indicar soluções do problema. O processo de pesquisa se deu também através do Método Indutivo, por base na estratégia de observação de Francis Bacon e experiência no campo de gestão que Brigitte Mozota traduz muitas vezes em seu livro: "Gestão do Design", com avaliações por meio de pesquisas quantitativas uma percepção da realidade a fim de fazer levantamentos a serem estudados e descrito. (Mozota, 2010)

Quanto ao tipo de pesquisa - Se deu ao nível Básico, observando o conhecimento existente e os fenômenos de novos avanços setoriais e seus impactos no contexto local e

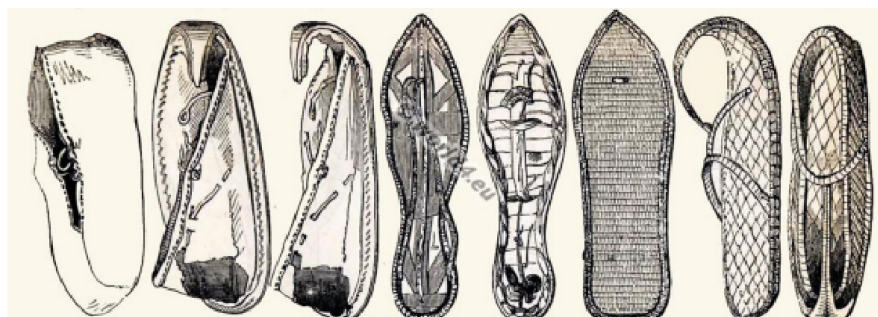
nacional. Parte da pesquisa se deu pelo procedimento de caráter bibliográfico, elaborado a partir de textos e artigos publicados, disponíveis e fontes idôneas, além do investimento direto em um Estudo de caso envolvendo uma empresa emergente no município de Franca.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

3.1. História

De acordo com registros históricos, as sandálias foram os primeiros sapatos a serem criados, muito pela sua simplicidade de desenvolvimentos. Os registros mais antigos conhecidos datam do período Neolítico de aproximadamente 8000 a.C, achados no estado de Oregon, nos Estados Unidos (LIFESTYLE BIPS, 2013) Com o avançar e evolução da humanidade, mais sandálias foram surgindo. Murais egípcios que datam de 4000 a.C.. Mas não só os egípcios eram adeptos a este calçado, sendo usadas por muitos outros povos, levando a uma grande variedade de modelos, formas e materiais: na China e no Japão era utilizada madeira e palha de arroz, intuindo e referenciando a criação da nossa famosa sandália Havaianas. (HAVAIANAS, 2022); Na Índia usava-se madeira, enquanto na América do Sul usavam folhas de sisal para fazer cordéis. (Imagem 2 e Imagem 3)

Imagem 2: Calçados ilustrados em History of Costume and Fashion (2013) Sandálias e sapatos encontrados no Egito Antigo.



Retirado de <http://world4.eu/ancient-egypt-shoes/>

Imagem 3: Sandálias de casca de artemísia.



Retirado em : <https://clinicaecirurgiadope.com.br/historia>.

Podemos perceber que as vestimentas acompanharam as mudanças do mundo cada vez mais "civilizado", fazendo com que novos calçados fossem aparecendo. Como por exemplo o primeiro calçado grego, que consistia em uma bota de couro bovino amarrada ao tornozelo, com tiras cruzadas. No período da Era Cristã, o povo grego usava sandálias, porém, estas eram exclusivas da aristocracia e dos militares. Já no período da Grécia clássica, houve um aumento significativo do número de cidadãos, e novamente, a "hierarquia social" é quem ditava o que se usava nos pés, sendo os escravos aqueles que andavam descalços. Começou nessa época também uma tendência para que os calçados femininos fossem mais coloridos e chamativos, com adornos que mostravam sua classe social, antes sendo mais discretos e eram tampados pelos seus vestidos, agora os sapatos se tornam efetivamente um acessório comum ao dia a dia (McDOWELL, 1989).

Em seguida, com os Romanos os calçados apresentavam, herdados dos povos gregos, uma certa elegância. Além das sandálias, usaram uma grande variedade de calçados, desde botas, a sapatos de pele (imagem 5). Modelos distintos que trouxeram de outros povos após suas conquistas e dominações territoriais. Assim como na Grécia, o povo romano passou a ter os sapatos em seu lugar de destaque, pois indicavam o sexo e a classe social de quem os vestiam, e variavam de acordo com suas funções, sejam militares ou civis. *As mulheres usavam sapatos fechados, os Calcei Muliebres, de cores pastel e com ornamentos como pedras preciosas e pérolas. (...) Os nobres usavam calçado de cor vermelha - Calcei Patrici ou Calcei Mulleus - enquanto os senadores usavam o mesmo tipo de calçado mas de cor negra - Calcei Senatori.*” (McDOWELL, 1989).

O profissional responsável pelo ofício do desenvolvimento dessas peças na Roma antiga, o Sapateiro, era muito bem visto na sociedade Romana, e foram os romanos quem primeiro moldaram a sola e a gáspea, sendo essa, talvez a primeira vez que temos um registro do que poderia ser considerado um “avô do designer de calçados” atual. Um bom sapateiro era bem valorizado e disputado, sendo esses os responsáveis pelas vestes que mostrariam a força de um nobre, dando a entender que de certa forma, impactando já nessa época, a economia e política local, mesmo que indiretamente (LAVIER, 2002).

Já durante a Idade Média (500 d.C a 1500 d.C), paralelamente a queda do grandioso Império Romano. várias comunidades começaram a se fixarem e se desenvolverem em regiões para se consolidarem. Durante a Idade Média, por centenas de anos, as vestes e sapatos do povo da Europa, teve inspirações do até então, recente Império Romano, sendo estes normalmente feitos de pele rija amarrados ao tornozelo. Já no extremo norte da Europa, o calçado continha pêlo no interior e prendiam na perna. Essa simplicidade se manteve até o momento em que os pequenos povos europeus isolados começaram a consolidar-se em reinos mais firmes e grandiosos, o comércio, os meios de produção e as tecnologias começaram a se desenvolver, paralelamente com os reis enviando cavaleiros as Cruzadas na tentativa de recuperar a Terra Santa no Oriente Médio, fazendo com que esses soldados fossem expostos a outras modas de calçado no Império

Bizantino. Com essa mistura de fatores, uma variedade ainda maior de projetos de calçados passou-se a ser vistos e diferentes modelos e opções surgiram (RODRIGUES,2010 e McDOWELL, 1989).

Durante o período da Idade Média, tendo terminado essa sua soberania durante o Renascimento, onde os calçados eram feitos praticamente com pele e madeira, sendo fáceis de fazer e bastante resistentes. Nesta época, os sapatos dos nobres não eram nada práticos. Homens e mulheres usavam sapatos que destacavam o conceito de poder e moda, repletos de extravagâncias em vez do conforto ou usabilidade. Porém, há de se notar um caso curioso neste momento, Os sapatos mais caros e “nobres” vinham com entraves que combinavam com toda a estética, sendo desenvolvidos para criar uma superfície reta e plana entre a sola e o salto, com o intuito de reduzir as chances do salto enterrar-se na lama. Sendo a primeira vez que vimos uma necessidade de usabilidade se misturar com a preocupação estética, sendo por entre pequenas linhas e de forma muito generalizada, a função de um designer de calçados moderno (RODRIGUES,2010).

Imagem 4: Sapato medieval pontudo,os *crakows*.



Imagem retirada do
<https://aventurasnahistoria.uol.com.br/noticias/almanaque/por-que-os-sapatos-medievais-eram-pontudos.phtml>

Imagem 5: Sapatos de salto alto renascentista



Retirado da:

<https://areademulher.r7.com/curiosidades/quem-inventou-o-salto-alto/>

Imagem 6: Sapato de salto alto moderno



Retirado da:

<https://www.caliitta.com/br/calçados/calçados-femininos/sandalias-femininas/sapato-feminino-veludo-vermelho-salto-fino-alto-bota-festa-e-balada-1248.htm>

Durante a Revolução Industrial, com a industrialização e a criação de novas máquinas e meios de produção em larga escala, com construção de ferrovias e canais marinhos através da Europa e da América, criando mercados mais vastos e a interação multicultural em nível internacional. Em relação aos calçados, os estilos de calçado dos homens eram mais visíveis, já as mulheres, com os vestidos mais, novamente voltaram a esconder os sapatos da vista (ROLO,2014).

3.2. No Brasil

As primeiras fábricas de calçados do Brasil surgiram no sul do país durante a Guerra do Paraguai com o intuito de produzir botas com coturnos de couro para os soldados (Infoescola, Emerson Santiago, 2012). Hoje encontra-se como o quinto maior produtor do mundo no ramo, o maior fora do continente asiático, com mais 250 mil postos de trabalho espalhados em 600 cidades, a indústria brasileira exporta para mais de 160 países, com foco para os Estados Unidos que importou

228 milhões de pares dos mais 900 milhões que foram exportados em 2021, tendo a Argentina com expressivos 115 e a França com 68. Com isso, a indústria gerou mais de 25 milhões de empregos em 2021 e com uma expectativa de pelo menos 28 milhões em 2022. Neste cenário, em específico, o município de Franca em São Paulo, considerada a capital do calçado no Brasil com cerca de 40 mil empregos gerados pelo setor, apesar de ter tido uma queda histórica a partir de 2019 e tendo a tendência a perder o posto para o Vale dos Sinos no sul do país (SINDIFRANCA, 2022).

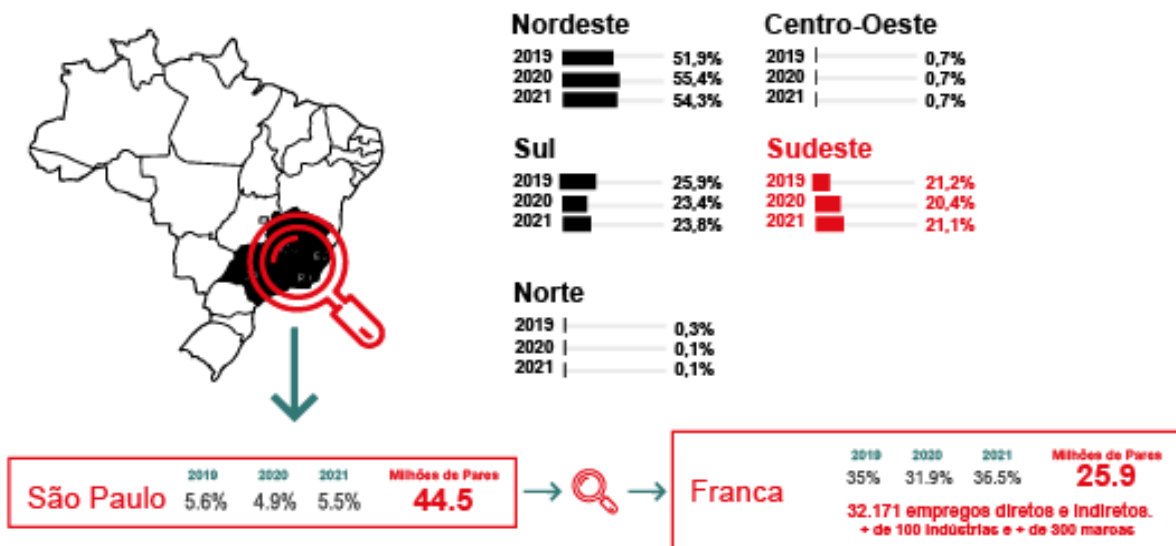
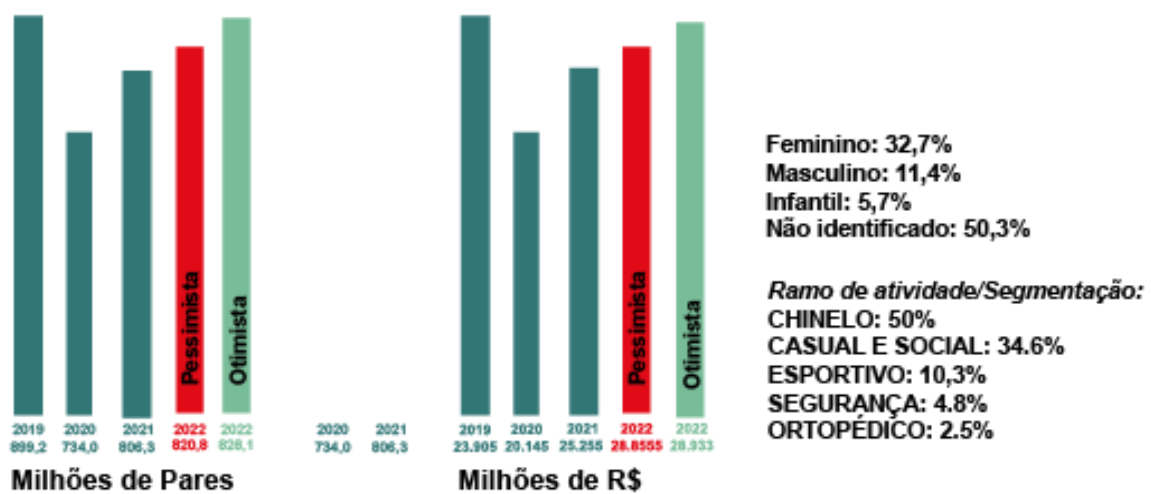
Sem dúvidas, a maior parte dos calçados produzidos no Brasil ficam por conta dos chinelos, representando 50% da produção, seguidos pelo casual com 34.6% e esportivos com 10.3%, sendo o nordeste a região com maior número de entregas, com o Ceará responsável por pelo menos 198 milhões nos últimos 3 anos, tendo a cidade de Sobral como destaque com 63,3% da produção total do estado. Logo em seguida vem o Rio Grande do Sul, onde se encontra o Vale dos Sinos responsável por 46,9% com 167,5 milhões de pares e Paraíba com 148,5 sendo a somente a cidade de Campina Grande tendo 97,2%. Da produção destes calçados nota-se que em 2022, a maior parte foi produzida utilizando materiais como o plástico e a borracha, sendo estes responsáveis por 53,9% da produção interna, enquanto o laminado sintético fica logo em seguida com 22,1% , com o couro em terceiro com 17%. Já ao analisar em relação ao público, nota-se que o maior número dos produtos são destinados aos calçados femininos, com este tendo 32,7% da produção destinada a ele, enquanto os masculinos são identificados com 11,4%, os infantis com 5,7%, porém, um total de 50,3% não foi identificado, tendo a necessidade de uma pesquisa mais aprofundada para entender melhor esse comportamento, inclusive pretendo estudar e compreender o que leva uma pessoa de cada público a comprar um tênis ou qualquer tipo de sapato (ABICALÇADOS, 2022).

Tendo em vista o gráfico em questão (imagem 8), é fácil compreender que apesar do queda no ano de 2020, seja na produção de calçados ou na arrecadação monetária, nota-se que o setor possui tamanha força estrutural no contexto nacional (e internacional quando falamos em exportação), é justo alegar que apesar de um momento complicado, muito devido aos tempos pandêmicos devido

ao Covid-19 (como mencionado por Sérgio Roberto Knorr Velho, para revista Tecnicouro em 25 junho de 2020), a resiliência e a conexão com um mundo mais digital permitiu a recuperada em 2021 e a retomada do crescimento em 2022. Muitas empresas se renovam nesse tempo, novos projetos e silhuetas foram abordadas em território nacional, permitindo um público mais diversificado dentro do país, são novos tempos, e essa revisão tornou-se necessária.

Imagem 7: Gráfico demonstrativo

Produção Nacional de Calçados:



AUTORIA PRÓPRIA COM BASE NOS DADOS SETORIAIS

É afirmativo dizer que o público feminino ainda é o mais disposto a adquirir maior quantidade de calçados, de acordo com o site Pés sem Dor, mulheres com um salário maior do que R\$7.000 tem média 15 pares de sapatos em seu armário, enquanto o público masculino com mesmo valor de caixa mensal, chega a no máximo 7 pares. Apesar do gráfico da imagem 8 demonstrar que existe um público não identificado correspondente a metade desses usuários, é justo afirmar por tudo isso que o público mais fiel ainda é o feminino.

Ainda em relação à imagem 8, pode-se criar um diálogo no que diz respeito aos tipos de calçados mais vendidos. Os chinelos correspondem a metade do mercado, muito provavelmente devido aos seus baixos custos de aquisição e também ao fato do Brasil ser um país tropical, que tende-se a ser cômodo usar esse tipo de vestimenta. Porém, vale salientar que não é 50% das pessoas que se observa pelas ruas, em seus trabalhos e escolas usando chinelos, geralmente é algum outro tipo de sapato fechado, como um tênis por exemplo, o que permite a alegação por meio de análise pessoal e indutiva, que geralmente, quem possui calçado, possui também em casa um chinelo, valorizando ainda mais este produto. Logo em seguida dos casuais e sociais, e em terceiro os esportivos. É interessante discutir as mesclas destes padrões, que dificultam a distinção precisa entre os mesmos. Um artigo realizado pelo fisioterapeuta, professor universitário e maratonista, Alexandre Rosa, em parceria com a jornalista Tatyara Figueró para a *my best brasil*, elencaram os 10 melhores tênis casuais para se usar durante o dia, seja para trabalho, escola, faculdade ou até mesmo para passeio, dentre os 10 ditos “sapatos casuais”, pelo menos 7 possuem uma veia esportiva atrelada a eles, seja em tecnologia aplicada ou nas marcas que são reconhecidas pelas suas relações ao mundo desporto. Além disso, um projeto de calçado, sob o ponto de vista de um design ergonômico, tende-se a pensar em suas silhuetas como ortopédicas, tanto para saúde do usuário, quanto para quaisquer consequências jurídicas que isso possa acarretar. Em teoria, um sapato casual, apesar de ligado aos esportes, foi criado para ser usado no dia a dia. Por isso, seu foco é na estética e no conforto (FIGUERÓ E ROSA, 2022), e não exatamente em suas tecnologias, como ocorre quando se avalia um calçado para

atividades físicas. É interessante notar que tende-se a separar em setores esses produtos, um calçado esportivo é classificado como tal apenas aqueles que servem para fazer academia, jogar uma partida de vôlei ou correr alguns quilômetros, já o ortopédico são os que vêm acompanhados de alguma receita médica, enquanto os casuais geralmente aqueles para o uso diário. Mas no fim, eles acabam todos sendo uma amálgama com relação intrínseca entre os mesmos.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO

O design de calçado tem crescido e evoluído, seja tecnologicamente, financeiramente, popularidade, socialmente e principalmente em necessidade. O designer pode trabalhar desde o esboço, passando pelo projeto, a gestão, até mesmo alinhado ao marketing, seja na alta costura, streetwear, esportes, caminhada, exterior, praia, trabalho e/ou mercados ortopédicos. Este profissional regularmente trabalha dentro de uma equipe no desenvolvimento de todos os aspectos citados (ANDERSON,2020).

Ao se focar em Franca como é o intuito deste trabalho, percebe-se uma série de características como por exemplo: Não existem muitos designers internos dentro das empresas de acordo com a diretora de Marketing da empresa Savelli Calçados: Priscila Amaral. Muitas, são comprados projetos terceirizados dos quais esses são vendidos para diversos clientes dentro do polo de Franca, o que acaba acarretando em silhuetas iguais, além de muitas das fábricas do município comprarem produtos dos mesmos fornecedores, além de procurarem as referências em território europeu, novamente dificultando a individualidade das mesmas (AMARAL,2022).

4.1 Elementos Avaliados

4.1.1 Coleta e critérios de avaliação

Imagem 8: Processos



Fonte: Autor

4.2. Savelli Calçados

O estudo de caso da marca Savelli Calçados, foi concedido pela empresa e os dados citados e relatados, sendo este fruto dessas informações desenvolvidas a partir de uma entrevista e aproximação concedida pela Sra. Priscila Amaral, atual diretora de marketing da empresa.

De acordo com a diretora, quando a fábrica começou, no ano de 2005 o próprio fundador era responsável pelo desenvolvimento das peças, ele tinha formação como modelista, a fábrica foi crescendo e precisou de outros profissionais para auxiliá-lo, tendo em vista que passou a ter funções mais administrativas. A empresa ainda mantém a cultura de modelistas como contratados dentro das empresas, porém, regularmente contrata designers terceirizados para produção de suas coleções, tendo em vista que não possui internamente um profissional formado.

A fábrica atualmente é uma marca que busca lançar tendência, porém, nem sempre foi assim, quando começaram trabalhava-se por demanda do cliente. Quando tomou-se a decisão de se deixar de apenas ser uma fabricante para almejar se tornar uma marca reconhecida, foi aí que começaram a desenvolver seus produtos com o apoio de designers terceirizados junto a seus modelistas. Atualmente, eles apresentam suas coleções e os clientes interessados buscam por seus produtos, os clientes não estão atrás de demandas, mas sim, de novidades, fazendo com que a Savelli fique a frente dos seus concorrentes que apenas copiam, e isso vem mostrando resultados cada vez mais positivos, seja

financeiro ou de visibilidade, além de individualizar e criar uma estética com assinatura própria. Esse ano contratou uma estilista formada em moda para desenvolver uma coleção. *"União de cabeças :estilista + funcionários que sabem o que vende, as cores que fazem sentido para a marca".*

Porém, não são todas as coleções que recebem esse tratamento, muitas vezes, a Savelli funciona como a maioria dos casos em Franca: os diretores vão até a Europa, fazem pesquisa, experimentam e usam produtos europeus para referência.

Atualmente, o setor de marketing está estruturado há 5 anos. Para Priscila, é importante que Marketing, vendas e desenvolvimento andam juntos. Além disso, existe um projeto de criar uma área de desenvolvimento interno nos próximos 5 anos, com designers, estilistas, pesquisa de mercado e engenheiros para dar um passo ainda mais alto na qualidade e individualidade dos produtos, tendo seu alcance aumentado e uma visibilidade de marca evoluída.

Imagem 9: Tênis Florence
Casual em Couro Floater Pinhão Savelli



Retirado em <https://www.savellicaldados.com.br/>

Imagem 10: Tênis Masculino Detroit em Couro Branco/Alvejado Savelli. Exemplo de Tênis que se destaca por se diferenciar no meio do padrão de Franca.



Retirado em <https://www.savellicalcados.com.br/>

4.2 Designer de calçados

Para um designer no setor calçadista ter consciência dos looks chaves para a estação, tendências, e o que está a acontecer globalmente, assim como ter conhecimento do que a concorrência anda produzindo é de extrema importância.. Uma equipe em Franca para produzir uma coleção, dependendo do tamanho da marca/empresa/fábrica pode ser formada por um designer de calçado, modelista, assistente, técnico de calçado, gerente de produção e pela equipe de marketing (ABICALÇADOS, 2022). Essa equipe de design trabalha alinhada com fábricas de solas, saltos, cadarços e outros componentes. No projeto, não se pode deixar a ergonomia de lado, é necessário especificar as proporções corretas do pé em relação à silhueta. O desenho técnico deve mostrar o calçado de vários pontos de vista, mostrando as decorações no couro e apresentando as texturas. Um conhecimento do método produção e os materiais usados é de extrema importância, no caso de Franca, é mundialmente conhecida como a capital nacional do couro, sendo famosa principalmente pelas peças produzidas neste material. Ao chegar em um ou mais designs são , uma ilustração renderizada, com amostras do couro e também dos aviamentos utilizados. Com o projeto em mãos, é necessário agora produzir um protótipo para ver se o design está em sua forma real. De acordo com a designer de calçados veganos, Sydney Brown, as habilidades necessárias para ser um designer no setor de calçados são:

- Analisar tendências, em cores, silhuetas, materiais, texturas e formas;
- Domínio em esboços, seja usando CAD ou as mãos;
- Desenvolver protótipos e amostras;
- Boa comunicação para orientar a produção e pedir demandas para fornecedores.

O Design deve ser prático, cuidadosamente feito, de olho no usuário e apoiando negócios, comércio, marketing, comunicação e causas.

5. CONCLUSÃO

Por tudo isso, pode-se afirmar que investir em design é uma importante ferramenta no diferencial de uma empresa para com a inovação de produtos levando ao aumento do poder competitivo de uma marca. O setor calçadista em Franca é historicamente importante, porém, culturalmente grande parte das fábricas não tem o investimento adequado na área de desenvolvimento, preferindo terceirizar e comprar projetos prontos ou usando moldes já existentes (AMARAL, 2022).

Segundo McDowell (1989), o design de calçados vem da necessidade, que resulta em mudanças, e o estímulo pelo desejo de se ter algo diferente. Ao investir em design, empresários podem proteger os produtos contra imitações, aumentar seu público e valorizar a marca, tal como a Savelli Calçados, mencionada anteriormente, pretende fazer ao longo de 5 anos.

Para o setor de calçados, investir em design é fundamental para atingir seu real potencial. O desenvolvimento de um calçado deve levar em conta princípios ergonômicos, estéticos e funcionais de forma geral, além de que se relaciona com os valores do seu usuário, realizações de desejos, satisfações, ambições e experiências. A maneira de se vestir faz com que o design se torne uma linguagem que transmite uma mensagem, sendo um espelho que contextualiza o usuário e quem ele é. Somente através do design e seus processos, é possível aplicar aos calçados de forma sistemática, referência e

conceitos que agregam um produto individualidade, incorporando meios de inovação, como novas formas, combinações, confortabilidade, silhuetas e uso de materiais (STEFANI, 2005).

O design torna-se um veículo social que atende fatores tecnológicos, criativos, ergonômicos e econômicos. Que leva em conta aspectos simbólicos, que alinhados à criatividade, referências e experimentações, permitem criar calçados, com uma série de valores agregados e significados. Com isso conclui-se que a utilização de métodos e processos de design são essenciais no setor, seja na indústria, seja no comércio, seja para com o usuário final.

Franca ainda caminha para ter mais originalidade em relação às criações de suas peças, tendo em vista que muito se inspira em modelos europeus. Torna-se necessário o exercício da experimentação como elemento fundamental para a criação de uma tendência inovadora (Imagens 9 e 10). Como visto anteriormente, Franca apesar de estabelecida, deve buscar seu diferencial no mercado, principalmente de forma interna, com uma demanda para repensar a silhueta dos seus calçados e também a preocupação em incorporar um fazer mais autoral em cada um de seus projetos.

REFERÊNCIAS

ABICALÇADOS, ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE CALÇADOS (Brasil). Relatório Setorial: INDÚSTRIA DE CALÇADOS. ABICALÇADOS

ABICALÇADOS, ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE CALÇADOS (Brasil). Relatório Anual de Atividades: 2021 ABICALÇADOS

ALMEIDA, Ariana de Camargo Villela Rocha; EMIDIO, Lucimar de Fátima Bilmaia. A Evolução da Calça Jeans e do Comportamento do Consumidor: uma reflexão como parâmetro para a concepção do produto. Projética, Londrina, v. 3, n. 2, p. 72-87, dez. 2012.

ANDRADE, Natalie Rodrigues Alves Ferreira de. O design de moda e o desenvolvimento dos calçados femininos no polo de Franca - SP. 2012. 212 f. Dissertação (Mestrado em Design) - Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2012.

"A Regulação Das Relações De Trabalho Na Terceirização Da Indústria De Calçados De Franca." Revista Mediações 16.2 (2012): Revista Mediações, 2012, Vol.16 (2). Web.

BEST , Kathryn. Fundamentos de Gestão do Design. 1. ed. [S. l.]: Bookman, Julho 2012. 208 p. ISBN 978-8540701465.

Componentes de calçado Campos, M. (2011) Anatomia do sapato - <http://sabrinasepodearroz.blogspot. pt/2011/07/anatomia-do-sapato.html> (visitado em janeiro 2015)

DESIGN - Gestao, Metodos, Projetos, Processos. 1. ed. [S. l.]: Ciência Moderna, Janeiro 2007. 208 p. ISBN 8573935812.

GIL, Antônio Carlos. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas

S.A, 2002. 176 p. v. Único. ISBN 85-224-3169-8.

HAVAIANAS. Havaianas: espalhando o espírito brasileiro desde 1962. *In:* Havaianas: espalhando o espírito brasileiro desde 1962. 1. ed. 2022. Disponível em: <https://havaianas.com.br/historia-da-marca.html>. Acesso em: 10 dez. 2023.

O'Keeffe´ Linda, .Sapatos: Uma Festa de Sapatos de Salto Sandalias Chinelos. 1. ed. [S. l.]: LANDY - ESCRITURAS, 1996. 512 p. v. Único. ISBN 3829043945.

LAYER, James. A roupa e a moda: uma história concisa. São Paulo: Cia. da Letras, 2002.

Lifestylebyps (2013, 25 de novembro) History of shoes - <http://visual.ly/history-shoes-1> (visitado em janeiro de 2022)

MAPEAMENTO da cadeia produtiva coureiro calçadista de Franca/SP e região. IEMI (Instituto de Estudos e Marketing Industrial) e SINDIFRANCA. Fevereiro de 2011.

McDOWELL, Colin. Shoes: fashion and fantasy. Londres: Thames & Hudson, 1989.

MOZOTA , Brigitte. Gestão Do Design. 1. ed. [S. l.]: Bookman, Outubro 2010. 344 p. ISBN 978-8577807826.

NAVARRO, Vera Lúcia. A produção de calçados de couro em Franca: a reestruturação produtiva e seus impactos sobre o trabalho. 1998. Tese (Doutorado em Sociologia) – Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista, Araraquara

Prazeres, Taísa Junqueira, and Vera Lucia Navarro. "Na Costura Do Sapato, O Desmanche Das Operárias: Estudo Das Condições De Trabalho E Saúde Das Pespontadeiras Da Indústria De Calçados De Franca, São Paulo, Brasil." *Cadernos De Saúde Pública* 27.10 (2011): 1930-938. Web.

Rocha, Luis Fernando Campanella. "O Design Para Calçados Masculinos E a Modernidade." *Ciência E Cultura (São Paulo)* 62.2 (2010): 30-33. Web.

RODRIGUES, NATALIE. Design de Calçados: Do processo criativo à produção. 1. ed. Faculdade de Tecnologia de Franca: Ciência et Praxis, 2010. 8 p. v. Único.

ROLO, Margarida. Design de Calçado: do processo criativo à produção. *In*: ROLO, Margarida. Design de Calçado Do processo criativo à produção. 2014. Artigo (Graduação) - Universidade Técnica de Lisboa, [S. l.], 2014. p. 127.

Sampaio, José Eudázio Honório, and Edilson Alves Pereira Júnior. "O Sistema Industrial Localizado De Calçados De Franca (SP) E Sua Nova Configuração Urbano Regional." *Espaço E Economia* 14 (2019): Espaço E Economia, 2019 (14). Web.

SOARES JUNIOR, G.; BATISTA, F. E. A.; SCHEMES, C. Ergonomia, moda e vestuário: uma análise sistemática de artigos publicados em periódicos brasileiros. *Moda palavra e-periódico*, Florianópolis, v. 15, n. 37, p. 10-66, 2022. DOI: 10.5965/1982615x15372022010. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/21753>. Acesso em: 3 jan. 2023.

STEFANI, Patrícia da Silva. *Moda e Comunicação: a indumentária como forma de expressão*. Juiz de Fora: UFJF, FACOM, 2. sem. 2005, 90 fl. mimeo. Projeto Experimental do Curso de Comunicação Social.

FIGUERÓ, Tatyara; ROSA, Alexandre. Top 10 Melhores Tênis Casuais Masculinos em 2022 . <https://mybest-brazil.com.br/20435>, 2022. Disponível em: <https://mybest-brazil.com.br/20435>. Acesso em: 11 jan. 2023.

VELHO, Sérgio. Os efeitos da pandemia do Covid-19 sobre o setor calçadista. *Tecnicouro*, 2020. Disponível em: <https://www.tecnicouro.com.br/post/os-efeitos-da-pandemia-do-covid-19-sobre-o-setor-cal%C3%A7adista>. Acesso em: 4 jan. 2023.