

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO  
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA**

**DALCIRA VIEIRA SILVA**

**Informação Especializada:** um estudo acerca da cadeia produtiva gaúcha do calçado social feminino de couro.

**PORTO ALEGRE  
2010**

DALCIRA VIEIRA SILVA

**Informação Especializada:** um estudo acerca da cadeia produtiva gaúcha do calçado social feminino de couro.

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Biblioteconomia pelo Curso de Biblioteconomia da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Profa. Dra. Ana Maria Mielniczuk de Moura, CRB-10/1150.

Co-orientadora: Profa. Me. Jussara Pereira Santos, CRB-10/9.

PORTO ALEGRE

2010

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

Reitor: Prof. Carlos Alexandre Netto

Vice-Reitor: Prof. Rui Vicente Oppermann

FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO

Diretor: Ricardo Schneiders da Silva

Vice-Diretora: Regina Helena Van Der Lann

DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO

Chefe: Ana Maria Mielniczuk de Moura

Chefe-Sustituta: Helen Beatriz Frota Rozados

COMISSÃO DE GRADUAÇÃO DO CURSO DE BIBLIOTECONOMIA

Coordenadora: Gloria Isabel Sttamini Ferreira

Vice-Coordenadora: Samile Andréa de Souza Vanz

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação – CIP

S586i Silva, Dalcira Vieira

Informação Especializada: um estudo acerca da cadeia produtiva gaúcha do calçado social feminino de couro / Dalcira Vieira Silva. -- orientação Ana Maria Mielniczuk de Moura; co-orientação Jussara Pereira Santos. – Porto Alegre, 2010 – Monografia (graduação). – Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

1. Fontes de Informação Especializada. 2. Calçado social feminino de couro. I. Moura, Ana Maria Mielniczuk de. II. Santos, Jussara Pereira III. Título.

CDU 02:391

Departamento de Ciências da Informação

Rua Ramiro Barcelos, 2705

Bairro Santana - Porto alegre – RS

CEP 90035-007

Telefone: (051) 3316-5067

E-mail: [fabico@ufrgs.br](mailto:fabico@ufrgs.br)

**DALCIRA VIEIRA SILVA**

**Informação Especializada:** um estudo acerca da cadeia produtiva gaúcha do calçado social feminino de couro.

**Banca examinadora:**

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Ana Maria Mielniczuk de Moura  
Departamento de Ciências da Informação – UFRGS

---

Prof<sup>a</sup> Me. Jussara Pereira Santos  
Departamento de Ciências da Informação – UFRGS

---

Prof<sup>a</sup> Me. Martha Eddy Krummenauer Kling Bonotto  
Departamento de Ciências da Informação – UFRGS

---

Prof<sup>a</sup> Me. Maria do Rocio Fontoura Teixeira  
Departamento de Ciências da Informação – UFRGS

## AGRADECIMENTOS

Este espaço é para registrar o respeito e admiração que sinto pelos professores que estiveram sempre presentes em minha trajetória acadêmica, incentivando e apoiando esta caminhada.

Às minhas orientadoras, Profa. Dra. Ana Maria Mielniczuk de Moura e Profa. Me. Jussara Pereira Santos agradeço o cuidado, atenção, paciência e incentivo que me foram dedicados durante o decorrer deste estudo, o qual foi permeado por dúvidas, dificuldades no encontro de material apropriado, por uma inestimável perda familiar que quase me fez desistir e, se não fosse pelo especial carinho da Professora Jussara, provavelmente é o que teria acontecido. A ambas meu profundo respeito, admiração e agradecimento por confiarem e acreditarem em minhas possibilidades e potencialidades.

Às Professoras Mestres Martha Eddy Krummenauer Kling Bonotto e Maria do Rocio Fontoura Teixeira que tão gentilmente concordaram em fazer parte da Banca, meu muito obrigada.

Agradeço, de forma muito especial a meu esposo Luiz e minhas filhas Melissa, Vanessa, Fernanda e Bibiana que me “empurraram” para a faculdade quando eu achava que já era tarde demais e também pela paciência nos momentos de nervosismo e impaciência por não conseguir encontrar o material adequado ou a palavra correta.

Agradeço profundamente a todos os estilistas que tão gentilmente colaboraram com a execução deste estudo e, de modo muito especial, a Profa. Esp. Ida Helena Thõn, Coordenadora do Museu Nacional do Calçado e Prof. Me. Luis Carlos Robinson, do Centro de Design da Feevale que colaboraram sobremaneira com a realização deste trabalho. Enfim, a todos que de alguma forma me ajudaram nesta caminhada meu muito obrigada.

*Enfim, minha visão é de que as pessoas ditam os calçados, não de que os calçados ditam outros calçados. Para entender o que é criar é preciso entender o comportamento do ser humano, o que talvez seja o mais inconsistente dos fenômenos naturais.*

*Renan Becker, 2010*

## RESUMO

O estudo das cadeias produtivas associado à identificação de fontes de informação tem se mostrado um instrumento valioso para o bibliotecário especialmente quando este desempenha suas atividades junto a empresas especializadas. O setor calçadista, objeto deste estudo de caráter exploratório, foi analisado a partir das várias fases ou etapas que compõem sua cadeia produtiva para que seu conhecimento permitisse a associação de fontes de informação especializadas a cada uma. Como delimitação do estudo foi escolhido o calçado social feminino de couro e a pesquisa sob a forma de estudo de caso focou o setor no Rio Grande do Sul. Foi realizada, igualmente, extensa busca bibliográfica para composição do referencial teórico e levantamento das fontes de informação quer pessoais, institucionais e bibliográficas em qualquer suporte. A busca de informações por meio de contatos com pessoas do setor levou à identificação das fontes de informação utilizadas pelos profissionais do calçado, focada no segmento calçado social feminino de couro, cumprindo-se assim um dos principais objetivos deste Trabalho de Conclusão de Curso. O documento apresenta um mapa dos repositórios informacionais existentes, em qualquer suporte, voltados à indústria do calçado de couro e disponibiliza este mapeamento aos estilistas e fabricantes. Conclui que o potencial informativo existente e disponível para utilização dos atores da cadeia produtiva do calçado de couro não é devidamente aproveitado pelos profissionais estilistas desta cadeia produtiva cabendo aos bibliotecários um trabalho de capacitação na utilização destes recursos

**Palavras-chave:** Fonte de Informação. Calçado de Couro. Cadeia Produtiva. Indústria do Calçado.

## ABSTRACT

The study of supply chains combined with the identification of information sources information has proved a valuable tool for librarians, especially when this professional works in specialized companies. The footwear industry, which is focused in this exploratory study, was analyzed according to the many steps or phases that compose this supply chain, so that it could be associated with the specialized information sources pertinent to each one of them. Women's formal leather shoes have been chosen as the scope of this study and the case study focused the shoe industry in Rio Grande do Sul. An extensive bibliographic search has also taken place to set up the theoretical background as well as to make a survey of information sources, whether personal, institutional and/or bibliographic in any way. The search for information by way of contacting people in this field led to the identification of the information sources used by footwear professionals, particularly those involved in the production of women's formal leather shoes, thereby fulfilling of the main objectives of this final paper. The document presents a map of existing information repositories in any medium, focusing leather footwear and makes this mapping available to designers and manufacturers. It concludes that the existing and potential information available to those involved in the supply chain of leather shoes is not properly used by professional designers in this chain, so it is up to librarians to get qualified in the use of these resources.

**Keywords:** Information Source. Leather Footwear. Supply Chain. Footwear Industry.



## SUMÁRIO

|          |  |           |
|----------|--|-----------|
| <b>1</b> | <b>INTRODUÇÃO .....</b>  | <b>11</b> |
| 1.1      | Justificativa .....  | 13        |
| 1.2      | Questão Problema .....   | 13        |
| <b>2</b> | <b>OBJETIVOS .....</b>   | <b>14</b> |
| 2.1      | Objetivo Geral .....   | 14        |
| 2.2      | Objetivos Específicos .....                                      | 14        |
| 2.3      | Definição Operacional dos Termos.....                            | 14        |
| <b>3</b> | <b>REVISÃO DA LITERATURA .....</b>                               | <b>17</b> |
| 3.1      | Fontes de Informação .....                                       | 17        |
| 3.1.1    | Tipologia das Fontes de Informação .....                         | 18        |
| 3.1.2    | Fontes de Informação Especializada .....                         | 22        |
| 3.1.3    | Instituições como Fonte de Informação .....                      | 29        |
| 3.1.3.1  | Museus como Fonte de Informação.....                             | 34        |
| 3.1.3.2  | Bibliotecas como Fonte de Informação .....                       | 39        |
| 3.2      | Calçados.....  | 43        |
| 3.2.1    | Um Pouco de História .....                                       | 44        |
| 3.2.2    | O Calçado no Brasil.....   | 48        |
| 3.3      | Cadeias Produtivas .....   | 53        |
| 3.3.1    | Conceituação e Estrutura das Cadeias Produtivas .....            | 53        |
| 3.3.2    | Cadeia Produtiva do Calçado de Couro .....                       | 57        |
| 3.3.3    | O Estilista do Calçado de Couro .....                            | 64        |
| 3.3.4    | O Estilista e a Moda Calçadista.....                             | 69        |
| 3.3.5    | Pesquisa de Tendências .....                                     | 70        |
| <b>4</b> | <b>METODOLOGIA.....</b>  | <b>71</b> |
| 4.1      | Tipo de Estudo.....  | 71        |
| 4.2      | População e Amostra .....  | 73        |
| 4.3      | Instrumento de Coleta de Dados.....                              | 74        |
| 4.4      | Procedimentos.....   | 75        |
| 4.5      | Análise dos Dados.....   | 76        |
| 4.6      | Limitações do Estudo .....                                       | 75        |
| <b>5</b> | <b>ANÁLISE E APRESENTAÇÃO DOS DADOS.....</b>                     | <b>77</b> |
| 5.1      | Fontes de Informação para a Cadeia Produtiva do Calçado de Couro | 77        |

|                |  |            |
|----------------|--|------------|
| <b>5.1.1</b>   | <b>Elos a Montante da Cadeia Produtiva.....</b>                    | <b>78</b>  |
| <b>5.1.1.1</b> | <b>Agroindústria -----</b>   | <b>78</b>  |
| <b>5.1.1.2</b> | <b>Indústria Química -----</b>                                     | <b>90</b>  |
| <b>5.1.1.3</b> | <b>Indústria Petroquímica -----</b>                                | <b>94</b>  |
| <b>5.1.2</b>   | <b>Elo a Jusante da Cadeia Produtiva-----</b>                      | <b>97</b>  |
| <b>5.1.2.1</b> | <b>Fontes Institucionais-----</b>                                  | <b>97</b>  |
| <b>5.1.2.2</b> | <b>Fontes Bibliográficas -----</b>                                 | <b>98</b>  |
| <b>5.1.2.3</b> | <b>Fontes Pessoais -----</b>                                       | <b>99</b>  |
| <b>5.1.2.4</b> | <b>Eventos -----</b>   | <b>99</b>  |
| <b>5.1.3</b>   | <b>Elo Indústria do Calçado Social Feminino de Couro-----</b>      | <b>101</b> |
| <b>5.1.3.1</b> | <b>Fontes Institucionais-----</b>                                  | <b>101</b> |
| <b>5.1.3.2</b> | <b>Fontes Bibliográficas -----</b>                                 | <b>117</b> |
| <b>5.1.3.3</b> | <b>Fontes Pessoais -----</b>                                       | <b>119</b> |
| <b>5.1.3.4</b> | <b>Eventos -----</b>   | <b>119</b> |
| <b>5.2</b>     | <b>Segmentos Usados pelo Estilista-----</b>                        | <b>121</b> |
| <b>5.3</b>     | <b>Fontes do Elo Principal Utilizadas pelos Estilistas-----</b>    | <b>121</b> |
| <b>5.3.1</b>   | <b>Conhecimento Histórico e Tendências de Moda -----</b>           | <b>122</b> |
| <b>5.3.2</b>   | <b>Saúde e Conforto como Tendências-----</b>                       | <b>125</b> |
| <b>5.3.3</b>   | <b>A Nova Coleção -----</b>  | <b>127</b> |
| <b>6</b>       | <b>CONSIDERAÇÕES FINAIS-----</b>                                   | <b>131</b> |
|                | <b>REFERÊNCIAS -----</b>   | <b>134</b> |
|                | <b>APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO SOBRE USO DE FONTES DE INFORMAÇÃO</b> | <b>151</b> |
|                | <b>APÊNDICE B – CURIOSIDADES-----</b>                              | <b>154</b> |

## 1 INTRODUÇÃO

O calçado é parte integrante da moda e, também, a mais importante peça do vestuário, pois é sobre o "pé" que repousa a grande responsabilidade de que o nosso caminhar seja harmônico, suave e agradável. Em vista disso, o calçado, diferentemente do restante da indumentária, além de ser bonito e fazer sucesso nas passarelas, precisa ser muito bem escolhido para não causar, inclusive, problemas à saúde.

Todos os anos são mostrados ao mundo, através de feiras e eventos, as novas coleções para a próxima estação. São novos modelos, normalmente lindos e criativos, que no próximo ano já estarão ultrapassados. Guccio Gucci (GUCCI *apud* HARTKOPF, 2001) proprietário da famosa casa italiana, afirma que "A roupa pode ser linda, mas os calçados são o que fazem o complemento da beleza. Os calçados dizem muito sobre a mulher. Eles dão equilíbrio ao corpo. Um bom par de calçados proporciona um efeito harmônico no visual."

Esta renovação constante nos modelos, cores e materiais utilizados na confecção de calçados, aliada à divulgação através da mídia, gera a expectativa de adquirir e "desfile" com os novos modelos, principalmente no consumidor feminino.

Isso faz com que a indústria do calçado tenha que estar sempre se renovando, sempre criando e recriando, inventando e reinventando modelos, que sejam preferencialmente melhores, mais bonitos e confortáveis, para satisfazer essa necessidade de renovação que, a cada estação, se faz presente na cabeça e nos pés dos consumidores.

Criatividade é o ponto alto nesse cenário além do que, o segredo de um bom calçado está em se aliar moda, saúde, durabilidade e conforto. Entretanto, só a criatividade do estilista não é suficiente para manter a indústria do calçado em desenvolvimento. Sem conhecimento dos anseios e desejos do consumidor, dos novos materiais e novas tecnologias disponíveis, sem conhecer as tendências da moda do vestuário, da qual o calçado é o arremate, o toque final na composição da indumentária utilizada, não é possível criar modelos que satisfaçam o consumidor. Sem muita pesquisa antes de criar uma nova coleção, a indústria corre o risco de ver sua coleção malograr, não agradar o público e, conseqüentemente, não vender.

E, se o assunto é pesquisa, nada melhor que se valer do conhecimento do profissional bibliotecário na utilização dos recursos informacionais disponíveis,

independentemente do tipo de suporte. O bibliotecário conhece e sabe se movimentar com tranquilidade pelos caminhos da informação. Ele pode apontar a direção certa a seguir para encontrar as melhores e mais confiáveis fontes de informação que possibilitarão criar uma nova coleção com muita chance de sucesso.

A idéia central aqui é exatamente esta. Criar um “mapa da mina”, ou seja, mapear as fontes informacionais necessárias para o desenvolvimento do trabalho realizado pela indústria do calçado de couro, mais precisamente para o estilista do sapato social feminino.

Outra idéia trazida por este estudo é elencar todos os partícipes da cadeia produtiva do calçado de couro. Isto significa encadear todo o caminho percorrido, desde a obtenção de matéria-prima utilizada na fabricação do calçado até a disponibilização ao consumidor final. Conhecer estes procedimentos é de vital importância a todo profissional que trabalha com a criação desse produto. Entender cada etapa da cadeia produtiva, e seu processo como um todo, pode auxiliar sobremaneira o estilista, uma vez que cada detalhe criado por ele vai ser posto em prática, vai ser produzido por outro profissional. Assim sendo, o estilista conhecendo as possibilidades que se apresentam, pode optar, com maior precisão, por modelos e detalhes que poderão ser, efetivamente, levados a efeito e fazer sucesso nos pés dos consumidores.

Visando proporcionar o acesso a esse conhecimento, buscou-se encontrar as fontes informacionais pertinentes ao ciclo da cadeia produtiva do calçado de couro e, para tanto, foram coletadas as fontes de informação referentes a cada etapa dessa cadeia produtiva. Desta forma, é possível embasar a pesquisa do estilista, não só concernente às tendências da moda, mas também indicando fontes mercadológicas e tecnológicas, informações imprescindíveis para o conhecimento do consumidor que se quer conquistar e das possibilidades produtivas.

## **1.1 Justificativa**

A temática do calçado foi explorada do ponto de vista de fontes de informação voltadas para a criação, confecção e consumo desse produto que é parte do vestuário e que deve complementar harmoniosa e elegantemente, acrescentando um toque final de bom gosto e conforto à vestimenta utilizada.

No Brasil, estudos teóricos sobre fontes informacionais são muito escassos e voltados, normalmente, para as áreas da saúde, econômica e social. A importância desta pesquisa está na originalidade visto que não há na literatura brasileira estudo com enfoque nas fontes de informação para a cadeia produtiva do calçado. Não se vislumbra, na literatura existente, o interesse em inventariar fontes informacionais que auxiliem os profissionais envolvidos neste segmento produtivo em sua busca de informação. Portanto, visa-se com esse estudo, criar um caminho, mapear essas fontes com o intuito de agregar valor ao trabalho do estilista, uma vez que poderá contar com informações confiáveis e atualizadas.

Por derradeiro, o interesse e o gosto por calçados de couro, norteou a escolha por esta temática, buscando identificar fontes de informação e elaborando seu mapeamento, visando contribuir com a qualificação das pessoas responsáveis pela criação da moda calçadista em sua trajetória profissional.

## **1.2 Questão Problema**

Quais as fontes de informação utilizadas ou passíveis de utilização pelos estilistas do calçado, para o processo de criação do calçado social feminino, de couro, no Rio Grande do Sul?

## 2 OBJETIVOS

Os objetivos deste estudo foram divididos entre objetivo geral e objetivos específicos, conforme segue.

### 2.1 Objetivo Geral

Mapear as fontes de informação disponíveis sobre a cadeia produtiva do calçado de couro com o intuito de agregar valor ao trabalho do estilista e do fabricante do calçado social feminino de couro.

### 2.2 Objetivos Específicos

Os objetivos específicos que se pretende alcançar com este trabalho são:

- a) mapear os repositórios informacionais existentes, em qualquer suporte, voltados à indústria do calçado de couro;
- b) identificar as fontes informacionais utilizadas pelos profissionais do calçado social feminino de couro;
- c) disponibilizar aos estilistas e fabricantes do calçado, fontes de informação atualizadas e fidedignas que possam auxiliá-los em seu trabalho criativo.

### 2.3 Definição Operacional dos Termos

Para efeitos deste estudo, os seguintes termos são tratados conforme a definição que segue:

- a) *Cabedal*: Parte superior do calçado destinada a cobrir e proteger a parte de cima do pé (COMO SE ..., c1998-2009);

- b) *Clusters*: organização industrial em forma de aglomerados, ou seja, empresas vinculadas aos diferentes segmentos da cadeia produtiva e de ramos auxiliares (CORRÊA, 2001);
- c) *Designer*: pessoa que planeja ou concebe objetos em que se conjugam a utilidade prática e a estética, estilistas (INFOPÉDIA, c2003-2010);
- d) *Estilista*: “[...] é o profissional da área de criação que transforma informações sobre comportamento, tecnologia e tendências em coleções de produtos, adaptadas às condições técnicas da empresa em que atua e ao mercado que atende.” (FEDERAÇÃO DAS ..., 2001, p. 20);
- e) *Laminados sintéticos*: chamados erroneamente de “couro sintético”, são construídos, normalmente, sobre um suporte, que pode ser de tecido - malha ou *nonwoven*, sobre o qual é espalhada uma camada de material plástico, geralmente PVC ou poliuretano (SANTOS *et. al.*, 2002);
- f) *Modelista criativo*: profissional indispensável no desenvolvimento do modelo. “Utiliza as linhas gerais do estilista e/ou designer como base para preparar um conjunto de linhas perfeitas e harmoniosas sobre a base da fôrma do calçado escolhida, de acordo com as possibilidades tecnológicas da empresa.” (FEDERAÇÃO DAS ..., 2001, p. 20);
- g) *Modelista técnico*: “[...] é o profissional do departamento técnico da modelagem que ajusta detalhes do modelo (sem mudar a aparência) em função das necessidades do processo.” (FEDERAÇÃO DAS ..., 2001, p. 21);
- h) *Nonwoven*: material de estrutura plana, porosa, flexível, constituído de véu ou manta de fibras ou filamentos (SANTOS *et. al.*, 2002);
- i) *Materiais injetados*: PVC e poliuretano empregados em solados de tênis e chuteiras e em solas e entressolas com características de durabilidade,

flexibilidade e leveza; poliestireno e ABS são mais utilizados na fabricação de saltos (SANTOS *et. al.*, 2002);

- j) *Materiais vulcanizados*: EVA (copolímero de etileno e vinil acetato) é utilizado em diversas partes do calçado, sobretudo no solado em função de sua leveza e maciez (SANTOS *et. al.*, 2002);
- k) *Palmilha de montagem ou só palmilha*: Lâmina geralmente à base de celulose ou couro, do mesmo tamanho da planta da forma, sobre a qual é montado o Cabedal e a qual é fixada a sola externa (COMO SE..., c1998-2009);
- l) *Sapato*: peça de calçado destinada a cobrir o pé ou parte dele. (INFOPÉDIA, c2003-2010 ).



### 3 REVISÃO DA LITERATURA

A revisão de literatura desenvolvida a seguir, embasará este estudo e tratará sobre fontes de informação, calçado, cadeias produtivas e indústrias de calçado.

#### 3.1 Fontes de Informação

Informação é um termo latino, *informatio*, significando noção, idéia ou representação, embora adquira diversos significados quando associado a processos de comunicação (CARRIZO SAINERO, 1994). É uma forma de comunicar alguma coisa. Corroborando com esta idéia, Silva, Ramos e Noronha (2006, p. 263,), afirmam que a informação “[...] funciona como elemento que agrega valor às organizações e à sociedade como um todo.”. Aduzem ainda que:

Ela assumiu na sociedade contemporânea, um caráter de extrema importância, principalmente quando se tem a perspectiva de, através dela, atingir objetivos voltados ao desenvolvimento, social, político, econômico, etc.

Portanto, pode-se inferir que informação é uma mensagem com significado, transmitida a um ser consciente, inscrita em um suporte espacial-temporal, que pode ser um impresso, um sinal elétrico, uma onda sonora, ou qualquer outra forma que possa levar a mensagem de alguém para outrem.

Quando a informação é gerada, seja só na mente de alguém ou registrada em algum tipo de suporte, passa a ser uma fonte de informação. De um modo geral, fonte de informação é confundida com documento impresso. No entanto, pode estar em qualquer formato, pois o que interessa é o conteúdo, é a informação disponibilizada. Pode ser desde uma simples propaganda, um cartaz, um livro, um sítio eletrônico, ou mesmo uma informação transmitida oralmente. O que realmente deve importar são a qualidade, fidedignidade, autoria e confiabilidade da informação veiculada.

Dias e Pires (2005, p. 14), afirmam que: “As fontes de informação constituem a chave para se alcançar o conhecimento.”

Na área biblioteconômica, fontes de informação, conforme Villaseñor Rodríguez (1998, p. 30)<sup>1</sup> “[...] são todos os instrumentos utilizados ou criados pelo profissional da informação, visando atender a demanda de seus usuários, seja num arquivo, numa biblioteca ou num centro de documentação.” (tradução nossa).

A par disso, pretende-se demonstrar a importância das mesmas, não só no ambiente acadêmico, como também nas organizações industriais. Desta forma, para tratar das fontes ligadas à cadeia produtiva do calçado de couro, buscou-se caracterizar a sua tipologia, centrando a atenção naquelas mais significativas para este estudo. Logo após, foi coletado referencial teórico acerca de fontes de informação especializada, para introduzir, adiante, aquelas especificamente voltadas ao fabrico de calçado social feminino de couro.

### 3.1.1 Tipologia das fontes de Informação

Não existe um consenso na Biblioteconomia brasileira sobre as tipologias de fontes de informação. Dependendo do tipo de informação que carregam, Dias e Pires (2005), caracterizam as fontes de informação como gerais ou específicas e, em relação à originalidade ou grau em que remetem a outras fontes, podem ser primárias, secundárias ou terciárias. Corroboram com esta diferenciação, Campello e Campos (1988), embora, também, focada em fontes bibliográficas. Buscando uma tipologia mais abrangente e completa, que contemple também fontes pessoais e institucionais, optou-se por utilizar a obra de Villaseñor Rodríguez no presente estudo.

Em sua obra, *Los Instrumentos para La Recuperación de La Información: las fuentes* (1998), a autora considera vários critérios para determinar os tipos de fonte de informação. Conforme a autora, as fontes podem ser pessoal ou institucional e qualquer uma delas pode ser oral ou documental. A informação transmitida oralmente pode ser um problema, uma vez que exige o contato direto com o pesquisador ou detentor da informação. Há, ainda, a questão do armazenamento que, nesses casos, é difícil. Porém, muitas vezes, não se tem alternativa por ser a

---

<sup>1</sup> [...] todos aquellos instrumentos que maneja o CREA el profesional de la información para satisfacer las demandas y necesidades informativas de los usuarios de cualquier unidade informativa, ya sea um archivo, uma biblioteca o um centro de documentación.

única informação de que se dispõe sobre o assunto de interesse. Ainda conforme a autora, quanto à abrangência geográfica, pode ser internacional, nacional, regional ou local, dependendo da jurisdição contemplada. Quanto ao grau de adequação oferecido, pode ser total, parcial ou insuficiente, podendo suprir plenamente, ou não, a necessidade informacional do usuário que, caso a informação seja insuficiente, terá que buscá-la em outras fontes.

As fontes pessoais, conforme Villaseñor Rodríguez(1998, p. 32) “[...] referem-se a uma pessoa ou grupo de pessoas que, geralmente, mantém uma relação profissional”<sup>2</sup> (tradução nossa). Pode-se inferir disso que uma pessoa é uma fonte de informação devido à função que exerce e à bagagem de conhecimento adquirido, principalmente, na sua vida profissional. Ainda, de acordo com a autora, estas fontes fornecem informações a respeito de si mesmas e da área do conhecimento na qual estão inseridas, geralmente de forma oral. Contudo, são informações muito úteis para pesquisadores e profissionais daquela área do conhecimento e, até mesmo, de áreas correlatas. O contato com uma fonte pessoal, muitas vezes de difícil acesso, pode ser feito por telefone, correio ou pessoalmente. Com o advento da Internet, esta realidade mudou muito, facilitando, sobremaneira, o acesso a essas fontes. É possível conseguir-se contato através do correio eletrônico e outras ferramentas disponibilizadas pela Internet. Pode-se, ainda, conseguir a informação através das publicações científicas, modo pelo qual o autor torna público o resultado de suas pesquisas. Entretanto, alguns casos ainda vão exigir um contato direto com a fonte, mesmo que seja por meio eletrônico ou pelo telefone.

Aduz ainda a autora, que este tipo de fonte pode ser, também, uma coletividade. Nesse caso, o acesso é mais fácil, pois pode ser feito em congressos, encontros ou reuniões de trabalho, onde profissionais de uma mesma área apresentam sua pesquisa e linhas de investigação. Ainda assim, a informação, a princípio, é feita de forma oral podendo, após o evento, ser publicada em anais de congresso, artigos de periódicos, atas, etc., facilitando seu acesso.

O conceito de coletividade dessas fontes fica caracterizado por terem sua origem em eventos públicos, onde ideias individuais são expostas e discutidas em grupo, podendo gerar documentos de múltiplas ideias. As associações profissionais

---

<sup>2</sup> [...] se refieren a personas o a grupos de personas entre las que existe una relación generalmente profesional.

e os colégios invisíveis são exemplos dessas fontes, por congregarem pessoas com interesses ou ideias semelhantes em determinada área do conhecimento.

Existem diretórios impressos ou em meio eletrônico e listas de discussões na Internet que arrolam estas informações, através dos quais é possível contatar esse tipo de fonte pessoal.

É importante ressaltar que as associações profissionais são, também, uma grande fonte informacional uma vez que congregam pessoas e instituições que desempenham a mesma profissão e, no caso da pesquisa, aprofundam estudos numa mesma área do conhecimento. Por serem pessoas que “falam a mesma língua”, ou seja, que têm grande conhecimento numa mesma área de estudo, trocam ideias entre si e, geralmente, publicam suas pesquisas no veículo informacional da associação. Villaseñor Rodríguez(1998, p. 33)<sup>3</sup>, ainda destaca o fato de oferecerem a formação continuada de seus membros, o intercâmbio e a cooperação, além da intervenção na legislação que regula o setor ao qual pertencem, através de reivindicações, assessoramento, etc. (tradução nossa).

A documentação produzida por uma empresa privada ou pública é denominada fonte institucional, uma vez que produzida por uma pessoa jurídica. Quanto a esse tipo de fonte, a autora nos diz que (1998, p. 33)<sup>4</sup>, são aquelas que proporcionam informações sobre uma instituição. A informação pode ser obtida através dos profissionais que nela atuam, normalmente na forma oral, ou através dos documentos produzidos por ela. As fontes de informação que elencam estes documentos, segundo a autora, são os guias e diretórios da própria instituição e os diretórios que agrupam instituições que têm interesses comuns, além das publicações geradas pela própria instituição como memorandos, informes, boletins, embora, muitas vezes, o acesso a essa massa documental seja restrito ao pessoal interno da organização

Todavia, são importantes fontes de informação para algumas questões, notadamente quando instituições desejam ter informações sobre outras, tanto concorrente como correlata, caso em que poderá se valer deste conhecimento para fazer, quem sabe, até uma boa parceria.

---

<sup>3</sup> [...] la formación continuada de sus miembros a través de cursos y publicaciones, el intercambio y la cooperación, la intervención en la legislación que regula el sector al que pertenecen, el asesoramiento, la reivindicación, etc.

<sup>4</sup> [...] son aquellas que proporcionan información sobre una institución.

Não obstante, a autora faz uma importante ressalva no tocante à confiabilidade destas fontes, visto que é relativa ao funcionamento, organização e serviços da instituição, que sempre quer passar a melhor imagem possível sobre si mesma. Dessa forma, fica difícil avaliar até que ponto estas fontes são confiáveis, porquanto não é possível confirmar a veracidade dos dados veiculados nos documentos gerados por ela.

A informação gerada por uma instituição pode ser de caráter público ou privado. Podem ser acadêmicas, governamentais, culturais ou econômicas e podem ter abrangência internacional, nacional, regional ou local e a temática pode ser geral ou específica. Porém a autora destaca as unidades de informação como os arquivos, as bibliotecas e os centros de documentação, dado que estas instituições, além de informarem sobre si mesmas, ainda têm a vantagem de oferecer informações sobre outras organizações.

As fontes de informações documentais são as que estão registradas em algum tipo de suporte e podem ser um documento ou sobre um documento, ou seja, a origem da informação e o meio pelo qual ela é transmitida é um documento. Amat Noguera<sup>5</sup> (1987 *apud* VILLASEÑOR RODRÍGUEZ, 1998, p. 34), afirma que documento é todo o conhecimento fixado materialmente sobre um suporte e que pode ser utilizado para consulta, estudo ou trabalho. É uma ferramenta indispensável para transmitir conhecimento, ideias e dar testemunho dos fatos. Portanto, não importa o suporte onde está registrada e, sim, o conteúdo que transmite.

Estas fontes, como as fontes gerais, também são suscetíveis a classificações diversas. Como critérios válidos para caracterizar a tipologia destas fontes, Villaseñor Rodríguez, (1998, p. 34) cita a natureza da informação que pode ser textual, numérica, gráfica, iconográfica, etc.; o tipo de informação oferecida que pode ser bibliográfica, geográfica, legislativa, etc.; a difusão da mesma que pode ser para uso restrito ou público e quanto ao grau de originalidade, ou seja, primário, secundário ou terciário e, ainda, quanto ao tipo de suporte onde estão registradas que pode ser papel, eletrônico, filme, etc.

---

<sup>5</sup> [...] todo conocimiento fijado materialmente sobre um suporte y que puede ser utilizado para consulta, estudio o trabajo[...] herramienta indispensable para transmitir conocimientos, ideas y dar testimonio de los hechos [...]. AMAT NOGUERA, N. **Documentación Científica y Nuevas Tecnologías de La Información**. Madrid: Pirámide, 1987. P. 9.

Quanto à matéria tratada pode ser geral ou especializada, com uma cobertura geográfica internacional, nacional ou regional, e pode ser uma informação retrospectiva ou histórica e periódica ou em curso e, por fim, quanto à ordenação utilizada no documento que pode ser alfabética, sistemática, cronológica, mista, etc.

Entretanto, este estudo não visa um aprofundamento maior relativo a estas caracterizações e, sim, busca apenas diferenciar e caracterizar as fontes, institucionais e documentais de modo geral. Posto isto, explicitar-se-á a seguir as fontes de informação especializada, caracterizando-as e apresentando sua tipificação.

### **3.1.2 Fontes de Informação Especializada**

Diferentemente daquelas de caráter geral, as fontes especializadas referem-se a uma área específica do conhecimento. São formadas por canais formais e informais de comunicação. Para Campello e Campos (1988), bem como para Dias e Pires (2005), os canais formais são os registrados na forma de artigos de periódicos, relatórios técnicos, livros ou material audiovisual nos quais os pesquisadores divulgam suas descobertas e são chamadas de literatura científica.

Campello e Campos (1988, p. 13), assim definem a literatura científica:

O resultado do trabalho intelectual de estudiosos e pesquisadores é comunicado, geralmente, através de algum tipo de publicação. Ideias, descobertas, dados e opiniões são registrados na forma de artigos de periódicos, trabalhos de congressos, relatórios técnicos, listagens de computador, material audiovisual, etc. e, divulgados, passam ao domínio público. O conjunto desses registros vai formar a chamada literatura científica.

Os canais informais são as correspondências, encontros em congressos, troca de manuscritos, enfim, qualquer forma de contato pessoal. Já a comunicação efetuada por intermédio da Internet se dá através do correio eletrônico, dos grupos de discussão e das conferências eletrônicas. Estes canais são considerados pela taxonomia biblioteconômica, segundo Silva e Tomaél (2004), também como informais e são usados pelos pesquisadores para se comunicar com seus pares ou

para divulgar seus trabalhos. Esta forma de comunicação utilizada pelos cientistas é conhecida na comunidade científica como “colégio invisível”.

Kneller (1980) define colégio invisível como sendo:

[...] um grupo ou escola de cerca de dez a uma centena de **cientistas** (grifo nosso) trabalhando numa tradição de pesquisa. Os seus membros mantém-se em contato assíduo, usualmente verbal, e evitam os canais mais lentos de comunicação formal. O grupo pode ser um de muitos que aplicam um programa abrangente de pesquisa a diferentes classes de fenômenos e problemas, como na ciência normal kuhniana. Ou pode ser uma das várias tradições que competem dentro de uma especialidade, como no caso dos grupos de Bohr, Rutherford e Fermi na física nuclear. Ou poderá ser deliberadamente revolucionário, lançando uma nova tradição de pesquisa contra uma já estabelecida. (KNELLER, 1980, p. 183).

Pela definição de Kneller, deduz-se que, para ser considerado um “colégio invisível”, é necessário um grupo razoável de cientistas que mantenham contatos freqüentes para troca de informações. Se este grupo for muito pequeno não se configura esta instituição.

Nesse sentido, Pisciotta (2006, p. 126), afirma que:

[...] Price, em 1963 no livro *Little Science, big science*, reintroduziu a expressão “Colégio Invisível” para indicar um grupo de **cientistas** que, por seu esforço pessoal, domina publicações e conferências em um determinado **campo do conhecimento científico** e que é “invisível” porque seus membros estão dispersos. (grifo nosso).

Portanto, pode-se inferir que independente do canal utilizado, a informação especializada está atrelada aos cientistas ou especialistas das mais diversas áreas do conhecimento. Trata de um tema específico destinado a uma comunidade específica, mas que, devido à globalização do conhecimento e interrelação das grandes áreas, é utilizado por outras áreas correlatas àquela que o gerou.

Dentro desta categoria de canais informais enquadram-se os eventos onde são mostradas as novas coleções de calçados, produtos e equipamentos para o fabrico de calçados de couro. Segundo Dias e Pires (2005), algumas das fontes formais também podem ser consideradas informais, visto o conteúdo abrangido e serem apresentadas de forma oral e publicamente. Entre estas fontes destacam-se

as conferências, as feiras, os *workshops*, os congressos, os simpósios, os seminários, dentre outras.

Para Cunha (2001), a apresentação de estudos em eventos científicos constitui-se em uma das mais importantes formas de difusão da informação em Ciência e Tecnologia, devido à velocidade com que ocorre, evitando a espera pela publicação do artigo. Campello e Campos (1988) afirmam que os encontros científicos permitem que novas ideias sejam discutidas e avaliadas rapidamente, o que é impossível de ser feito na forma impressa. Estes encontros permitem a interação entre cientistas de uma ou mais áreas, correlatas ou não, além de mostrar o que está sendo estudado nos diversos ramos do conhecimento.

Cunha (2001, p. 1) ainda destaca outras vantagens em apresentar trabalhos em eventos como “[...] a retroalimentação por parte dos participantes [...] e a possibilidade de estreitar a comunicação informal, facilitando o ingresso no ‘colégio invisível’ [...]”. A abrangência desses eventos pode ser internacional, nacional, regional ou mesmo de uma instituição específica, mas, por menor que seja, sempre há a possibilidade de trocar ideias com grandes especialistas da área específica e, também, de áreas correlatas. Apesar de as informações nesses eventos serem transmitidas oralmente, podem também ser publicadas posteriormente, como ocorre com anais de congressos.

Para as fontes de informação disponíveis em meio eletrônico, a obra de Rodrigues e Crespo (2006), por apresentar uma descrição completa e de fácil entendimento, será utilizada para apresentar as fontes disponíveis na Internet. Já os repositórios digitais serão apresentados por Weitzel (2003, p.59) que descreve este tipo de fonte como sendo “[...] um arquivo digital que reúne uma coleção de documentos digitais.” e que podem ser institucionais, quando armazenam a produção científica de uma instituição ou temáticos, quando o material armazenado refere-se a uma das áreas do conhecimento. Quanto aos portais, optou-se por seguir o pensamento de Guimarães (2005, p. 170), que afirma serem os portais “[...] um nicho para uma série de organizações e corporações [...]” nos quais a organização compartilha informações e serviços. Ainda sobre portais, Dias (2001) afirma que eles objetivam facilitar o acesso as informações dispersas na Internet, filtrando documentos e sítios de acordo com o assunto procurado, podendo ter listas de discussão e com conteúdo especializado ou comercial.



Campello e Campos (1988) afirmam que a literatura cinzenta constitui-se de materiais não-convencionais que não são encontrados no mercado livreiro, devido a não possuir publicação formal e comercial. Outras características desse tipo de fonte de informação é que são destinadas a uma clientela específica e reduzida e de pequena tiragem. Ainda conforme as autoras, os responsáveis pela produção dessas fontes são [...] órgãos governamentais, universidades, agências de consultoria, institutos de pesquisa [...] (CAMPELLO; CAMPOS, 1988, p. 44). Um dos grandes problemas levantado pelas autoras é quanto à dificuldade de acesso a esse tipo de documento, uma vez que sua divulgação é limitada, há escassez de agências ou bibliotecas depositárias e, principalmente, a falta de controle sistemático pelos serviços de indexação e resumo.

Ainda nesta linha, Funaro e Noronha (2006) afirmam que uma das características da literatura cinzenta é marcada pela cor que a designa, representando a névoa que obscurece sua localização e obtenção. Aduzem ainda as autoras que se enquadram nessa categoria de literatura especializada as atas de congressos, boletins, dissertação de mestrado, relatórios técnicos, pesquisas em andamento e teses de doutorado, entre outros. Ainda sobre literatura cinzenta, afirmam as autoras que, apesar do advento da Internet ter facilitado sobremaneira a publicação de *preprints* - artigos originais ainda não revisados pelos pares, o acesso a estes ainda dependem de outros fatores como autorização do autor e a criação de arquivos que propiciem esse acesso.

Para Cunha (2001), tese e dissertação são documentos que apresentam uma pesquisa original sobre um tema específico e só são divulgados após a exposição feita pelo autor à banca examinadora e aprovada por esta, em sessão pública, na faculdade ou universidade onde foi produzida. Com a criação dos bancos de teses e dissertações, onde as universidades disponibilizam seus trabalhos eletronicamente, este acesso torna-se muito mais fácil. Para Campello e Campos (1988), estes materiais apresentam alto nível de detalhamento dos assuntos que abrangem e que foram coletados em extensa bibliografia. Os projetos e pesquisas em andamento, seguindo as teses e dissertações, são de difícil acesso, visto que os cientistas normalmente têm grande dificuldade em responder questionários. Para Cunha (2001, p. 29), são um “[...] tipo de informação prioritária para o desenvolvimento, tendo em vista que permite evitar a duplicação de pesquisas [...]” e, portanto, as instituições podem destinar os recursos para setores carentes de investigação

científica. Ainda sobre teses e dissertações, Lopes e Romancini (2006, p. 139) afirmam que “[...] produzidas nos Programas de Pós-Graduação das Universidades correspondem a um momento de aprendizado do pesquisador.”

A velocidade das mudanças em algumas áreas faz deste tipo de documento, principalmente as pesquisas em andamento, materiais muito úteis e excelente fonte de consultas. É aí que entram os repositórios digitais, não somente para auxílio teórico, mas também para informar aos cientistas o que está sendo pesquisado pela comunidade científica.

Os periódicos científicos, técnicos ou comerciais, também fazem parte da literatura especializada e são publicações voltadas à pesquisa de interesse da indústria e do comércio (CAMPELLO; CAMPOS, 1988). São materiais que se sobrepõem ao livro pela sua rapidez de publicação e disponibilização ao público de interesse. Cunha (2001) afirma que o periódico é um dos meios mais eficientes de registro e divulgação de pesquisas científicas, artigos originais sobre andamento de pesquisas e qualquer outro trabalho de cunho intelectual. Afirma ainda serem “[...] fontes de informação indispensáveis de orientação e pesquisa bibliográfica em todos os campos de atividade humana.” (CUNHA, 2001, p. 16). Corroborando esta idéia, Rodrigues e Crespo (2006) afirmam que estas fontes revestem-se de tamanha importância para a comunicação científica que muitos títulos de periódicos são disponibilizados também em meio eletrônico, além daqueles que já foram criados e disponibilizados exclusivamente por esta via de divulgação.

Entende-se por literatura comercial, segundo Campello e Campos (1988), todo o material produzido por uma empresa ou organização com o intuito de divulgar seus produtos, processos, materiais ou serviços. É conhecida pela denominação de catálogo de produtos ou de fabricantes. Ainda segundo as autoras, esta literatura se constitui em importante fonte de informação para as áreas que necessitam conhecer materiais úteis à sua linha de produção que estão disponíveis no mercado. Para a indústria do calçado social feminino de couro são de grande utilidade porque, além de conhecer os materiais e equipamentos disponíveis no mercado, os fabricantes ainda podem conhecer o que está sendo produzido pela concorrência e terem uma idéia da situação do mercado, mesmo que seja de forma superficial.

Relatórios técnicos também são fontes de informação especializada, segundo afirmam Campello e Campos (1988, p. 47), quando dizem que “[...] é um documento que apresenta os resultados de uma pesquisa, ou os progressos obtidos por ela,

incluindo, geralmente, conclusões e recomendações, e que é submetido à instituição para a qual o trabalho foi feito.” Seguindo esta linha de pensamento, Cunha (2001, p. 30) conceitua esta fonte como “[...] tipo de documento que apresenta os resultados de projetos técnico-científicos, bem como de testes efetuados para comprovação e avaliação.” Ainda citando Campello e Campos (1988), estes relatórios são produzidos por instituições de pesquisa e apresentados das mais variadas formas, sem uma padronização. Entretanto, existe normalização para apresentação destes documentos os quais, no Brasil, são normatizados pela NBR 10719, produzida e publicada pela Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT.

Normas técnicas são publicações que incluem “[...] especificações, códigos de prática, recomendações, métodos de testes, nomenclaturas, etc.” (CAMPELLO; CAMPOS 1988, p. 66). Carrizo Sainero<sup>6</sup>, afirma que normalização é:

[...] o estabelecimento por uma autoridade de uma série de especificações sobre qualidade, módulos, métodos ou unidades de medida ou condições, que devem ser adotadas ou consideradas como modelo a seguir para a elaboração de produtos, tanto materiais como intelectuais.” (CARRIZO SAINERO, 1994, p. 89, tradução nossa).

Corroborando esta ideia, Cunha (2001, p. 6) conceitua norma técnica como sendo “[...] documento que indica regras, linhas básicas ou características mínimas que determinado produto, processo ou serviço deve seguir.” São publicações atualizadas, sujeitas a revisões e alterações, embora muitas normas brasileiras permaneçam iguais desde sua publicação, mesmo que muito antigas, por, provavelmente, não ter havido modificações significativas naquilo que elas normatizam.

As patentes são outra fonte de informação especializada. Para Campello e Campos (1988), patente é um monopólio que o Estado concede a quem inventa um novo produto, marca ou serviço, a qual dá o direito econômico de dita invenção e, em troca disto, o inventor é obrigado a descrever minuciosamente seu invento o qual se tornará público ao fim do prazo do privilégio concedido. Com uma conceituação

---

<sup>6</sup> [...] al establecimiento por vía de autoridad o consentimiento mutuo de una serie de especificaciones sobre cualidades, módulos, métodos o unidades de medida o condiciones que deben ser adoptadas o tenidas en cuenta como modelo a seguir o mínimo a obtener em La elaboración de productos, tanto materiales como intelectuales.

mais recente e de âmbito internacional Cunha (2001, p. 12) afirma que, segundo a Organização Mundial da Propriedade Intelectual – OMPI,

[...] patente é um documento expedido por um órgão governamental que descreve a invenção e cria uma situação legal na qual a invenção patenteada pode, normalmente, ser explorada (fabricada, importada, vendida e usada) com a autorização do titular.

A principal característica deste tipo de fonte é a descrição detalhada do que foi patenteado agregando, dessa forma, grande valor às mesmas. Além disso, sua estrutura é igual no mundo todo o que facilita a recuperação da informação.

Além das patentes de produtos e serviços, há que se registrar também para ter direito a uso exclusivo, os nomes e marcas comerciais utilizados, visto ser a forma de individualizar e identificar uma empresa, uma instituição, um produto ou uma linha de produtos. No Brasil o órgão responsável pelo controle desses registros é o Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI. Cunha (2001) afirma que o INPI informa todo o procedimento para se obter o registro, inclusive as classificações internacionais de produtos e serviços.

As publicações governamentais também se constituem em fonte de informação especializada. Segundo Campello e Campos (1988), são publicações que refletem ações do governo e uma forma que o Estado possui de manter o cidadão informado sobre suas ações e, normalmente, são de autoria coletiva. Irureta-Goyena Sánches (1994) corrobora a idéia das autoras, mas chama essa documentação de “*publicaciones oficiales*” e faz uma diferenciação entre os documentos oriundos dos Três Poderes (legislativo, Executivo e Judiciário), dos documentos oriundos da Administração do Estado.

Fontes de informação especializada podem ser encontradas, ainda, em meio eletrônico. Quase tudo que se encontra na forma impressa, pode ser encontrado na Internet. Rodrigues e Crespo (2006) afirmam que as bases de dados são recursos de grande utilidade e de fácil acesso uma vez que apresentam várias formas de pesquisa. Informam ainda que algumas bases de dados permitem visualizar somente o resumo e a referência da obra que se precisa consultar, outras, no entanto, já disponibilizam o texto completo. Porém, é preciso diferenciar base de dados de banco de dados. Este é um conjunto de base dados, conforme Dias

(2005), portanto, tem a mesma função daquelas, mas por ser um conjunto de bases de dados, abrangem e oferecem uma gama muito maior de informações.

Ainda em meio eletrônico, tem-se as bibliotecas digitais que nada mais são que repositórios de documentos eletrônicos que possibilitam a consulta aos textos na íntegra, tal qual acontece com as publicações de livre acesso ou os chamados *open archives*, ou seja, arquivos abertos. São publicações que permitem acesso livre, ou seja, sem nenhum ônus, aos documentos ali depositados. Rodrigues e Crespo (2006) trazem como exemplo destas fontes os *open archives*, que são arquivos em linha, de acesso público, depositados pelo próprio autor no meio eletrônico. Desta forma, há ganho para os dois lados, o público que pode acessar a informação e o autor que pode ver o fruto de seu trabalho disseminado em larga escala.

Há ainda os chamados *e-books*, um tipo de documento eletrônico, em formato de livro que, como o nome já diz, só é disponibilizado eletronicamente. Este tipo de documento pode ser visualizado na tela do computador e/ou copiado através de *download*. Conforme afirmam Rodrigues e Crespo (2006), alguns *e-books* podem ser acessados gratuitamente, contudo, há outros que somente são disponibilizados mediante pagamento.

Saber quais as principais fontes de informação necessárias aos seus usuários é a tarefa primordial de qualquer bibliotecário, mas saber como encontrá-las e acessá-las é imprescindível para ser um profissional da informação por excelência.

Por ser de grande relevância ao presente estudo, as fontes de informação especializada institucionais serão tratadas a seguir.

### **3.1.3 Instituições como Fonte de Informação**

Nas palavras de Campello e Campos (1988, p. 19), instituição é “[...] um conjunto organizado de pessoas trabalhando juntas, a fim de alcançar determinados objetivos.”, definição essa que é corroborada e completada por Dias e Pires (2005) quando afirmam que, além disso, esse conjunto de pessoas ainda desenvolve, armazena e, muitas vezes, divulga informações. Em se tratando de Biblioteconomia, esta definição exprime exatamente o resultado das atividades dos profissionais bibliotecários e, também, o que os motiva – a informação.

Independente do tipo, finalidade ou especialidade, as instituições constituem-se em importantes fontes de informação. Campello e Campos reforçam esta idéia quando afirmam que as instituições ou organizações se constituem em:

[...] fontes valiosas de informação e de documentação não-convencional, ou seja, de uma variedade de publicações não-sigilosas, de circulação restrita, e que não se encontram disponíveis para compra no mercado convencional, como por exemplo, relatórios de atividades, relatórios técnico-científicos, teses, trabalhos apresentados em simpósios e seminários, estatísticas, normas técnicas, patentes, leis e regulamentos, catálogos, cadastros, etc. (CAMPELLO; CAMPOS, 1988, p. 20).

Com se vê, é uma gama muito grande de informação que é produzida por uma organização ou instituição, independente de seu ramo de atividade.

O acesso a essas informações, uma vez que são, na maioria dos casos, de caráter privado, pode ser feito através de pessoas ligadas à instituição, seja por laços profissionais ou por atividades correlatas, ou pelos próprios documentos, quando não são de caráter confidencial.

Algumas instituições possuem um ou outro tipo de centro de documentação tais como arquivos, bibliotecas ou museus, onde são armazenadas as informações produzidas pelos seus profissionais. Estes espaços documentais são, também, um meio de acesso às informações institucionais, dependendo da destinação dada a estas e do tipo de instituição.

As organizações possuem finalidades e características próprias. Campello e Campos (1988, p. 20), classificam-nas em cinco categorias distintas, a saber: “[...] comerciais, educacionais, oficiais, profissionais e internacionais [...]” e lembram ainda que uma organização não pertence, necessariamente, a uma única categoria, podendo fazer parte de duas ou mais.

Na obra publicada em 2000, Campello acrescenta as organizações não-governamentais como uma sexta categoria de instituição. Com base nesta classificação, serão descritas a seguir cada uma destas categorias.

Para Campello e Campos (1988) organizações comerciais são aquelas que oferecem produtos e/ou serviços, cuja finalidade normalmente é o lucro. Para divulgar seus produtos e serviços, estas organizações utilizam muitos meios, tais como catálogos, folhetos, *fôlderes* e encartes em periódicos, os quais constituem as publicações comerciais. Para identificá-las, Campello e Campos (1988) indicam as

listas ou catálogo telefônicos e lista de assinantes comerciais classificadas. Hoje, além destas, tem-se ainda os diretórios e páginas da Internet, desenvolvidos com este fim e a própria lista telefônica em linha. Portanto, estas instituições são de fácil identificação, devido a seus fins lucrativos, o que as leva à ampla divulgação de seus produtos e/ou serviços.

As organizações educacionais, segundo Campello e Campos (1988) e Dias e Pires (2005), são instituições prestadoras de serviços na área do ensino e pesquisa, como universidades, escolas superiores, museus, arquivos e bibliotecas. São instituições que produzem grande quantidade de documentos técnicos, científicos, culturais e artísticos, o que as torna excelentes fontes de informação. Como se sabe, a grande responsável pela produção científica brasileira é a universidade. E é no ambiente acadêmico custeado pelo Estado que são produzidas as maiores pesquisas, principalmente, as de cunho social e humanístico.

Como a academia se firma no tripé educação, pesquisa e extensão, pode se inferir que a literatura produzida contenha informações plenamente confiáveis e de grande relevância. Campello e Campos (1988) indicam *The World of Learning* como o guia para identificar estas organizações que, em 1988, era impressa e, hoje, já está disponível em linha, sob a denominação *The Europa World of Learning*, que dá acesso a várias instituições de ensino superior e politécnico. Ainda Campello (2000), indica páginas da Internet como a do Prossiga<sup>7</sup>, para ter acesso a estas instituições. Através destes instrumentos é possível encontrar, contatar e tomar conhecimento do que está sendo produzindo nestas instituições, além de eventos, cursos de interesse e outras informações.

As organizações internacionais, no entendimento de Campello e Campos (1988) e Dias e Pires (2005), são instituições cujos membros representam vários países, através de seus governos ou de entidades particulares. Já para Barreto (2007), estas instituições são “[...] formadas por Estados e que são detentoras de personalidade jurídica de Direito Internacional.” (BARRETO, 2007). Podem ser intergovernamentais ou não governamentais, sendo as primeiras representadas e mantidas pelos governos dos países membros e as demais por pessoas ou entidades particulares de vários países e mantidas por contribuições dos membros associados. Campello e Campos (1988) e Campello (2000) salientam a importância

---

<sup>7</sup> Documento eletrônico de responsabilidade do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia do Ministério da Ciência e Tecnologia, disponível em < <http://www.prossiga.br/>>.

destas fontes, dada a variedade de suas atividades, assuntos que cobrem e material que publicam.

As organizações não governamentais, mais conhecidas como ONG's, segundo Campello (2000, p. 46) são “[...] organizações que realizam trabalhos voltados para o bem público, sem ligação com o Estado e sem compromisso com as políticas oficiais.”. Para Barreto (2007), organizações deste tipo “[...] não são Organizações Internacionais, pois nenhum Estado está diretamente ligado a elas. São formadas por cidadãos ou empresas, como por exemplo, a Fundação Ayrton Sena, a Organização Roberto Marinho, etc.” (BARRETO, 2007). São organizações que se mantêm através da divulgação de seus serviços sociais, contribuindo dessa forma com uma gama muito extensa de documentos produzidos no âmbito da causa que defendem.

Campello (2000, p. 37), afirma que:

Algumas organizações, por sua natureza, têm na divulgação de informações sua própria razão de ser. É o caso da maioria das organizações não lucrativas que produzem uma variedade de documentos que podem ser facilmente obtidos, muitas vezes gratuitamente.

Salienta ainda a autora que, dependendo do tipo de informação que se necessita, as publicações produzidas pelas ONG's podem ser valiosas pois trazem uma grande cobertura sobre a área do conhecimento na qual se insere a causa que defendem, mesmo que sua luta seja a própria informação da população.

Organizações oficiais são aquelas ligadas ao governo em todos os níveis. Segundo Campello e Campos (1988), no Brasil as entidades governamentais são grandes produtoras de informação, uma vez que o governo se faz presente em quase todos os setores da sociedade. Dias e Pires (2005, p. 68) trazem uma definição mais abrangente para este tipo de organização, na qual afirmam que são:

[...] instituições ligadas aos governos federal, estadual e municipal para divulgar o desempenho das funções legais e administrativas dos órgãos públicos; as publicações produzidas sob a responsabilidade e às expensas delas, por ordem ou com a participação dos órgãos da administração pública ou de entidades por elas controladas, refletem o pensamento e a ação política do governo.



São publicações que, normalmente, carregam importantes informações principalmente quanto ao panorama econômico e industrial do país ou de uma região específica. No entanto, há que se ter o cuidado de avaliar o quanto destas informações é real e o que é apenas propaganda política. Campello e Campos (1988) e Campello (2000) afirmam que estas informações nem sempre são acessíveis, uma vez que não têm a finalidade comercial. De qualquer forma, existem muitas informações oficiais que podem ser de grande valia para o pesquisador, e estão disponíveis, podendo ser acessadas gratuitamente ou mediante pagamento.

Ainda sobre este tipo de fonte informacional, Lombardi (1974 *apud* CAMPELLO; CAMPOS, 1988, p. 53)<sup>8</sup>, faz uma ressalva no caso brasileiro, uma vez que através dos anos “[...] os órgãos da administração federal brasileira têm sido criados, extintos e reorganizados sobre um emaranhado de nomes [...]”, o que dificulta, muitas vezes, encontrar tais documentos. Infelizmente, esta prática não é uma prerrogativa só do governo federal. Nas demais esferas governamentais, a situação é a mesma ou bastante semelhante.

Para finalizar as fontes institucionais, Campello e Campos (1988) e Campello (2000) citam as organizações profissionais que, no entendimento das autoras, são entidades que têm por finalidade estimular o aperfeiçoamento de uma classe profissional ou de promover o conhecimento em áreas específicas. São instituições sem fins comerciais, mantidas pelos próprios membros.

Estas instituições constituem-se em grandes fontes informacionais, principalmente quando se procura informações sobre uma área de atuação específica como a indústria do calçado social feminino de couro, a qual possui associações nacionais, como a Associação Brasileira das Indústrias de Calçados – ABICALÇADOS e regionais como o Sindicato da Indústria de Calçados de Igrejinha – SINDIGREJINHA, ambas com sítios na Internet com informações de interesse tanto para o pessoal ligado ao setor calçadista quanto para pesquisadores da área. Há várias organizações fundamentadas na atenção às áreas de atuação profissional. Dias e Pires (2005, p. 68-69) afirmam que estas instituições possuem algumas especificidades, pois são organizações “[...] denominadas federação, conselho federal, conselho regional, associação ou centro sindical.” Entretanto, apesar de não terem cunho comercial, estas organizações “Costumam cobrar pelos

---

<sup>8</sup> LOMBARDI, M. *Braslian Serial Documents*. Bloomington, Indiana University Press, 1974.

produtos que oferecem que consiste geralmente de documentos resultantes de eventos que organizam.” (CAMPELLO, 2000, p. 41). Cabe ao pesquisador avaliar a relação custo-benefício na hora de buscar este tipo de fonte informacional.

As associações científicas, segundo Campello (2000), distinguem-se das anteriores por agregarem cientistas de uma área do conhecimento e não de uma classe profissional. Villaseñor Rodríguez<sup>9</sup> as define como “[...] um grupo de cientistas, com objetivos e temas de investigação afins [...]” (tradução nossa).

Geralmente este tipo de entidade, embora reunindo profissionais que atuam no mesmo ramo, centra-se na troca de experiências e de informações que auxiliam a ampliar suas possibilidades, seja no tocante a investigação em curso, seja junto ao mercado. Já as entidades de classe, ou classistas, focam seus esforços na melhoria da profissão e da vida profissional de seus integrantes. Contudo, são importantes fontes de informação nas quais podem ser obtidos dados de extrema relevância para a atuação do profissional.

Para o presente estudo a instituição conhecida como museu é de bastante relevância, motivo pelo qual será tratada a seguir, de forma mais detalhada. Posteriormente, será caracterizada a biblioteca, outra importante fonte de informação que merece atenção especial.

### 3.1.3.1 Museus como Fonte de Informação

O termo museu, em latim *museum*, conforme afirma Caldeira (2005, p. 141-142) é originado nas palavras gregas “[...] *mousa* (templo e morada de musas, lugar consagrado às musas) e *mouseion*, que designava a parte do palácio de Ptolomeu, em Alexandria, Egito, onde sábios e filósofos se reuniam para estudar as ciências, as letras e as artes.” O Internacional Council of Museums (2008c) – organização internacional de museus e profissionais de museus, na 22<sup>a</sup> Assembléia Geral (Viena, Áustria, 24 ago. 2007), buscando definir este tipo de instituição, afirma que:

Um museu é uma instituição permanente, sem fins lucrativos, a serviço da sociedade e seu desenvolvimento, aberto ao público, que adquire, conserva, pesquisa, divulga e exhibe o patrimônio tangível e

---

<sup>9</sup> [...] el conjunto de científicos, com objetivos y temas de investigación afines [...].

intangível da humanidade e seu meio ambiente, com o propósito de educação, estudo e lazer.<sup>10</sup> (tradução nossa).

Ainda conforme Caldeira (2005, p. 141) estas instituições realizam eventos nos quais “[...] exibem todo tipo de objeto que apresente interesse histórico, arquitetônico, etnológico, antropológico, tecnológico, artístico e cultural.” Assim sendo, um museu é uma grande fonte de informação para o profissional calçadista, tanto que em Novo Hamburgo-RS, está instalado o Museu Nacional do Calçado, onde esses profissionais podem conhecer a história do calçado, pesquisar os modelos antigos e buscar inspiração para os novos.

Independentemente do tipo de acervo, um museu é sempre uma importante fonte de informação. Apresenta, além da museália – acervo do museu, a documentação relativa a cada peça, informando de onde vem, quando foi criada, quem criou, enfim, tudo que é necessário à realização de uma pesquisa de qualidade, em qualquer área do conhecimento, inclusive no campo da moda. Por este motivo, é importante para este estudo uma vez que o calçado há muito tempo deixou de ser apenas um utilitário para ser o mais importante acessório usado pela mulher em sua indumentária.

Por se tratar da instituição encarregada de conservar, preservar e divulgar o patrimônio natural, cultural e histórico da humanidade (INTERNATIONAL COUNCIL OF MUSEUMS, 2008a), o ICOM lista em seu sítio, na Internet, diversos diretórios internacionais, nacionais e regionais que congregam informações de museus espalhados pelo mundo (INTERNATIONAL COUNCIL OF MUSEUMS, 2008b), inclusive museus que permitem o acesso em linha a parte de seus acervos.

Para caracterizar e descrever a tipologia destas instituições foram utilizados os estudos de Caldeira (2005) por apresentarem, além dos tipos de museus existentes, considerações importantes relativas ao funcionamento destas instituições. Segundo o autor, (2005, p. 141) bibliotecas, arquivos e museus “ Uma instituição cultural [...] emanadas de indivíduos, grupos ou nações [...] incluem-se entre as instituições culturais responsáveis pela armazenagem, conservação e divulgação dos acervos coletados ao longo de suas trajetórias.” Isto coloca estas organizações como responsáveis, não somente pela coleta e guarda, mas também

---

<sup>10</sup> A museum is a non-profit, permanent institution in the service of society and its development, open to the public, which acquires, conserves, researches, communicates and exhibits the tangible and intangible heritage of humanity and its environment for the purposes of education, study and enjoyment.

pela divulgação e disseminação do conhecimento armazenado pelo homem ao longo de sua história.

Caldeira (1998, p. 396) define museu como “[...] locais que reúnem e organizam coleções de objetos que apresentam interesse histórico, técnico, científico ou artístico. Têm a finalidade de zelar pela sua conservação e de utilizá-los adequadamente para o aprimoramento do conhecimento de seus usuários.” Pode-se inferir daí que um museu não expõe somente objetos antigos, muito embora essa seja a idéia corrente. Um museu pode e efetivamente apresenta tecnologias atuais. Apesar do nome “museu” remeter imediatamente ao passado, instituições que fogem a regra são cada vez mais comuns no mundo todo.

Nos museus contemporâneos observa-se a interação entre público e instituição. Sobre isso o autor afirma que:

Atualmente, os museus são instituições que armazenam e exibem o cabedal de realizações e progressos da humanidade, de seu meio ambiente natural, cultural e social, interagindo com seus visitantes e influenciando-os através do contato com os objetos expostos como quadros, esculturas etc. ou suas representações, como fotografias, slides, filmes, programas de televisão, em CD-ROM etc. [...] (CALDEIRA, 1998, p. 394).

Com essa afirmação pode-se perceber que a evolução tecnológica nos museus provocou novas formas de interação entre o acervo e os visitantes. Isto fez com que mudassem, não só os meios de transmissão da informação, mas da própria maneira de ver, entender e aprender com os objetos expostos. Entretanto, a capacidade informacional do museu não se restringe às peças que expõe. Em relação a isso, Caldeira (2005, p. 142) cita algumas atividades educacionais geralmente promovidas por museus, destacando “[...] a pesquisa e a divulgação do acervo, conduzidas por meio do estudo de peças da coleção reserva e de exposições permanentes, além de mostras especiais, dirigidas a estudantes, principalmente.” Cita, ainda, cursos para educadores e visitas guiadas que despertam a curiosidade, aprimoram a opinião, exercitam o espírito crítico sobre o legado deixado por diversas civilizações, desenvolvendo novos hábitos e possibilitando uma leitura do mundo diversificada e diferenciada.

Como alternativa para expandir os serviços informacionais promovidos pelos museus, Caldeira (1998, p. 410) sugere que:

Os Departamentos de Pesquisa devem manter um centro de documentação no qual peças que não estejam sendo exibidas, fotografias, filmes, fitas gravadas, discos, textos, fichas catalográficas e programas em CD-ROM's estarão acessíveis para uso por pesquisadores e especialistas.

Os departamentos de pesquisa, aos quais se refere o autor, são os responsáveis pela avaliação e demais procedimentos pertinentes realizados nos itens antes de serem expostos. A documentação gerada por estes setores são de grande valia para especialistas e pesquisadores, uma vez que refletem a minuciosa pesquisa realizada e o tratamento de informações relativas aos objetos avaliados.

Porém, cada museu é diferente do outro e, conseqüentemente, oferece informações específicas para públicos específicos. Em função disso e para que se tornem visíveis estas diferenças, há que se apresentar a tipologia destas instituições. Caldeira (2005) caracteriza os diversos tipos de museus que, no entendimento dele, representam adequadamente estas organizações. Primeiramente o autor classifica-os em públicos e privados, sendo aqueles subordinados a um ministério que pode ser de educação, cultura, turismo ou, ainda, a um município e estes a uma ou mais pessoas físicas ou jurídicas. Quanto à sua caracterização, depende do acervo que possui, podendo ser de arte, histórico, de ciências, especializado, museu ao ar livre e centro de cultura.

Nos museus de arte, “[...] as coleções estão dispostas e concebidas pelo seu valor estético, independente de serem os objetos expostos criados ou não como obras de arte.” (CALDEIRA, 2005, p. 146). Estes, juntamente com os museus históricos, são os mais conhecidos e, por isso mesmo, os mais visitados, de maior divulgação e apelo cultural. O visitante destes museus, geralmente, são artistas, estudiosos, amadores, turistas, enfim, um público deveras heterogêneo. Poder-se-ia dizer que museu de arte é “um museu genérico” que agrada a todos aqueles que almejam, apenas, conhecer uma instituição cultural. Nessa categoria encontram-se os museus de arte sacra, pintura, escultura, artes decorativas, primitivas, aplicadas, industriais, antiguidades e folclore. Estes museus, segundo o autor, costumam apresentar atividades artísticas como peças teatrais, concertos musicais, espetáculos de dança e exposições experimentais como forma de atrair o público e divulgar a entidade.

Museus históricos, na visão de Caldeira (2005, p. 147) são aqueles cujas “[...] coleções são apresentadas em uma perspectiva histórica; seus objetivos são

essencialmente os de documentar uma sequência cronológica ou um conjunto representativo de um momento histórico, em uma área do conhecimento humano.” Para exemplificar estas instituições, o autor cita os sítios arqueológicos, museus instalados em monumentos históricos ou em campos de batalha e os constituídos em memória de alguém, como o museu Carlos Barbosa, localizado em Jaguarão-RS, instalado na residência do ilustre Dr. Carlos Barbosa, no qual todos os móveis, objetos, fotografias, enfim, todo o acervo pertenceu ao médico e eminente político e a sua família.

Os museus de ciências preocupam-se com o meio ambiente, o aperfeiçoamento cultural dos povos, a educação da comunidade e os avanços tecnológicos (CALDEIRA, 2005, p. 148). São instituições voltadas a conservar e preservar a natureza e, através delas, é possível estudar a evolução histórica, cultural e tecnológica da humanidade. Caldeira salienta como vantagem que proporcionam a associação do objeto real ao modelo, o que permite demonstrações, experiências físicas, exibições planetárias, viagens virtuais etc. Estes museus são ligados a instituições voltadas à indústria e à tecnologia geralmente.

Já os museus especializados são aqueles cujas coleções se fixam em determinadas áreas do conhecimento. Caldeira (2005, p. 148) afirma que, podem ser voltadas para objetos específicos como “[...] rádio, telefone, máquinas e uma infinidade de outros interesses.” Através destes, é possível estudar a evolução histórica, cultural e tecnológica da humanidade, bem como observar espécimes da natureza.

Este tipo de museu, de modo especial, é muito importante para este estudo pois, nessa categoria, está enquadrado o museu da moda. Embora o estudo seja sobre o calçado social feminino de couro, a moda do vestuário também interfere no tipo de calçado que será fabricado para complementar a indumentária pessoal, ou seja, é preciso conhecer o que combina com o quê, antes de elaborar o novo modelo de sapato. Uma simples “olhadela” num museu histórico, mostra o tipo de roupa, calçado e acessórios usados numa determinada época e, ainda, ajudam a perceber melhor a sociedade da época.

Para completar a tipologia museológica, Caldeira (2005, p. 148) caracteriza os museus ao ar livre que nada mais são do que “[...] espaços determinados nos limites de um jardim, de um parque, onde objetos estão dispostos naturalmente ou seguindo uma determinada tendência.” Para exemplificar estes museus, o autor cita

o Jardim Botânico, os zoológicos, aquários e planetários que, mesmo possuindo uma coleção muito específica, podem ser considerados museus na mais ampla acepção da palavra. O último tipo de museu caracterizado por Caldeira (2005, p. 149) é o chamado centro de cultura. Estes centros “[...] integram exposições (pintura, escultura, desenho, fotografia), escola de arte, centro de preservação, etc.”

Diante desse detalhamento ricamente elaborado por Caldeira, fica fácil visualizar que museus são fontes inesgotáveis de pesquisa, além de ser uma fonte interdisciplinar, que engloba inúmeras áreas do conhecimento. Não importa o objetivo da pesquisa. O pesquisador que busca informações em museus certamente irá encontrar aquele que se enquadra perfeitamente ao seu campo de estudo, tendo em vista os muitos vieses destas instituições. Aliás, Caldeira (2005) afirma que, além da visita presencial, os museus publicam catálogos, tanto impressos, quanto em linha, que podem ser consultados e, alguns, possibilitam uma visita virtual ao acervo dando uma ligeira visão do que se pode encontrar numa visita pessoal.

### **3.1.3.2 Bibliotecas como Fontes de Informação**

Com a invenção da escrita surgiu a necessidade de colecionar, armazenar, guardar para o presente e para o futuro, as escrituras, as informações fixadas em algum tipo de suporte. O lugar criado para essa finalidade recebeu o nome de Biblioteca. Lemos (2005) define biblioteca como sendo:

[...] um acervo de materiais impressos (livros, periódicos, cartazes, mapas, etc.), ou não impressos, como filmes cinematográficos, fotografias, fitas sonoras, discos, microformas, cederrons, devedês, programas de computador, etc., organizados e mantidos para leitura, visualização estudo e consulta. (LEMOS, 2005, p. 102).

Pode-se inferir então que biblioteca é um espaço reservado à coleta, ao armazenamento, o tratamento, a divulgação e disseminação da informação, independente do suporte utilizado para registrá-la. Cunha (2001, p. 127) corrobora com esta definição ao afirmar que tanto as bibliotecas como os centros de informação e documentação têm sido os grandes responsáveis pela “[...] aquisição, armazenamento, preservação e disseminação da literatura técnico-científica.”, muito embora este autor se atenha mais ao conteúdo do que à biblioteca como um todo,

traçando uma definição totalmente voltada ao papel da biblioteca como fonte de informação.

Lemos (2005, p. 101) vai mais adiante quando afirma que:

Nem toda coleção de livros é uma biblioteca, do mesmo modo que nem toda biblioteca é apenas uma coleção de livros. [...] é preciso que haja três pré-requisitos: a intencionalidade política e social, o acervo e os meios para sua permanente renovação, o imperativo de organização e sistematização; uma comunidade de usuários, efetivos ou potenciais, com necessidades de informação conhecidas ou pressupostas, e, por último, mas não menos importante, o local, o espaço físico onde se dará o encontro entre os usuários e os serviços da biblioteca.

Ou seja, para ter sua função social plenamente atendida, é preciso que a biblioteca seja mais que uma simples coleção de objetos. Há que ser criada com essa finalidade, que possua um acervo organizado e sistematizado, o que facilitará a pesquisa. Precisa ter verba para manter e renovar o acervo de forma a mantê-lo atualizado e servindo como fonte de consulta, principalmente nas áreas que se renovam constantemente, além de ter uma comunidade de usuários e espaço físico adequado para abrigar tanto as coleções quanto os próprios usuários. Os funcionários precisam ser capacitados para atender às necessidades informacionais dos que a procuram. Todavia, percebe-se que em muitas bibliotecas brasileiras faltam alguns importantes pré-requisitos, seja por falta de verba, de funcionários capacitados, de espaço físico adequado, enfim, por vários motivos muitas bibliotecas não conseguem atender completamente sua função social e de disseminação do conhecimento.

Estas instituições, como os museus, são diferenciadas. Lemos (2005, p. 107) descreve esta tipologia como sendo “[...] bibliotecas nacionais, públicas, escolares, universitárias, especializadas e especiais.” A seguir, serão caracterizadas sucintamente cada uma delas, com atenção maior, devido à relevância para este estudo, às universitárias e especializadas.

Biblioteca pública, como o nome já diz, é a que atende qualquer tipo de usuário. “[...] abertas a toda a comunidade [...] acervo que abrange todas as áreas do conhecimento, mas sem incluir materiais muito especializados [...] em geral bem supridas de livros didáticos e obras de ficção.” (LEMOS, 2005, p. 107). O autor salienta, ainda, o caráter de “biblioteca depositária” que algumas bibliotecas



estaduais e municipais possuem, ao acolher a produção intelectual da comunidade a qual servem.

A Biblioteca Nacional é a que guarda a produção intelectual de autores nacionais. No Brasil, nas palavras de Lemos (2005, p. 110) “[...] é o órgão responsável, como biblioteca depositária da produção bibliográfica brasileira, pela coleta, organização, preservação e difusão de nossos bens culturais de natureza bibliográfica.”

Biblioteca escolar, como não podia deixar de ser, é aquela ligada a escolas de ensino básico, sejam públicas ou privadas. O acervo deste tipo de biblioteca é, normalmente, de médio porte e visa suprir as necessidades dos alunos, tanto no campo do ensino, quanto na área do lazer.

Bibliotecas especiais segundo Lemos (2005, p. 110), são aquelas que “[...] devido à peculiaridade de sua clientela ou dos materiais com que lidam [...]” se diferenciam das demais categorias, não se enquadrando em nenhuma delas. Uma biblioteca que possui seu acervo em *Braille* ou a biblioteca de um estabelecimento prisional são exemplos de biblioteca especial. Embora o acervo seja, normalmente, genérico, o público atendido é específico e diferenciado.

Feito este breve comentário sobre estes tipos de bibliotecas, analisar-se-á agora, as de interesse primordial para este estudo.

As bibliotecas universitárias muitas vezes, em municípios pequenos principalmente, são a melhor opção e fonte de consulta que a comunidade possui. São ligadas a Universidades e nelas, segundo Lemos (2005), é onde pode ser encontrada a maioria do acervo bibliográfico do país, além das maiores e melhores coleções de periódicos e de obras de referência.

Além de ter um excelente acervo, os itens destas bibliotecas costumam ser bastante atualizados, em consonância com a realidade atual, onde tudo muda muito rápido. Lemos (2005) ressalta, ainda, o fato de à maioria delas possuir acesso a bases de dados bibliográficas e em linha, além de grande experiência em obtenção de cópias de artigos científicos, tanto no país como no exterior, quando não contemplados em seu acervo, o que é valiosíssimo para qualquer pesquisador.

Apesar disso, a maioria delas restringe o acesso aos docentes e estudantes da universidade, mas, ainda assim, o público externo pode realizar consulta local, ou seja, dentro dos limites da biblioteca como é o caso das bibliotecas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Isto porque o acervo é patrimônio da entidade e é

adquirido para atendimento das necessidades informacionais de seu corpo docente que, não raro, é constituído de professores pesquisadores, e para a formação dos alunos.

Outro fator que merece atenção nessas instituições é a disponibilização de catálogo em linha, via Internet, o que é comum à maioria delas. Desta forma o pesquisador não precisa de deslocamentos desnecessários (LEMOS, 2005).

As bibliotecas denominadas especializadas são aquelas que:

[...] se acham vinculadas a instituições, públicas ou privadas, que se destinam prioritariamente ao atendimento de uma clientela formada por especialistas, dedicados integralmente à pesquisa ou à prestação de serviços, embora possam também desenvolver atividades docentes. (LEMOS, 2005, p.109).

Estas bibliotecas, também conhecidas por centros de documentação, se constituem em excelentes fontes de informação para os pesquisadores da instituição. Segundo o autor, costumam oferecer serviços de boa qualidade e bom atendimento e, quando abrem a possibilidade de pesquisa local ao público externo, tornam-se uma ótima opção para pesquisas tanto bibliográficas como em bases de dados visto que seus acervos são constituídos pelas publicações da própria instituição e extensa bibliografia técnica e científica.

As bibliotecas, desde seus primórdios, foram consideradas como guardiãs do conhecimento. Todavia, informação disponível e acessível a todos ainda é um conceito novo. Atualmente as bibliotecas, ou sua grande maioria, permite acesso ao público externo, mesmo que seja para consulta local. Com o advento da Internet, muito se falou sobre a longevidade das bibliotecas. Porém, há que se ter em conta que a Internet só modificou a forma de acesso às bases de pesquisa, mas ainda assim, as bibliotecas são e continuarão sendo fontes de informação por excelência para o pesquisador.

Caracterizadas estas instituições como fontes de informação, pode-se buscar aquelas que são específicas para a área do calçado feminino social de couro. Para tanto, é necessário fazer considerações a respeito dessa área, o que será feito a seguir.

### 3.2 Calçados

Calçado é a peça da indumentária com a função primordial de proteger os pés das agressões causadas pelo meio ambiente, ou seja, do solo onde se pisa, contra o frio, o calor ou a chuva. Com o decorrer do tempo, devido às mudanças culturais, econômicas, sociais enfim, o calçado deixou de ser apenas uma forma de proteger para ser, também, um artigo que segue modas e tendências. A variedade de calçados é muito grande e sua classificação depende de seu formato e do uso que se faz dele. Como o restante da indumentária, ele pode ser usado como forma de distinção social, como riqueza, pobreza, posicionamento político, religião, profissão, sexo, etc. Hoje, o calçado transcendeu sua finalidade primeira e serve como adorno e acessório, sendo seu *design* final ditado pela indústria da moda.

Apesar de o calçado ter sido criado em função da necessidade de proteger os pés, não tem como separar calçado e moda. Todos os anos as novas coleções são apresentadas em eventos pelo mundo todo. No Brasil, a coleção primavera/verão 2010/2011, por exemplo, foi apresentada na Couromoda 2010, em janeiro de 2010. Nove meses antes da disponibilização do calçado para aquisição pelo consumidor final (as novas coleções primavera/verão são disponibilizadas, normalmente, no mês de setembro de cada ano), os novos modelos já estão prontos e gerando expectativa de uso principalmente no público feminino.

Considerando o tempo para a pesquisa, criação e fabrico do calçado, pode-se afirmar que o ciclo de desenvolvimento do calçado leva em torno de um ano e meio para completar-se, desde a produção da matéria-prima até o destino final que é o mercado atacadista e varejista.

É um trabalho árduo e demorado que, entretanto, possui rápida obsolescência em função das modificações sazonais que ocorrem no mundo da moda, do qual o calçado é parte integrante. E é por esse motivo que é imprescindível o uso de fontes informacionais fidedignas, atualizadas e consistentes, não somente para a realização da pesquisa de tendências, mas de todo o processo produtivo envolvido na criação do calçado.

Outra problemática envolvendo criações é a grande competitividade existente neste mercado. Empresas que estão surgindo precisam acompanhar o ritmo das inovações trazidas pelas marcas já consagradas. Os profissionais envolvidos com a criação dos novos modelos, por exemplo, precisam antecipar as tendências para a

nova coleção – cores, formatos, altura, tipo de solado, etc., com, pelo menos, dezoito meses de antecedência, uma vez que o ciclo completo gira em torno desse tempo. Considerando esses fatos, reitera-se a necessidade de informações seguras, atualizadas e de rápido acesso, com a antecedência que a produção do calçado exige. Este estudo vai tratar, especificamente, do calçado social feminino, fabricado em couro, no Rio Grande do Sul.

### **3.2.1 Um Pouco de História**

O homem, diferente dos outros animais, não possui proteção natural para seu corpo. Não possui penas, pelos ou uma couraça que o abrigue das intempéries do clima. Não possui, também, pés acolchoados, como cães e gatos, nem tampouco, possui cascos como os cavalos. Diante dessa realidade, nossos antepassados tiveram que descobrir uma forma de proteger os pés contra o clima e o solo. Mesmo os arqueólogos não sabem precisar se realmente o homem da caverna se cobria com peles de animais, nem se atavam qualquer coisa aos pés de modo a facilitar a sua movimentação nos terrenos ásperos provavelmente existentes na época. Por outro lado é inimaginável que fosse possível não proteger os pés para as grandes jornadas, na busca de alimentos, nas caçadas, lutas e para sua própria sobrevivência em tempos de muito frio e chuva, para caminhar por terrenos rochosos, montanhosos, charcos ou nas florestas e cavernas. Visando desvendar o surgimento do calçado, busca-se apresentar um sucinto panorama desta peça da indumentária humana através de relatos históricos.

Há evidências que a história do calçado começou a partir de 10.000 a.C, ou seja, no final do período Paleolítico ou Idade da Pedra Lascada. Conforme Copetti, pinturas rupestres desta época, encontradas em cavernas da Espanha e Sul da França, “[...] representando caçadores utilizando peles de animais envolvendo os pés, a guisa de sapatos, constituindo-se, aquelas peças, o primeiro tipo de calçado que se tem notícia.” (COPETTI, 1976, p. 19).

Nas câmaras mortuárias egípcias, datando de seis e sete mil anos a.C., historiadores descobriram pinturas representando os diversos estágios de preparo do couro e calçado.

A sandália foi o tipo de proteção para os pés mais utilizada pelos povos

primitivos, mas, à medida que a necessidade exigiu, novos materiais foram descobertos, novas formas de confecção desenvolvidas e os calçados evoluíram. As solas de palha foram substituídas por outros materiais como fibras trançadas ou couro, amarrados aos pés através de tiras. Segundo Espíndula, “[...] no Egito, as sandálias eram feitas de palha, papiro, ou fibras de palmeira. O Faraó Tutancamon usava sandálias e sapatos de couro simples, apesar dos enfeites de ouro.” (2009a).

Olhando a história do calçado percebe-se que ele sempre foi, na maioria dos casos, um divisor de classes. Quem tinha calçado era nobre, ou rico ou poderoso de alguma forma. Ainda hoje, pelo calçado utilizado, podemos inferir a classe social de quem o usa.

Também na arte, o calçado era um símbolo de distinção entre a tragédia e a comédia. O coturno, bota de solado alto, grosso, de passadas fortes, simbolizava a tragédia e o “soco” – tamanco simples usado pelos romanos simbolizava a comédia.

O modelo, a qualidade, o tipo de material utilizado na confecção mostra a que categoria social pertence quem o usa. Na Roma antiga, por exemplo, havia vários estilos, desde a simples sandália até botas que chegavam aos joelhos e eram feitas das mais variadas cores e tecidos. Contudo, para certos grupos e classes sociais, conforme Köller (2005, p. 142), “[...] o tipo de calçado já era preestabelecido [...]” e tinha que ser usado, pois era vedado o uso de qualquer outro. Os côsules usavam sapatos brancos, os senadores, marrons presos por quatro fitas pretas de couro atadas a dois nós e o calçado tradicional das legiões eram as botas de cano curto que descobriam os dedos.

Existiam outros tipos de calçados usados para combate como os “caligae”, sandálias bastante rústicas, de couro pesado e solado grosso, muitas vezes presas com taxas de bronze, que permitiram a estas legiões marcharem por toda Europa, Norte da África e Ásia Ocidental. Há, inclusive, uma curiosidade a respeito deste calçado, conforme conta Espíndula,

Após os combates eram comuns os caligae receberem camadas de peles das faces de seus inimigos, que eram adicionadas aos seus solados. Essa tradição foi herdada dos egípcios, onde eles assim podiam literalmente pisar nas cabeças em seus inimigos. Os soldados vitoriosos ao voltarem das guerras, substituíam as taxas e adornos de seus caligae de bronze por peças de ouro e prata. (ESPÍNDULA, 2009a).

Dos gregos, herdamos os preceitos fundamentais da civilização. Na Grécia antiga, século V a.C., sandália era o calçado mais comum, mas era usada apenas pelos ricos. As cortesãs usavam sandálias folheadas a ouro, com a sola cravejada de pregos que formavam, ao pisar, a palavra “siga-me” (GRÉCIA, 1998).

Este povo vanguardista não só na Filosofia, mas também na ciência e na política, também criou moda. Estudos mostram que chegaram a usar um modelo diferente de sapato em cada pé.

As sandálias ofereceram proteção aos pés por muito tempo, mas não eram suficientes uma vez que eram abertas e não protegiam quanto ao pé, o frio, a chuva. Os artesãos, então, conforme Copetti (1976), preocupados em criar algo que oferecesse esse tipo de proteção, conceberam modelos fechados, acrescentando solas laterais e no calcanhar, surgindo, daí, o que chamamos hoje de sapato.

Na Idade Média, os calçados ainda eram toscos, sem muitos adornos ou preocupação com a beleza e o conforto. Mesmo os sapatos dos ricos eram inteiriços, de couro cru e os pobres e camponeses usavam tamancos. Eram feitos em casa ou por artesões locais. Os sapatos tinham forma de sapatilha e eram usados tanto por homens quanto por mulheres e eram confeccionados “[...] com pele de vaca e as botas, de qualidade superior, eram feitas de couro de cabra.” (A HISTÓRIA dos Sapatos, c1999-2007).

Os calçados bizantinos, no entanto, além de cômodos eram leves e coloridos contrastando sobremaneira com os sapatos toscos e pesados vindos do Norte.

As “crépidas”, calçado usado na Lídia - Ásia Menor, assim chamadas pois rangiam ao caminhar, com solado de couro e cortiça, era um tipo de calçado fechado, que ia até os tornozelos. Tinham enfeites metálicos e de pedrarias, sendo o vermelho-púrpura a cor mais usada (COPETTI, 1976).

Durante a Idade Média, as Cruzadas colocaram em contato toda a Europa e, com isso, foi disseminado o modo de vida e, claro, de calçar da maioria dos povos de então. Nessa época, a realeza alemã usava sapatos “[...] de cetim opaco vermelho-coralina e bordados em ouro e pérolas. As solas, por dentro e por fora, são cobertas de marroquim vermelho.” (KÖLLER, 2005, p. 180). Os franceses usavam o mesmo que se usava na Alemanha e o calçado feminino era igual ao masculino, ou seja, sapatos que iam até o tornozelo ou botas de cano alto.

Os calçados não tinham tamanho padronizado, uma vez que eram feitos de forma artesanal, sem muitos equipamentos. Eram feitos sob medida, como as

roupas. Essa padronização, segundo Espíndula (2009a), foi conseguida após muitas criações e experimentações e, em 1305, o rei inglês Eduardo I decretou que uma polegada, 2,5cm, equivaleria a três grãos secos de cevada, postos ponta a ponta. A partir de então, foi padronizado o tamanho do sapato, com numeração correspondente a cada tamanho de pé. Como um sapato de criança mede treze grãos seu tamanho é treze até os dias de hoje.

Durante os séculos XIV e XV, os sapatos alongaram-se tanto que ficaram pontiagudos e foi nessa época que surgiram os “[...] sapatos-polaina (poulaine) ou *crackow*, de origem polonesa ou cracoviana, flexíveis, de entrada baixa, sem salto, com sola delgada e bico fino.” (A HISTÓRIA do Calçado, 2007).

O Rei Henrique VIII, da Inglaterra, possuía pés largos e inchados e só usava chinelos ou sapatos largos e decretou a proibição do uso de sapatos pontiagudos. Foi dessa forma que o calçado largo, de bico quadrado, acabou se popularizando, sendo usado por qualquer pessoa e sua principal característica é a simetria, sem distinção de pé esquerdo ou direito.

Até o século XVII predominavam as botas. Luiz XIV lança, então, o salto que leva o nome de seu neto Luiz XV. Nesta época os sapatos já eram mais enfeitados, possuíam fitas e laçarotes, mas isso só na Europa. Na América, homens e mulheres usavam sapatos pretos, de verniz e de salto baixo.

A primeira referência que se tem de manufatura de calçados vem da Inglaterra quando, em 1642, “[...] Thomas Pendleton forneceu quatro mil pares de sapatos e seiscentos pares de botas para o exército [...]”. (A HISTÓRIA dos Sapatos, c1999-2007).

A indústria do calçado só avançou mesmo a partir do século XIX, com o advento da máquina de costura americana, de Walter Hunt, de Elias Howe e de Isaac Merrit Singer (A HISTÓRIA do Calçado, 2007).

O uso destas máquinas barateou o custo do calçado e, daí em diante, foi surgindo um maquinário cada vez mais especializado que revolucionou a indústria calçadista e nunca mais parou.

A industrialização do calçado, face à grande demanda de produção, trouxe consigo a busca por outros tipos de materiais para sua confecção. O couro de boi responde por 70% da produção e, no restante dos calçados de couro, usam-se outros tipos, tais como, “[...] couro de bezerro, cabra, carneiro, répteis diversos

(cobra, lagarto, crocodilo), porco, canguru, avestruz, etc.” (HISTÓRIA do Calçado, [200?]).

A partir da quarta década do século XX, grandes mudanças aconteceram na indústria calçadista e os calçados, que eram feitos sempre de couro, com solado também em couro ou, raramente, em borracha natural, com o surgimento da petroquímica e dos materiais sintéticos, passaram a usar, além do couro, matérias-primas alternativas, tais como: têxteis, naturais e sintéticos, laminados sintéticos, materiais injetados e materiais vulcanizados.

Atualmente existem vários modelos de calçados, tais como, *escarpim* – sapato feminino fechado, de salto alto ou médio; *Luís XV* – similar ao *escarpim*, de bico fino e salto bem alto, para uso eminentemente social; *Chanel* – aberto no calcanhar, onde uma tira circunda o pé, de salto alto ou médio; sandália – sapato feminino, masculino ou infantil, aberto, fixado ao pé geralmente por tiras; sapatilha – geralmente feminino, decotado, de salto baixo ou sem salto, com solado flexível e cabedal em material macio; tamanco – geralmente constituído de um solado (cepa) de madeira ou plástico, inteiriço, com um cabedal também inteiriço que cobre o pé por inteiro; chinelo – aberto, macio, com salto baixo ou sem salto; *mocassin* – sapato cujo cabedal envolve todo o pé; tênis – dependendo do uso a que se destina, pode ser fabricado com diferentes alturas de cano, tipos de solado e materiais de cabedal; bota – sapato dotado de um cano que, dependendo da altura e das suas características de modelagem pode chamar-se bota, botina ou botinha (MYLIUS, 1993).

### 3.2.2 O Calçado no Brasil

O calçado chegou ao Brasil com os colonizadores portugueses. A população nativa brasileira, segundo se tem notícia, não usava nada para cobrir o corpo ou os pés. Relatos históricos dão conta que os habitantes da nova terra andavam completamente nus. Motta (2004, p.20), relata que: “Nus e descalços, manejavam um aparato [...]. As vestes ritualísticas eram usadas apenas para falar com os deuses. Sapatos, para quê?”, ou seja, na nova terra, calçado era uma coisa desconhecida.



Provavelmente os primeiros calçados usados em terras brasileiras foram as botas militares dos ocupantes das caravelas que aportaram em Porto Seguro, na Bahia, nos idos de 1500.

De 1500 a 1808 os calçados chegavam junto com os colonizadores. Eram simples e utilitários. A exceção se dava em Pernambuco, no final do domínio holandês. O príncipe Maurício de Nassau queria uma colônia com a mesma cultura existente em seu país de origem. Assim, lutou para estabelecer uma sociedade de hábitos cosmopolitas, uma urbanidade burguesa que usava a moda vigente na Europa, adaptada às condições climáticas da nova terra.

Os calçados, nesta época, ainda eram um subproduto do couro que era utilizado para confecção de selas e arreios para montaria. Eram confeccionados de forma artesanal, apenas para garantir um mínimo de cuidado e proteção aos pés. As mulheres usavam *chapins*, sapatos de ponta larga, redonda e apertados no calcanhar, ou os *pantufos*, fabricados em seda, que moldavam o pé. Eram calçados usados dentro de casa ou na Igreja. Não havia calçamento nas ruas o que destruía o calçado rapidamente.

Com a chegada da Corte, em 1808, vieram, também, novos modelos de roupas, calçados e chapéus, que logo eram imitados pelo povo, principalmente pelas mulheres. Sapatarias proliferaram no Rio de Janeiro, da noite para o dia, visando atender a demanda, uma vez que os calçados femininos eram feitos de tecido costurado na sola que se rasgavam com muita facilidade. Cada par de sapatos podia ser usado apenas uma ou duas vezes porque, além do material usado em sua confecção ser muito frágil, as únicas cores utilizadas eram o branco, o rosa e o azul-céu. A partir de 1832 acrescentaram-se o verde e o amarelo, cores imperiais usadas na Corte (MOTTA, 2004).

Com a industrialização, a partir do século XIX, o sapateiro, que até então fazia todo o processo de produção, passou a dividir as tarefas, dando surgimento às pequenas oficinas calçadistas, com as tarefas sendo executadas individualmente “[...] sem que cada artesão tivesse relação com o todo.” (MOTTA, 2004, p.66).

A indústria calçadista iniciou suas atividades no Rio Grande do Sul com a vinda de imigrantes alemães, em junho de 1824, que se estabeleceram no Vale do Rio dos Sinos – Vale do Sinos. Estes imigrantes, na maioria agricultores e criadores de animais, trouxeram para o Brasil a cultura do artesanato, principalmente nos artigos de couro (HISTÓRICO, 2005).

Além da produção de arreios e selas de montaria, esses artesãos fabricavam objetos de uso pessoal como botas, botins e sapatos, que eram usados para o trabalho na agropecuária. Diferentemente dos brasileiros, principalmente os das camadas mais pobres, que comumente andavam descalços, os alemães não concebiam realizar seus afazeres sem sapatos (HISTÓRIA – Calçado no Brasil, [200?]).

Com os imigrantes, tanto alemães quanto italianos, houve o fortalecimento e surgimento de muitos curtumes, devido à grande disponibilidade de peles vacuns, oriundas inicialmente das charqueadas e, depois, dos frigoríficos.

O couro das patas e virilhas dos animais, que não eram aproveitados no fabrico de peças de montaria, era utilizado para a confecção de sapatos. Era uma produção familiar, feita sob medida, uma vez que não existia padronização dos tamanhos. Para que o sapateiro pudesse fabricar o sapato ele tinha que medir a altura, largura e comprimento do pé do comprador do calçado, para que o sapato ficasse do tamanho certo.

Antes da imigração alemã oficial para o Brasil, Nicolau Becker instalou, em 1797, o primeiro curtume na cidade de Novo Hamburgo e ficou conhecido como “[...] o fundador da indústria coureira do Vale do Sinos.” (SCHEMES, 2005, p. 16).

Suzigan (2000, p.186), noticia que, em 1857, já havia uma fábrica de calçados “[...] fábrica equipada com maquinaria melhorada [...]”, instalada no Rio de Janeiro. Isto porque, para ser considerada “fábrica”, tinha que ter maquinário e ter um número mínimo de empregados. Já o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) brasileiro, noticia a instalação da primeira fábrica de calçados brasileira como sendo no Rio Grande do Sul, em 1888. Em se tratando de fonte oficial do governo brasileiro, optou-se por adotar o ano de 1888 como o marco do início da produção fabril do calçado no Brasil.

Com três conflitos seguidos – a Revolução Farroupilha (1835-1845), a guerra Platina (1850-1852) e a guerra do Paraguai, 1864 a 1870, a produção do calçado ganhou força no Vale do Sinos. Os artesãos que, até então produziam apenas para o consumo doméstico, passaram a fabricar calçado para o exército e, ao final das guerras, os mercados próximos garantiam a sobrevivência desses produtores que, conforme Schemes (2005, p.16) “[...] já, em 1842, “exportava” botinas para a Capital.”

Assim, surgiram alguns curtumes e a fabricação de algumas máquinas, que tornava a produção mais industrializada e, em 1888 (HISTÓRICO, 2005), foi fundada pelo filho de imigrantes alemães, Pedro Adams Filho, no Vale do Sinos, a primeira fábrica de calçados do Brasil, o qual já possuía um curtume e uma fábrica de arreios.

O estado gaúcho aumentava a demanda por calçados, fazendo com que a produção se expandisse a cada ano, formando, ao longo do tempo, um dos maiores *clusters* calçadista mundiais da atualidade.

A partir do século XX, muitas outras fábricas se instalaram no país, sendo a primeira delas em 1904, quando a inglesa Clark, que já possuía dez lojas no Rio de Janeiro, fundou a Clark do Brasil na cidade de São Paulo (MOTTA, 2004).

Seguindo os passos da Clark, em 1907, empresários ingleses e escoceses fundaram a Alpargatas com o intuito de fabricar o “sapato espanhol” – feitos de tecido e solado de corda. Com o passar do tempo, a Alpargatas naturalizou-se com o nome de “Alpargatas do Brasil” e, atravessando guerras e todas as crises econômicas brasileiras e/ou mundiais, está, ainda hoje, firme e forte fabricando e fazendo sucesso com a marca “Havaianas”.

De acordo com informações do MDIC, o maior crescimento se deu nos anos 60 do século passado, quando começaram as exportações em grande escala para os Estados Unidos e outros países, dando ao Brasil um relevante papel na história mundial do calçado. Na década de 70, o calçado passou a ter expressiva importância nas exportações brasileiras (ROSA; CORRÊA, 2006).

A produção de calçados estava concentrada basicamente no Vale do Rio dos Sinos – RS, especializado na produção de calçado feminino, Franca – SP, especializado na produção de calçado masculino e Birigüí – SP que é o maior pólo produtor de calçado infantil. Com a crise econômica que afetou o setor na década de 90, muitas empresas calçadistas do Sul e Sudeste deslocaram-se para os estados do Nordeste a procura de mão-de-obra mais barata, incentivos governamentais e, principalmente, “ [...] voltada ao mercado externo, pois a pressão da concorrência obrigou o calçadista brasileiro a reduzir custos de produção e transporte, além de outras providências.” (ROSA; CORRÊA, 2006, p. 2).

O Brasil ocupava, em 2004, o terceiro lugar no *ranking* mundial dos maiores produtores de couro e de calçados, além de ser um dos países com maior destaque entre os fabricantes de itens manufaturados de couro (COURO, CALÇADOS E

ARTEFATOS, 2005). Apesar disso, o setor calçadista brasileiro esteve fragilizado no mercado internacional em 2006, tendo o setor solicitado uma série de medidas ao governo para resolver questões como comercialização, câmbio, agregação de valor ao produto, carga tributária e a concorrência chinesa, que é nossa pior concorrente, pois devido aos incentivos fiscais do governo chinês, os preços praticados pelos fabricantes chineses ficam muito abaixo dos preços brasileiros. Conforme mostram Rosa e Corrêa (2006), o preço médio do calçado chinês para os Estados Unidos em 2004 foi de US\$ 6,31 o par contra os US\$ 10,92 cobrados pelo Brasil, preço médio do par de calçado brasileiro para exportação.

Hoje, o Brasil conta com o maior rebanho comercial do mundo, superando a marca de 197 milhões de cabeças de gado de corte, sendo que, 32,3% deste gado, estão no Sul e Sudeste. Há no Brasil 800 plantas curtidoras que processam em torno de 40 milhões de peles anualmente e mais de 2.400 indústrias de componentes para couro e calçado, e 120 fábricas de máquinas e equipamentos para os seus produtos. O País atingiu a segunda colocação em produção mundial de couro e a quarta colocação em exportações. Todavia, mesmo respondendo por 13% da oferta mundial de couros, cerca de 200 milhões de peles/ano, ainda apresenta um perfil de pouca agregação de valor a esses produtos. Do total de peles comercializadas internacionalmente, 65% saem como couro *wet blue*, ou seja, no primeiro estágio de curtimento e somente 26% como produto inteiramente manufaturado (no prelo<sup>11</sup>).

Ainda assim, a indústria calçadista brasileira é uma das mais importantes do mundo e conta hoje com, aproximadamente, 2.800 empresas, empregando em torno de 294 mil trabalhadores diretamente. Infelizmente, a China se mantém como principal produtor de calçado e maior exportador mundial. O Brasil, em 2008, “[...] agregou 5% tanto ao consumo quanto à produção em nível internacional, o que nos garantiu a 3ª e 5ª colocações nestes quesitos, respectivamente.” (no prelo<sup>11</sup>).

---

<sup>11</sup> ROLIM, André . **Couro, Calçados e Artefatos**. A ser publicada no sítio institucional do Ministério da Indústria e Comércio Exterior do Brasil (MDIC), 2010. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por [dalcira@gmail.com](mailto:dalcira@gmail.com) em 06 dez. 2010.

### 3.3 Cadeias Produtivas

Segundo Selmani<sup>12</sup> (1992 *apud* MIELKE, 2002), cadeia produtiva é uma sucessão de estágios técnicos ou de operações de produção e distribuição, que ocorrem de forma integrada, em consonância com o mercado e com a demanda final. É um termo traduzido do francês *filière* (que em português significa, literalmente, fileira), surgido na França durante a década de 60 (BATALHA; SILVA, 2001). Já Kliemann Neto e Souza (2004) abordam, juntamente ao conceito de *filière*, outras formas de aglomerados empresariais tais como *cluster* e *supply chain*. Entretanto, para este estudo interessa somente a análise de *filière* e, seu correspondente em português, cadeia produtiva.

As profundas mudanças ocorridas no cenário sócio-econômico mundial, têm suscitado grandes modificações na organização e interrelação das empresas dos mais variados ramos produtivos, gerando o estabelecimento de “[...] parcerias comerciais e de suprimentos, controle e reposição de estoques, movimentação de materiais e mesmo no desenvolvimento conjunto de produtos.” (KLIEMANN NETO; SOUZA, 2004, p. 09).

E é nesse contexto de grandes e inquietantes mudanças que surgem as cadeias produtivas que compreendem todos os setores pelos quais passa a matéria-prima, desde sua produção até a entrega do produto pronto ao consumidor final. É a interligação de todos os setores de um determinado componente, desde a fase de produção primária, matéria-prima *in natura*, passando pela indústria de transformação até se tornar um produto acabado, em todos os seus detalhes, e entrega ao comércio varejista para ser disponibilizado ao consumidor.

#### 3.3.1 Conceituação e Estrutura das Cadeias Produtivas

Cadeia Produtiva, também denominada *Filière*, segundo Prochnik (2002, p.1), representa “[...] um conjunto de etapas consecutivas pelas quais passam e vão sendo transformados e transferidos os diversos insumos.” Para Haguenaer et al.

---

<sup>12</sup> SELMANI, Y. **Analyse de Flux Physique de Bois a L'Interieur de La Filière.** 1992. Tese (Doutorado)- École Nationale du Genie Rural des Eaux et des Forest – ENGREF. Nancy, 1992.

(2001, p. 6): “Conceitua-se cadeia produtiva como o conjunto das atividades, nas diversas etapas de processamento ou montagem, que transforma matérias-primas básicas em produtos finais.” Analisando esta conceituação, pode-se inferir a grosso modo que cadeia produtiva compreende procedimentos que transformam insumos em produtos prontos, destinados ao consumo.

Victor Prochnik afirma que:

As cadeias produtivas resultam da crescente divisão do trabalho e maior interdependência entre os agentes econômicos. Por um lado, as cadeias são criadas pelo processo de desintegração vertical e especialização técnica e social. Por outro lado, as pressões competitivas por maior integração e coordenação entre as atividades, ao longo das cadeias, amplia a articulação entre os agentes. (PROCHNIK, 2002, p. 1).

Para Kliemann Neto e Souza (2004, p. 13), cadeia produtiva é uma “[...] seqüência de atividades empresariais levando à contínua transformação de bens, do estado bruto ao acabado ou destinado ao consumo.” De uma forma simplificada, pode-se dizer que cadeia produtiva é o conjunto de atividades e etapas que compreendem todo processo produtivo. Estas atividades iniciam com o fornecimento de matéria-prima, passando pela transformação desta em produto acabado e chegando aos agentes de distribuição da mercadoria ao consumidor. Ainda segundo estes autores, as cadeias produtivas representam arranjos empresariais, resultantes de mudanças no cenário econômico mundial, que “[...] redefinem as fronteiras das organizações, e fazem com que a busca da competitividade não aconteça de forma isolada, mas sim dentro de um coletivo de empresas articulado e integrado.” (KLIEMANN NETO; SOUZA, 2004, p. 10).

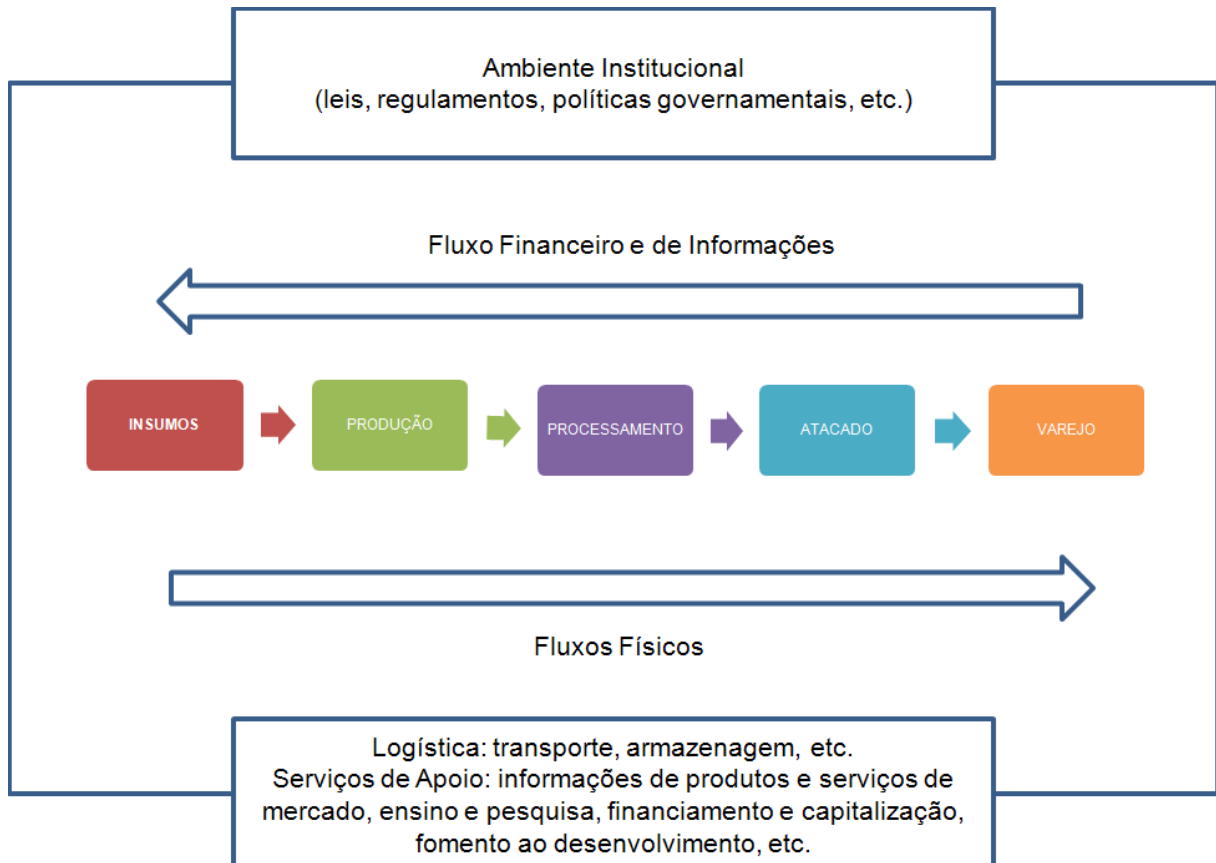
O estudo da cadeia produtiva pode ser útil também para a aplicação de novas ferramentas gerenciais, com o intuito de buscar maior eficiência e qualidade na produção. Analisando a cadeia produtiva, é possível entender todo o sistema produtivo e planejar, de forma abalizada, como ter o melhor produto com o menor custo. É possível engendrar ações visando o menor custo-benefício para o negócio, com qualidade, respeitando o meio-ambiente, sem perder o foco no lucro, no crescimento, que é o mote, o fator impulsionador de todo empresário.

Para Haguenaer *et al.* (2001), o entendimento correto de conceitos como esse é válido para a verificação de pontos fortes, deficiências e potencialidades das

empresas que engloba. Conforme Silva (2005, p.2): “Sob a ótica de cada participante a maior vantagem da adoção do conceito está no fato de permitir entender a dinâmica da cadeia, principalmente, em compreender os impactos decorrentes de ações internas e externas, respectivamente”. A aplicação do conceito de cadeias produtivas pode ser utilizada para revelar fragilidade entre os elos dessa corrente, ou mesmo potencialidades, de forma a garantir a qualidade do produto gerado por estas indústrias.

Silva (2005) classifica as cadeias produtivas em dois tipos básicos sendo o primeiro como cadeia produtiva dedicada, ou seja, onde “[...] fluxos de insumos, matérias primas, produtos e capitais, bem como os repasses de tecnologia, ocorrem sob regências contratuais.” e o segundo como cadeia produtiva com integração horizontal, onde “[...] os elementos de um dado segmento podem executar a mesma função em várias cadeias, como também, vários elementos podem executar a mesma função em um dado segmento.” (SILVA, 2005, p.5). Analisando esta tipologia, percebe-se que um tipo difere do outro apenas no que concerne à exclusividade, ou seja, enquanto um baseia-se em bases contratuais, buscando fidelidade entre as empresas, o outro opta por uma liberdade maior, permitindo que a mesma empresa possa negociar também com outros segmentos.

Com essas definições bem discutidas, cumpre exemplificá-las, de maneira que se torne mais simples o entendimento de cadeia produtiva. Não há uma forma pré-estabelecida para sua estrutura, visto que esta depende de diversas variáveis como o contexto em que se insere e seu mercado (SILVA, 2005). Em virtude disso, reproduz-se aqui um esquema básico aplicável a uma cadeia produtiva qualquer.



**FIGURA 1 - Diagrama baseado em METODOLOGIA DO PROGRAMA SEBRAE AQUICULTURA - 2001**  
**FONTE — Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, 2010.**

Analisando o diagrama, pode-se perceber os segmentos envolvidos em uma cadeia produtiva, tais como insumos ou matéria-prima, produção e processamento que são etapas de transformação da matéria-prima em produto final, e atacado e varejo que são os pontos de comercialização do produto pronto.

No exemplo apresentado, percebe-se ainda que os fluxos físicos representam a direção em que se processa a cadeia, de montante (setores dos quais se demandam insumos) à jusante (setores aos quais se ofertam produtos) enquanto que, os fluxos financeiros e de informação seguem o caminho inverso, indo de jusante à montante da cadeia produtiva.

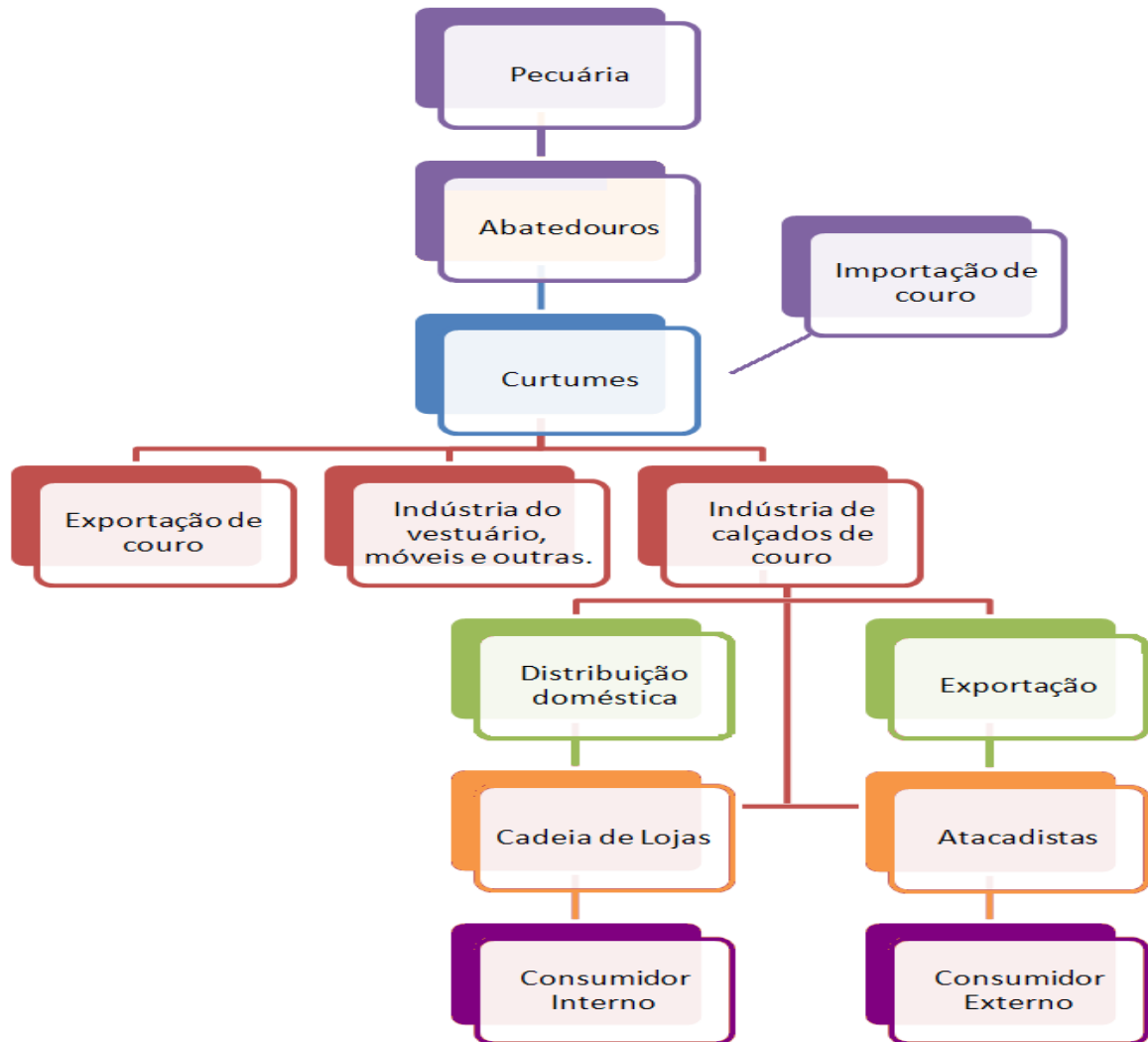
Quanto ao ambiente institucional – leis, regulamentos, políticas governamentais, e os setores de logística e serviços de apoio, mesmo não sendo parte integrante da cadeia produtiva, situam-se ao redor destes segmentos ou elos e exercem grande influência no seu funcionamento.



### 3.3.2 Cadeia Produtiva do Calçado de Couro

Para a cadeia produtiva do calçado de couro, foco deste estudo, conforme Fensterseifer e Gomes (1995) têm-se, como atores da cadeia, pecuaristas, abatedouros, indústrias de curtume, fábricas produtoras de calçados, distribuidores e atacadistas, cadeias de lojas de venda direta e o consumidor final. Na Figura 2 (ver p. 58), fica visível não só um esquema de cadeia produtiva do calçado de couro, como também pode-se observar os elos a montante, a jusante e eixo principal, mostrando claramente como se dá essa ligação e porque todo o processo, desde a criação do gado até a fabricação do calçado, deve ser de interesse de todos os segmentos envolvidos, uma vez que do trabalho de uns, depende o trabalho de outros na geração de emprego, renda, valor agregado ao produto final, beneficiando toda a cadeia. Estão representados, também, os fluxos de importação e exportação de couro, e destinação para outros usos.

Além da cadeia produtiva do calçado de couro, há que se levar em conta que existem outras cadeias produtivas que, embora não façam parte integrante desta cadeia, se interligam e interagem com ela. Segundo Fensterseifer e Gomes (1995, p. 23), são chamadas “[...] cadeias tecnologicamente ligadas [...]” e, no presente caso, são as cadeias produtoras de equipamentos e insumos necessários aos vários elos da cadeia do calçado de couro, em função de suas especificidades e peculiaridades.



**FIGURA 2 - CADEIA PRODUTIVA DO COMPLEXO CALÇADISTA DE COURO**  
**FONTE - FENSTERSEIFER; GOMES, 1995, p.25.**

Legenda:

Elos a montante: Pecuária, abatedouros, e curtumes;

Eixo principal: Indústria de calçados de couro, e

Elos a jusante: Exportação, atacadistas, consumidor externo, distribuição doméstica, cadeias de lojas e consumidor interno.

A cadeia produtiva principal, juntamente com as cadeias tecnológicas interligadas (equipamentos, componentes, insumos, etc.) e atividades terciárias de apoio que são os centros de treinamento, ensino e pesquisa e entidades representativas do setor tais como Sindicatos, Associações de empresários e outras, formam o Complexo Coureiro-Calçadista (FENSTERSEIFER; GOMES, 1995, p. 26).

A cadeia produtiva do calçado de couro começa com o pecuarista que cria o gado de corte. Quando este atinge o peso ideal para venda, a negociação é feita com os frigoríficos e são estes que repassam o couro do animal aos curtumes para o beneficiamento, tratamento dado ao couro para que possa ser vendido e utilizado na indústria de calçado ou de outros artefatos. Vendrametto, Giannetti e Brusntein (2001) afirmam que o pecuarista vê uma única linha de negócio para o gado bovino de corte, que é a venda da carne, desconsiderando a importância dos demais produtos advindos desse rebanho. Para os autores, depois da carne, a principal matéria prima oferecida pelo rebanho bovino é a pele que

[...] depois de processada no curtume transforma-se em couro [...]. Este produto, o couro, irá abastecer o setor calçadista, de roupas, de bolsas, cintos, estofamento de automóveis, entre outros [...] Por não ser o couro considerado nas negociações do frigorífico com o pecuarista, não há por parte deste último nenhuma preocupação em preservá-lo como matéria prima de qualidade para as etapas seguintes. São comuns cicatrizes de cerca de arame farpado, marca de ferro incandescente no dorso do animal na região nobre da pele, furos de berne ou calcificação provocada por carrapatos além de ferimentos por causa do transporte inadequado. Estes acidentes produzidos na pele do animal acarretarão nas fases seguintes, do curtume e da indústria calçadista, enormes perdas não só de matéria prima como de insumos no processamento. (VENDRAMETTO; GIANNETTI; BRUSNTEIN, 2001, p. 5).

Os curtidores e fabricantes de calçados de couro não fazem parte dessa negociação, nem da criação do gado. Existe um grande hiato entre os elos dessa cadeia. Todavia, dada a importância do couro tanto para um como para outro segmento, havendo entendimento entre pecuaristas, donos de frigoríficos, curtidores e fabricantes de calçados, ou seja, havendo maior troca de informações entre os partícipes, estes problemas e, talvez, muitos outros, possam ser minimizados. Agrega-se valor não só ao couro propriamente dito, como também aos produtos dele derivados, como é o caso do calçado de couro que poderá alcançar um maior valor na hora da comercialização, principalmente, na exportação por apresentar um couro de melhor qualidade, trazendo mais divisas para o país (BANCO NACIONAL..., 2010).

O próximo elo ou segmento dessa cadeia é o abatedouro ou frigorífico. Também aqui não se percebe uma preocupação maior com o cuidado do couro. Este produto, que já chega ao frigorífico apresentando problemas, sofre mais

agressões nessa etapa do processamento. Quando a pele é retirada do gado abatido, não há nenhum cuidado com furos, cortes indevidos e lanhos de faca, sem falar na falta de qualidade do armazenamento que propicia o surgimento de fungos, além dos detritos contaminantes do meio ambiente, gerados por esse processo. De acordo com Vendrametto, Giannetti e Brusntein (2001), outro dado importante é que, além do prejuízo causado ao couro em si e também ao meio ambiente, estas práticas inconsequentes e descuidadas geram uma grande perda entre a quantidade de animais abatidos e a quantidade de couro negociada. O fabricante de calçado de couro recebe uma matéria prima encarecida, “[...] de qualidade duvidosa e, em muitos casos, sem condições de utilizar tecnologia mais avançada em função dos furos, cortes, lanhos, manchas, etc. presentes no couro.” (VENDRAMETTO, GIANNETTI, BRUSNTEIN, 2001, p. 6).

Na etapa seguinte, que acontece nos curtumes, as agressões ao couro continuam. O salgamento, que é feito ainda no frigorífico para conservar o couro até chegar ao curtume, consegue esconder, inclusive, a marca de ferro que é feita para identificar o proprietário. Nos curtumes, os couros são submetidos a severos processos industriais que envolvem o uso de solventes, vernizes, tintas e outros componentes químicos até estarem semiprontos (nessa fase o couro é chamado *wet blue*) ou prontos para serem usados na indústria de calçados (ARAÚJO, 2005, p. 20).

Há três tipos de curtumes quais sejam curtume de *Wet Blue*, curtume de couro semi-acabado ou couro *crust* e curtume integrado, ou seja, o curtume que faz todos os procedimentos de preparo do couro para uso industrial ou artesanal.

Entre curtumes e fábricas de calçados, segundo afirmam Vendrametto, Giannetti e Brusntein (2001, p. 7), há casos em que existe uma relação de parceria que, juntos, “[...] estudam e ‘elaboram’ a qualidade da matéria prima, cor, tingimento, desenhos, textura.” Nestes casos o curtume passa a abastecer a fábrica com essa matéria prima em regime de *just in time*, ou seja, a matéria-prima chega a fábrica no momento de ser utilizada.

Mesmo existindo algumas parcerias, segundo Santos et al (2002, p.76) “[...] falhas foram apontadas, após 1994, na estrutura do *cluster* gaúcho, como falta de integração entre os elementos que, inclusive, competem entre si, e pouco investimento em mão-de-obra, até mesmo gerencial [...]”. Mais uma vez, fica evidenciada a necessidade de comunicação e informação constante e atualizada

entre todos os elos ou segmentos da cadeia produtiva, visando um maior aproveitamento da matéria-prima e da tecnologia, propiciando assim um maior valor agregado ao produto em todas as suas fases.

Após todos esses procedimentos para transformar o couro, ele é vendido, principalmente, às indústrias calçadistas. Corrêa (2001), afirma que 45% do couro produzido no Brasil vão para a indústria de calçados. As etapas de confecção do calçado, segundo Fensterseifer e Gomes (1995), são modelagem, corte, costura do cabedal, solados, montagem e acabamento.

Os mesmo autores ainda fazem uma descrição de como se dá e o que se faz em cada uma destas etapas. Como parte mais interessante ao foco deste estudo, destaca-se a modelagem ou *design*, por ser o primeiro passo para a fabricação do calçado. Essa é a fase da criação, de expressão do estilista, na qual ele coloca todo seu conhecimento e gênio criativo, de forma a produzir um modelo que seja lindo, suscite a vontade de usar, seja confortável, enfim, que agrade o público para o qual está sendo criado. Outra vez aparece a necessidade de informações confiáveis e mais do que atualizadas, tendo em vista que as pré-coleções são apresentadas nas feiras nacionais e internacionais com cerca de um ano de antecedência.

As demais etapas seguem seu curso até que, estando pronto o sapato, segue para o seu destino final que pode ser o mercado interno ou externo.

O setor coureiro-calçadista brasileiro conta, ainda, com várias indústrias de apoio à confecção do calçado como as de componentes têxteis, metais e acessórios, fôrmas e matrizes, solados, produtos químicos para calçados, outros acessórios e não-tecidos (CORRÊA, 2001, p. 81).

No Rio Grande do Sul este complexo está localizado no Vale do Rio dos Sinos e constitui-se num verdadeiro distrito industrial ou *cluster*.

A importância do bom desempenho da cadeia produtiva do calçado de couro não é só local, para o Estado produtor, mas gera emprego e renda no país como um todo. Se a cadeia estiver ajustada, ou seja, se todos os elos mantiverem constante comunicação de forma a contar sempre com informações confiáveis e atualizadas, o resultado positivo beneficiará toda a cadeia, desde o pecuarista até o consumidor final.

Isso fica claro quando se examina o volume de calçados exportados pelo Brasil e, principalmente, pelo Rio Grande do Sul. Conforme o noticiado no sítio Global 21, vê-se que, em 2008, o Rio Grande do Sul exportou US\$ 1.117.679.008,00

representando 59,41% do total das exportações brasileiras de calçados. No Quadro 1, cuja fonte é a Abicalçados, citada pelo sítio Global 21, não fica claro o quanto deste percentual é de calçados de couro, uma vez que são produzidos e exportados calçados confeccionados com outros tipos de matéria prima (GLOBAL 21, c2010).

|                   |               |         |
|-------------------|---------------|---------|
| Rio Grande do Sul | 1.117.679.008 | 59,41%  |
| Ceará             | 346.396.937   | 18,41%  |
| São Paulo         | 185.442.264   | 9,86%   |
| Bahia             | 82.649.995    | 4,39%   |
| Paraíba           | 77.770.609    | 4,13%   |
| Minas Gerais      | 16.222.762    | 0,86%   |
| Sergipe           | 14.923.322    | 0,79%   |
| Santa Catarina    | 11.816.786    | 0,63%   |
| Pernambuco        | 11.536.912    | 0,61%   |
| Paraná            | 10.105.211    | 0,54%   |
| Demais estados    | 6.764.545     | 0,36%   |
| Total             | 1.881.308.351 | 100,00% |

QUADRO 1 - Exportações Brasileiras de Calçados por Estado em 2008 em US\$.

FONTE — GLOBAL 21, c2010.

A Cadeia produtiva do calçado de couro é tão importante em termos nacionais, que o governo brasileiro, através do MDIC, no Planejamento Estratégico 2005-2006 do Fórum de Competitividade de Couro, Calçados e Artefatos, diz que:

[...] a cadeia produtiva poderia atingir um potencial estimado de **exportação de US\$ 10 bilhões e geração de 650 mil novos empregos, conquistando a condição de maior produtor mundial de couros (atualmente 3º), de segundo maior de calçados (atualmente 3º) e de terceiro maior exportador de calçados (atualmente 5º)**. A maior competitividade internacional poderá torná-la referência em atuação social e inovação tecnológica; para tanto, será importante uma ação política governamental na obtenção de reciprocidade nas condições de comércio no mercado internacional, na modernização do sistema tributário e na adequação das taxas de câmbio e de juros. Como resultado, teríamos menores níveis de conflito, experiência de ganhos conjuntos, melhoria da qualidade e

da produtividade em alguns elos e o incremento das importações no país. (COURO, CALÇADOS E ARTEFATOS, 2005, grifo nosso).

Embora não seja o foco deste estudo, há que se registrar a cadeia produtiva de calçado de couro que é voltada para o profissional que trabalha em pé ou caminhando a maior parte do tempo. São os calçados fabricados com couros tratados de forma a serem extremamente confortáveis e macios, além de serem ergonômicos. São os chamados calçados da “linha branca” que são produzidos pela Usaflex Indústria & Comércio, que foi fundada em 1998, em Igrejinha, Rio Grande do Sul, com a finalidade de produzir calçados femininos utilizando couro animal. A partir do ano 2000

[...] criou e agregou a marca Usaflex, um produto voltado para atender o consumidor que procurava um calçado extremamente confortável. Produzido em couro macio, com palmilha e solado especialmente desenvolvidos para proporcionar o maior bem estar e segurança no calçar [...] (HISTÓRIA, 2010).

São calçados produzidos em couro especial, nos quais o solado é injetado na própria empresa, em TPU e VipFlex Microcelular expandido cujo material usado para a fabricação é totalmente virgem. Os cabedais são confeccionados “[...] em couro natural, com estampas e tratamentos diferenciados. As palmilhas e os forros são cuidadosamente macios [...]” (HISTÓRIA, 2010 ).

Outro nicho que deve ser abordado é o de calçado fabricado com materiais recicláveis, pela relevância da inovação. Numa época em que o planeta está literalmente pedindo socorro, é importante ressaltar iniciativas de reaproveitamento e reciclagem de materiais usados, visando a “saúde” do planeta e, de resto, de todos nós.

É uma linha de produtos, entre eles o calçado, que são confeccionados a partir de materiais reciclados. A Franca 2010, feira de calçados que ocorre anualmente na cidade de São Paulo, contou com um estande da Prefeitura de Novo Hamburgo, RS, no qual estava presente a Cooperget, Cooperativa de Jovens da Vila Getúlio Vargas, daquela Cidade. Esta Cooperativa produz calçados usando lona reciclada no cabedal de tênis infantis, tênis de skate e em mochilas. A empresa possui parceria com uma marca francesa, onde são fabricados tênis infantis de lona de algodão orgânico.

### 3.3.3 O Estilista do Calçado de Couro

O profissional que cria o calçado é o estilista ou *designer*. Na literatura da área, não foi possível identificar qual a posição deste profissional na cadeia produtiva nem qual o termo correto que o designa. Para sanar esta lacuna a autora contatou, via *e-mail*, o Professor Mestre Luiz Carlos Robinson<sup>13</sup>, do Centro de Designer da Feevale o qual, gentilmente, através do correio eletrônico, aceitou responder as seguintes questões: Onde está o profissional que cria o calçado? Como ele é designado? Por que umas fábricas têm um Departamento de Desenvolvimento e outras o terceirizam? A criação do calçado é sazonal? Como é “criado” um novo modelo?

O Professor informou que:

Historicamente as indústrias de calçados sempre se utilizaram de muita mão de obra e se organizavam em grandes espaços físicos. Parte de sua produção, principalmente a costura, ainda hoje, é terceirizada no todo ou em parte, devido às características deste setor e da modelagem apresentadas. Quanto ao *design*, inicialmente éramos (e em muitos casos, ainda somos) copiadores da modelagem que vem do exterior. Ainda são frequentes as viagens para tirar fotos de vitrines na Itália, França, Inglaterra, EUA, etc. para obter estes NOVOS LANÇAMENTOS. Diferentemente a isto, diversos designers aprenderam a utilizar esta e outras ferramentas como apoio para a criação destes novos modelos. Inicialmente, só alguns viajavam e/ou apresentavam estas fotos na empresa ou desenvolviam para outros. Aí surgiram diversas empresas do setor que se especializaram em fazer a MODELAGEM para as empresas, de diferentes portes. Isto ainda vale para os dias de hoje. Com os cursos técnicos do setor e com a criação dos cursos de *DESIGN* diversos novos profissionais foram surgindo ou se aperfeiçoando na área. Hoje, a grande maioria das empresas tem o setor de desenvolvimento de produtos que pode não ser o responsável pelo *design*, mas sim pela operacionalização do modelo adquirido/copiado/desenhado para a produção. Mesmo que a empresa seja de grande porte ela ainda pode se utilizar destes profissionais (*FREE LANCER*) como complemento às suas coleções, justamente porque este profissional tem um diferencial e o trabalho dele é reconhecido no mercado. Antigamente, a criação/lançamento de novos produtos ocorria duas vezes ao ano. Hoje, isto ocorre com

<sup>13</sup> ROBINSON, Luiz Carlos. **Questionário sobre o trabalho do estilista do calçado**. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por [dalcira@gmail.com](mailto:dalcira@gmail.com) em 24 ago. 2010. O Prof. Me. Luiz Robinson é Técnico em Calçados pelo SENAI e graduado em Materiais, Controle de Qualidade e Processos de Fabricação pelo CEFET, Professor com Especialização em Gestão da Produção e Mestre em Qualidade Ambiental pela FEEVALE. Prof. Me. dos cursos de Design de Produto, Design de Moda e Tecnologia, Engenharia Química e de Produção, Gestão da Produção, ministrando aulas nos Institutos ICET e ICSA da FEEVALE e do curso de especialização em Design de Moda e Marketing da ESPM.



reforços em meias-estações e também para apresentar diferenciais de produtos para manter a produção da empresa.


Como se vê pela resposta do Prof. Me. Luiz, o mercado ainda não decidiu como designar este profissional, mas a tendência é que seja *designer* seguindo a nomenclatura inglesa.

Quanto à última questão, o Professor mandou uma apresentação produzida por ele em 2007 para utilização no Curso de Design da Feevale, cujos *slides*, com sua permissão, foram copiados para ilustrar como se dá, grosso modo, a criação de um calçado.

**Primeira etapa - Desenvolvimento de Projetos**

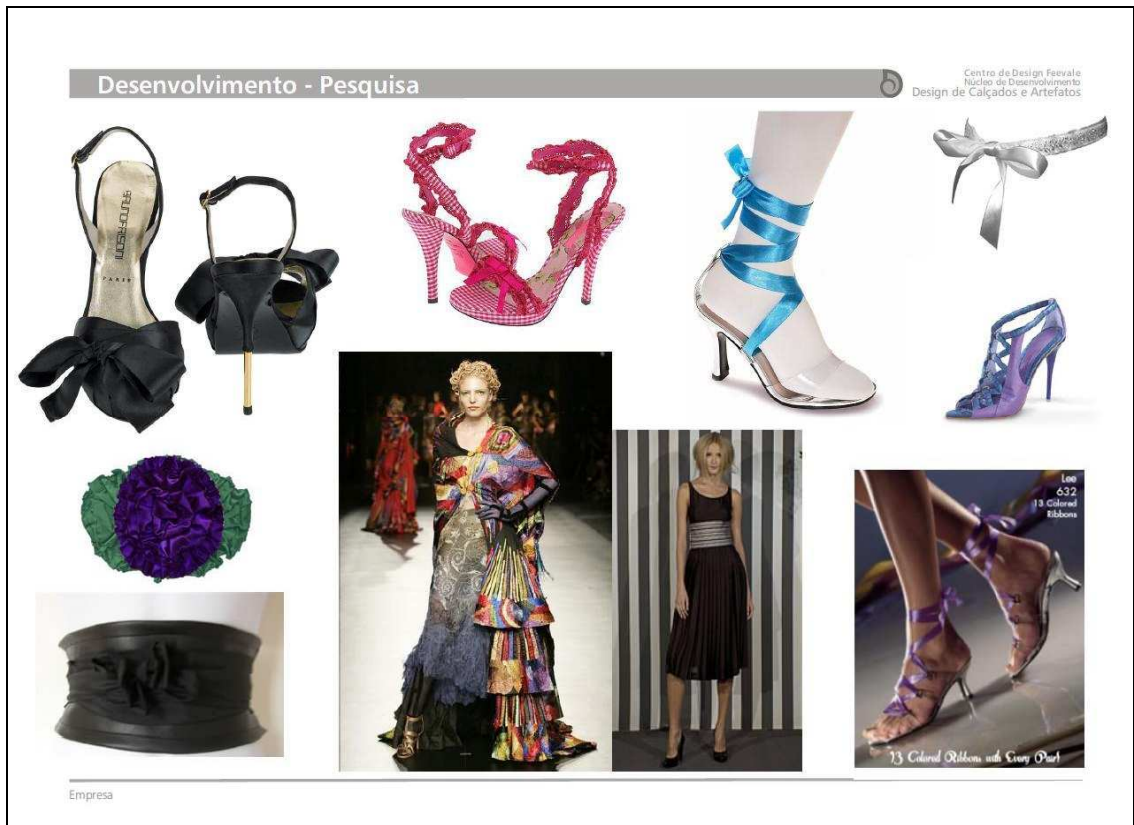
Centro de Design Feevale  
Núcleo de Desenvolvimento  
Design de Calçados e Artefatos

- > Contato da empresa;
- > Primeiros contatos com a empresa;
- > Elaboração de diagnóstico (solicitação de consultoria);
- > Desenvolvimento do orçamento do projeto;
- > Aprovação do cliente;

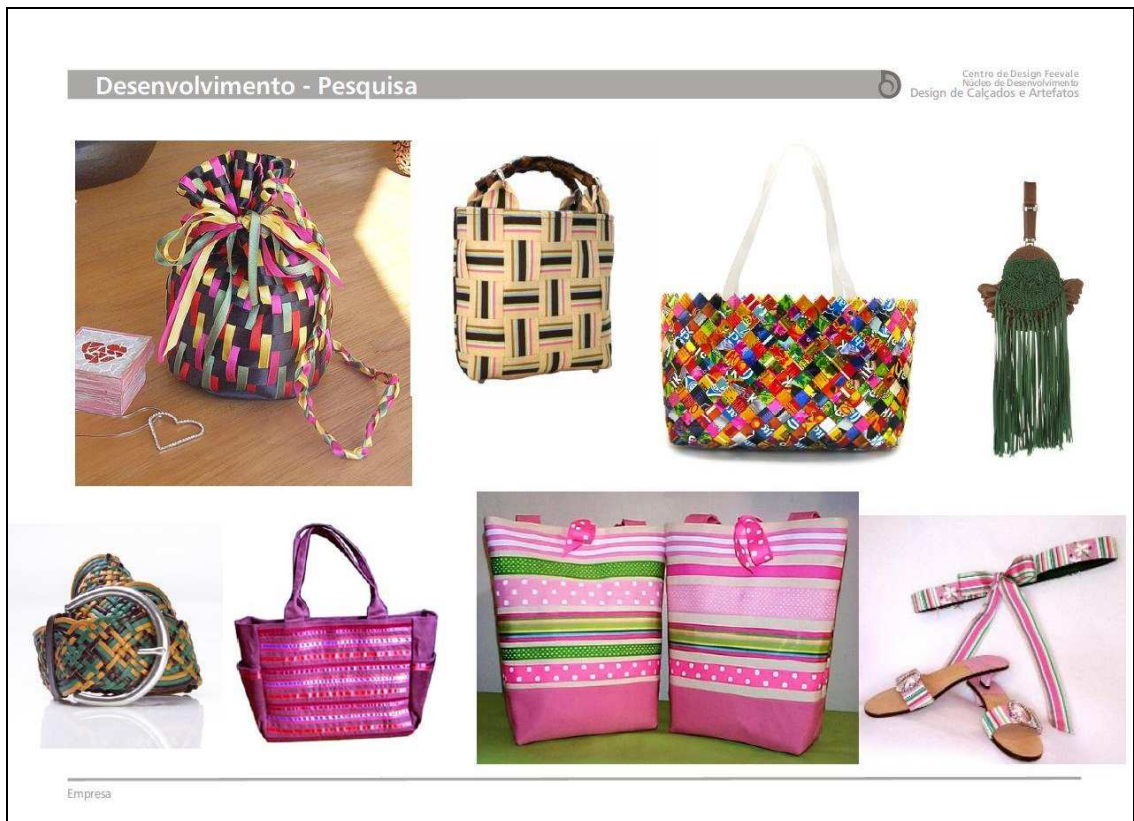


Empresa

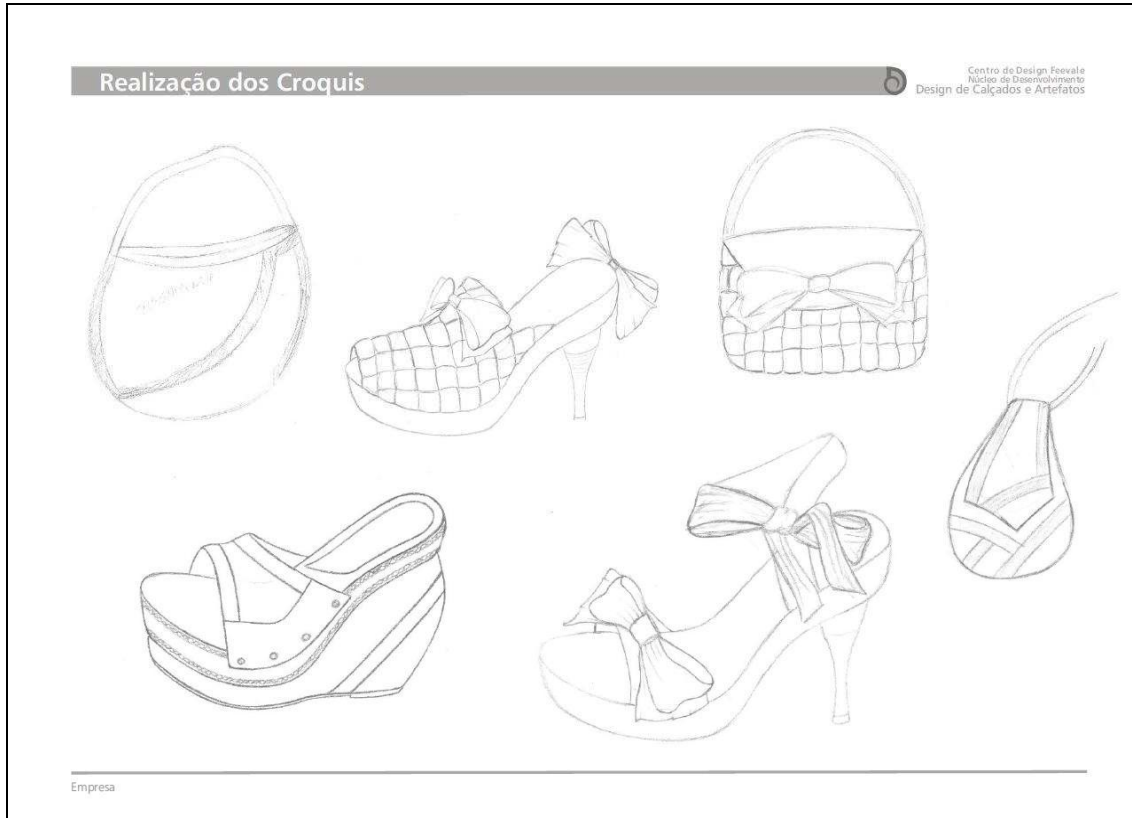
**Slide 1 - Primeira Etapa: Desenvolvimento de Projetos**



Slide 2 - Desenvolvimento de Projetos: Pesquisa



Slide 3 - Desenvolvimento de Projetos: Pesquisa



Slide 4 - Realização dos Croquis



Slide 5 - Digitalização das Propostas



Slide 6 - Produto Final

Em conversa telefônica com o estilista de calçado e instrutor Juan Almada<sup>14</sup>, atuante em Novo Hamburgo, sobre onde está o profissional que cria o calçado, ele informou que só as grandes empresas como a Azaléa, a Dakota, etc. mantêm profissionais estilistas no corpo funcional. Normalmente, estas empresas têm um estilista para cada uma de suas marcas. A maioria delas contrata um profissional autônomo, devidamente reconhecido no mercado, encomenda uma quantidade “x” de modelos por um preço pré-estipulado e, com os novos modelos prontos, providencia a produção e colocação do produto no mercado.

<sup>14</sup> ALMADA, Juan. **Onde está o profissional que cria o calçado.** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por telefone 33842565 em 24 ago. 2010. Estilista de Calçado de Novo Hamburgo-RS. Telefone 51-99739143.

### 3.3.4 O Estilista e a Moda Calçadista

O estudo em questão não prevê o segmento Moda, mas é impossível falar em calçado social feminino de couro e não pensar em moda. Diante dessa assertiva, conceitua-se aqui, sucintamente, o que é moda e pesquisa de tendência, dois conceitos que fazem parte do dia-a-dia do estilista.

Desde que o calçado deixou de ser um acessório de proteção dos pés para ser o complemento da vestimenta, ele acompanha a moda e suas tendências, tanto quanto o vestuário. Em assim sendo, a moda é parte integrante da vida profissional do estilista do calçado. A Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul – FIERGS, através do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial, visando ajudar esses profissionais, elaborou um estudo – **Estilismo e Design**: agregando valor ao mercado, editado pela Abicalçados, no qual a moda é definida como:

[...] uso ou hábito geralmente aceito, variável no tempo, resultante de determinado gosto ou idéia, e de interferências do meio. Reflete os costumes e os valores da sociedade em um período de tempo. Por isso a moda também é considerada um fenômeno social e cultural, consistindo na mudança constante de estilo, mudança esta advinda da necessidade de conquistar ou manter uma determinada posição social (FEDERAÇÃO DAS ..., c2001, p. 8).

E é nesse “mundo” que o profissional estilista atua. Ele é o responsável pela criação dos novos modelos que vão compor a indumentária da nova estação. Ele, como todas as pessoas que trabalham com moda, precisa estar atento às mudanças sociais, culturais, de hábitos e costumes. Acompanhar o que está acontecendo com a vestimenta, cores, modelos, texturas, enfim, tudo que está fazendo sucesso na passarela da moda do vestuário, uma vez que o calçado comporá e completará esta indumentária, preferencialmente de forma harmoniosa e *glamourosa*, em se tratando do calçado social feminino de couro. Além de ser capaz de detectar as mudanças, precisa ter um sentido perfeito para a hora certa de agir em consequência disso.

Ainda considerando o estudo feito pela FIERGS:

Estilo é uma percepção e interpretação de pressentimentos de mudanças futuras na atitude e no sentido da vida, na filosofia prática, nos diferentes ambientes dos diferentes países do mundo. Esses artistas (os estilistas) tentam simplesmente antecipar-nos uma visão de mundo que, na ótica deles, será o nosso mundo, num futuro próximo. Essas descrições de um mundo virtual podem ser feitas, por

exemplo, através de sons, de cores, de materiais diferentes, de superfícies e desenhos com estruturas diversas. O estilo é o que faz uma pessoa ser única, singular, sua marca registrada. [...] A moda passa, o estilo permanece. Esse processo nunca para. Em consequência, novos estilos aparecerão (FEDERAÇÃO DAS ..., c2001, p. 24).

Diante disso, pode-se dizer que o trabalho do estilista precisa ser mais do que criativo, precisa deixar uma marca registrada no usuário do produto já que a “moda passa, o estilo permanece”.

### **3.3.5 Pesquisa de Tendências**

Como o nome já diz, tendência é o que tende, é a presunção do que será, do que está por vir e terá chances de ser bem aceito. Nesse diapasão, pesquisa de tendências é pesquisar, descobrir quais são as expectativas e os desejos do público-alvo que se deseja atingir. Caldas (2006, p. 21), diz que: “A tendência está presente em toda a parte da cultura contemporânea.” É um conceito muito abrangente, que se relaciona com, praticamente, todas as áreas do conhecimento. Quando se ouve alguém falar em tendência, pode-se imaginar que seja da cotação do dólar a estilos arquitetônicos em voga no momento; do preço do petróleo às cores da próxima estação; dos hábitos de consumo gastronômico ao calçado que está sendo usado pelas mulheres nas ruas da cidade. Nesse contexto, Erner (2005, p. 4) diz que “[...] designa-se sob o nome de tendência qualquer fenômeno de polarização pelo qual um mesmo objeto - no sentido mais amplo da palavra – seduz simultaneamente um grande número de pessoas.”

Este é o trabalho inicial do estilista do calçado. Perceber o que está mudando, o que está sendo usado em termos de cores, materiais, roupas, qual a tendência de estilos para a próxima estação e, em cima destas pesquisas e descobertas, exercer a sua criatividade para gerar uma nova coleção que atinja diretamente o seu público-alvo.

## **4 METODOLOGIA**

O conhecimento humano é formado através da pesquisa e se caracteriza pela relação estabelecida entre o sujeito e o objeto pesquisado. A par disso pode-se dizer que a metodologia resulta de um conjunto de procedimentos a serem utilizados pelo indivíduo na obtenção do conhecimento. É a aplicação do método, por meio de processos e técnicas, que garante a legitimidade do saber obtido.

Apesar de os estudos científicos tratarem de temas diferentes, com distintos propósitos e uma gama enorme de variáveis, normalmente coincidem numa sequência comum.

Para Salvador (1982), a estrutura de um trabalho ou pesquisa científica pode ser expressa como uma sucessão de etapas iniciando com a antecipação do que se vai transmitir, a transmissão do que se havia proposto e a declaração do que se transmitiu. Esta sucessão de etapas nada mais é do que apresentar a pesquisa de forma lógica, racional e inteligível compreendendo introdução ao assunto pesquisado, desenvolvimento e conclusão.

Neste capítulo mostra-se o tipo de estudo proposto, a abordagem para a avaliação dos resultados, a população, o instrumento de coleta de dados, bem como os procedimentos utilizados na consecução desta pesquisa.

### **4.1 Tipo de Estudo**

Este é um estudo de caráter exploratório com o intuito de encontrar respostas que conduzam a uma proposta de possível solução para encontrar fontes de informação adequadas, atualizadas, fidedignas e disponíveis ao serviço de criação e fabricação do calçado social feminino de couro. A idéia central é disponibilizar as informações relevantes ao setor coureiro-calçadista de forma organizada e acessível facilitando, assim, a sua utilização e disseminação.

Gil (2002), afirma que o objetivo principal das pesquisas exploratórias é o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições, ou seja, essa tipologia busca o aprofundamento de conceitos pré-existentes ou a comprovação de algo já previamente intuído pelo pesquisador. Assim, seguindo o raciocínio de Gil, as

pesquisas exploratórias, na maioria das vezes, assumem a forma de pesquisa bibliográfica ou estudo de caso.

De acordo com Figueiredo (2004), o estudo de caso visa aprofundar a realidade estudada, possibilitando que os objetivos atingidos permitam a formulação de novas hipóteses e encaminhamento de novas pesquisas, aprofundando cada vez mais o estudo. O estudo de caso não objetiva proporcionar o conhecimento preciso das características de uma população, e, sim propiciar uma visão global do problema ou identificar possíveis fatores que o influenciam ou que são por ele influenciados. Em relação ao procedimento técnico adotado nesse estudo, pode-se afirmar que esta investigação é um estudo de caso devido às características inerentes a este.

A par disso, decidiu-se por realizar entrevistas, visando conhecer o universo da criação/fabrico do calçado de couro feminino. Surpreendentemente, quando foi contatada a população objeto do estudo, não foi possível agendar entrevistas. Os estilistas autônomos alegaram falta de tempo devido a viagens e excesso de trabalho. Quanto às empresas, as alegações foram muito parecidas e, algumas delas, nem se justificaram. Simplesmente não responderam à solicitação de entrevista encaminhada via correio eletrônico. Em razão disso, o instrumento de coleta de dados precisou ser modificado. Buscou-se, na literatura, um instrumento que se assemelhasse à entrevista semi-estruturada e que, de igual forma, propiciasse o conhecimento das fontes informacionais utilizadas pelo profissional estilista do calçado social feminino de couro.

Como resultado dessa busca, optou-se por adaptar o roteiro da entrevista semi-estruturada num questionário composto por questões objetivas e subjetivas. Segundo Baptista e Cunha (2007), os questionários “[...] são muito utilizados em estudos quantitativos (que podem ter questões abertas que coletem dados qualitativos) e entrevistas e observações em estudos qualitativos. Consiste numa lista de questões formuladas pelo pesquisador a serem respondidas pelos sujeitos pesquisados”. Neste tipo de coleta de dados, pesquisador e respondente não estão juntos, não há o encontro pessoal, motivo pelo qual é preciso ter muito cuidado na formulação das questões, sob pena de não se conseguir atingir o objetivo.



Cunha<sup>15</sup> (1982 *apud* BAPTISTA; CUNHA, 2007, p. 178) aponta como vantagens desse método de pesquisa, ser ele “[...] rápido em termos de tempo; baixo custo; permite se atingir uma grande população dispersa; dá maior grau de liberdade e tempo ao respondente; dá a possibilidade de serem menores as distorções; permite a obtenção de dados muitas vezes superficiais e os dados mais detalhados podem ser obtidos com as questões abertas.” Baptista e Cunha, aduzem ainda que:

Com o advento da World Wide Web (WWW) o questionário, como instrumento de coleta de dados, passou a adquirir uma importância maior em relação aos outros instrumentos. A WWW tornou possível a opção de remessa, preenchimento e devolução do questionário de uma forma mais rápida. (BAPTISTA; CUNHA, 2007, p. 178).

### 4.3 População e Amostra

A população estudada corresponde a estilistas gaúchos, sendo oito ligados a empresas calçadistas e cinco autônomos, todos do Vale do Rio dos Sinos. Foi, também, consultado um estilista catarinense, Fábio Marcelo Espíndula, cujos textos já tinham servido de fonte de consulta para a autora. Pelo conhecimento sobre calçados demonstrado nos textos publicados na Internet, a autora achou por bem enviar um questionário ao estilista, que foi prontamente respondido. Além dos estilistas gaúchos do Vale dos Sinos, respondeu o questionário o renomado estilista porto-alegrense, Juliano Hartz, criador do sapato que ilustra o cartaz do filme “O Diabo veste Prada”.

---

<sup>15</sup> CUNHA, M. B. Metodologias para Estudo de Usuários de Informação Científica e Tecnológica. In.: **Revista de Biblioteconomia de Brasília**, v. 10, n. 2, p. 5-19, jul./dez. 1982.



FIGURA 3 - Estilista cria calçado temático para o filme "O Diabo Veste Prada"  
 FONTE – Juliano Hartz, 2010.

Quanto à escolha entre a utilização de um ou mais casos para o estudo, Gil (2002, p.139) afirma que “[...] a utilização de múltiplos casos proporciona evidências inseridas em diferentes contextos, concorrendo para a elaboração de uma pesquisa de melhor qualidade.” Considerando isso, embora demande mais tempo, optou-se pelo estudo de múltiplos casos, buscando mostrar um resultado mais próximo da realidade, pois quanto maior a amostra mais apurado será o resultado da pesquisa.

### 4.3 Instrumento de Coleta de Dados

Inicialmente, o instrumento escolhido foi a entrevista semi-estruturada, pela flexibilidade que oferece. Caso a pergunta não esteja adequadamente elaborada ou o entrevistado fique com dúvidas, há a possibilidade de mudar a pergunta ou esclarecer o respondente, uma vez que o entrevistador fará a pesquisa pessoalmente. Apesar disso, como já explicitado em 4.1, foi necessário fazer-se uma adaptação do roteiro de entrevista para um questionário (APÊNDICE A).

Optou-se por este método por ser o mais adequado para delinear os tipos

de fontes de informação acessadas pelos estilistas e fabricantes de calçado de couro feminino.

Gil (2002, p.141), afirma que “[...] nos experimentos e nos levantamentos, antes da coleta de dados, são realizados testes para garantir validade e fidedignidade aos instrumentos, o que não costuma ocorrer nos estudos de caso.” Apesar disto, para evitar qualquer deslize nas questões propostas e arriscar não alcançar o objetivo especificado em **2.2**, alínea “b”, foi realizado estudo-piloto no início do mês de agosto, com uma empresa previamente escolhida, como forma de validar o instrumento de coleta.

#### **4.4 Procedimentos**

A pesquisa constituiu-se de duas etapas: levantamento das fontes de informação para a cadeia produtiva do couro/calçado social feminino de couro e envio do questionário, via correio eletrônico, aos estilistas, tanto os ligados às fábricas de calçados quanto aos estilistas autônomos do calçado social feminino de couro do Vale do Rio dos Sinos para conhecimento das fontes de informação por eles utilizadas.

O levantamento de fontes de informação foi efetuado através de consultas a fontes de informação primárias e secundárias, em qualquer formato, utilizando-se os conhecimentos biblioteconômicos, visando elencar organizadamente diversas fontes de informação importantes ao segmento estudado, que se encontram dispersas e não relacionadas entre si. Foram incluídas, igualmente, as fontes pessoais, institucionais e eventos pertinentes a todos os elos da cadeia produtiva em foco.

Para iniciar a pesquisa, fez-se necessária uma visita à Biblioteca da Universidade Feevale, que oferece cursos de nível superior voltados para a fabricação de calçado de couro no Vale do Sinos, tanto na área de *design*, quanto na área de Engenharia de Produção de calçados e componentes, visando uma familiarização com o assunto e encontrar literatura pertinente à área de pesquisa.

Para o material disponibilizado em meio eletrônico, foram utilizadas ferramentas de buscas em sítios de pesquisa como o *Google*, e nos sítios oficiais e associativos relacionados com o assunto como o portal do MDIC, as Bibliotecas das universidades, da Abicalçados, do Museu Nacional do Calçado, etc.

#### **4.5 Análise dos Dados**

Realizada a coleta, para orientar o processo de análise dos dados, foi utilizada a obra de Bardin (2002), sobre análise de conteúdo, na qual foram categorizadas as respostas dos entrevistados, visando à obtenção de uma visão geral do uso de fontes informacionais pelos estilistas e fabricantes de sapato social feminino de couro. Segundo Bardin (2002, p. 38), análise de conteúdo é “[...] um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens.” A análise destes dados nos possibilitou verificar quais são as fontes de informação utilizadas pelos estilistas para a criação do calçado social feminino de couro e como é feito o acesso a essas fontes. Isto foi realizado com a codificação e preparação de uma base de dados na qual foram comparadas as categorias significativas ao estudo (RUIZ ABELLÁN; IZQUIERDO ALONSO; PIÑERA LUCAS, 1998). A partir da análise das respostas dos estilistas, foram identificadas e criadas categorias relacionando as respostas conforme estas categorias. Pretendeu-se, dessa forma, verificar se as fontes existentes são conhecidas e consultadas ou se, devido à dispersão das mesmas, não são utilizadas ou são pouco utilizadas pela população da amostra.

#### **4.6 Limitações do Estudo**

Como fatores limitantes do estudo em foco, destacam-se o ingresso da autora em áreas do conhecimento as quais não domina e cuja terminologia obrigou o uso de termos mais genéricos a fim de possibilitar a pesquisa e, como principal limitação à sua realização, o temor por parte das empresas calçadistas de falar sobre um assunto relacionado à sua atividade fim que, em outras palavras, é a necessidade de se resguardar contra a espionagem industrial. Em função disso, o instrumento que, a princípio, tinha sido projetado como uma entrevista semi-estruturada foi transformado em um questionário, embora mantendo os mesmos questionamentos previstos, composto por questões mistas e abertas e enviado via correio eletrônico aos estilistas, tanto os ligados as empresas calçadistas, quanto aos que são autônomos.

A seguir serão apresentados e analisados os dados obtidos.

## **5 ANÁLISE DOS RESULTADOS**

Os resultados obtidos estão apresentados em duas etapas, sendo explicitadas as fontes de informação arroladas para a cadeia produtiva do calçado de couro como um todo e, de modo específico, para o elo calçado social feminino. Posteriormente, estão tratadas e apresentadas as fontes direcionadas à criação do sapato social feminino de couro, através da análise dos questionários respondidos pelos estilistas do Vale do Rio dos Sinos. Porquanto a maioria das fontes colhidas para este estudo estarem disponíveis em meio eletrônico, optou-se por não utilizar notas de rodapé para registrar esta informação.

A seguir, estão apresentadas as fontes informacionais de grande relevância elencadas para a cadeia produtiva do calçado de couro/Calçado Social Feminino de Couro.

### **5.1 Fontes de Informação para a Cadeia Produtiva do Calçado de Couro**

As fontes de informação coletadas para a cadeia produtiva do calçado de couro estão apresentadas em quadros, listadas alfabeticamente e, na sequência, analisadas separadamente. Para melhor visualização e entendimento dessa cadeia produtiva, os quadros foram separados de acordo com o elo ao qual pertencem, ou seja, elo a montante, elo a jusante e eixo principal. O elo calçado social feminino de couro foi deixado para o final visando, com isso, um melhor destaque, tendo em vista ser o foco principal deste estudo.

As fontes de informação elencadas nos quadros estão categorizadas pela sua tipologia, ou seja, fontes de informação institucionais, bibliográficas, pessoais e eventos, dentro de cada área tratada. Abaixo de cada quadro serão apresentadas a descrição da fonte e sua utilidade para a área em questão. Uma mesma fonte pode ser arrolada em mais de uma área, ou mesmo em todas as áreas. Quando isso ocorrer, a fonte será descrita em sua primeira aparição e, nas próximas, a descrição será remetida para esta.

Optou-se pelo uso de quadros para apresentação das fontes, como forma de melhor organizá-las, além de facilitar a visualização das mesmas. O modo de apresentação da referência de cada fonte nos quadros assemelha-se ao formato

que estas serão referenciadas na bibliografia utilizada, ao final do estudo. Porém, durante a descrição da fonte, sua designação será apresentada em negrito, para salientá-las no corpo do texto, não obedecendo, necessariamente, ao formato utilizado no quadro.

A apresentação das fontes de informação para a cadeia produtiva do calçado social feminino de couro iniciará com as referentes aos elos a montante da referida cadeia.

### **5.1.1 Elos a Montante da Cadeia Produtiva**

De acordo com o exposto em 3.3.2 (fls.56) e na Figura 2 (fls.57), os elos a montante da cadeia produtiva do couro são os pecuaristas, os abatedouros e as indústrias de curtume. A seguir serão mostradas as fontes de informação coletadas para cada um destes elos, categorizadas como fontes de informação institucionais, bibliográficas, pessoais e de eventos.

#### **5.1.1.1 Agroindústria**

A agroindústria, importante segmento da cadeia produtiva do calçado de couro, abrange o elo pecuária, responsável pela criação do gado. Serão descritas a seguir, as fontes informacionais para este segmento, listadas no Quadro 2, de forma sucinta. Serão apresentadas algumas características básicas para, posteriormente, relacionar o conteúdo pertinente à área da agroindústria voltada à matéria-prima couro. Visto que algumas fontes institucionais possuem um nome muito extenso, optou-se por utilizar nos quadros, nestes casos, apenas as siglas. No entanto, todas as fontes estão listadas em ordem alfabética e, de igual forma, estão descritas também respeitando essa ordem, embora, nas referências, possam aparecer em ordem diversa.

| ELO           | FONTES DE INFORMAÇÃO |   |                                 |  |
|---------------|----------------------|---|---------------------------------|--|
|               | INSTITUCIONAIS       | BIBLIOGRÁFICAS  | PESSOAIS                        | EVENTOS                                      |
| AGROINDÚSTRIA | ABRAMEQ              | AGROLINE  | Diretório de Grupos de Pesquisa | Congresso Brasileiro do Agronegócio          |
|               | APEXBRASIL           | AGROBASE  |                                 | Congresso Brasileiro de Zootecnia            |
|               | BNDES                | Guide to Reference Books                              |                                 |  |
|               | CNA                  |   | Plataforma Lattes               | Congresso Internacional da Produção Pecuária |
|               | EMBRAPA              | JVD   |                                 | EXPOINTER                                    |
|               | IBGE                 | LUME  |                                 | SEMINAGRO                                    |
|               | IBICT                | Observatório de La Economia Latino Americana          |                                 |  |
|               | INPI                 |   |                                 |  |
|               | MAPA                 | Pesquisa Agropecuária Brasileira                      |                                 |  |
|               | MDIC                 |   |                                 |  |
|               | NEPEA                | Portal do Agronegócio                                 |                                 |  |
|               | ODP                  |   |                                 |  |
|               | SEAPPA               | Revista Brasileira de Engenharia Agrícola e Ambiental |                                 |  |
|               | SENAI                |   |                                 |  |
|               | SENAR                | Revista Técnica Pecuária em México                    |                                 |  |
|               |                      |   |                                 |  |

QUADRO 2 – Fontes de Informação para o Elo Agroindústria.

A **Associação Brasileira das Indústrias de Máquinas e Equipamentos para os Setores do Couro, Calçados e Afins – ABRAMEQ** é uma importante fonte de informação sobre novas tecnologias e novos equipamentos para a indústria coureira. Disponibiliza em seu sítio na Internet informações sobre programas de governo para aquisição de máquinas, acesso a vários órgãos ligados ao setor do couro e oportunidades de negócios (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA..., 2010). O principal objetivo da Abrameq é o desenvolvimento tecnológico das empresas do setor o que impacta diretamente a indústria do couro e calçado, uma vez que melhores máquinas e equipamentos pressupõem melhoria na qualidade da produção.

A **Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos – Apex-Brasil** atende empresas de todos os portes, com foco nas pequenas e médias, e em todos os estágios de maturidade exportadora. A Agência atua estrategicamente para inserir mais empresas no mercado internacional, diversificar e

agregar valor à pauta de produtos exportados, aumentar o volume comercializado, consolidar a presença do País em mercados tradicionais e abrir outros mercados para os produtos e serviços brasileiros. Para isso, oferece soluções nas áreas de Informação, Qualificação para Exportação, Promoção Comercial, Posicionamento e Imagem e Apoio à Internacionalização (AGÊNCIA BRASILEIRA..., 2010). Apoia vários setores da economia brasileira tais como, alimentos e bebidas, tecnologia e saúde, máquinas e equipamentos. No âmbito internacional, a Apex-Brasil coordena importantes fóruns mundiais como o Fórum de CEOs Brasil-EUA, o Comitê Econômico e de Comércio Conjunto Brasil-Reino Unido – Jetco, os Fóruns Brasil-México e Brasil-Índia, entre outros. Em sítio na Internet disponibiliza aos interessados todas as informações necessárias para o empresário se tornar um exportador. Uma excelente fonte de informação para o elo agropecuário, com penetração em, praticamente, todo o mundo.

**O Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES,** é uma empresa pública federal, ligada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – MDIC, e tem como missão “Promover o desenvolvimento sustentável e competitivo da economia brasileira, com geração de emprego e redução das desigualdades sociais e regionais” (BANCO NACIONAL..., 2010). Tem como foco principal de atuação o financiamento de longo prazo para a realização de investimentos em todos os segmentos da economia nacional, com uma política que inclui as dimensões sociais, regionais e ambientais. Por ser uma instituição governamental, reflete as ações do governo federal para este fim. Desta forma, o BNDES é o banco de fomento às indústrias, incluindo a agropecuária, independente do tamanho. É um sítio de fácil navegação e traz as informações pertinentes sobre os produtos oferecidos, forma de obter o financiamento e todos os programas governamentais da alçada de um banco voltado ao desenvolvimento do país. Traz, ainda, em sua página, informações sobre transportes, publicações, formulários, formas de adquirir financiamentos, enfim, é um sítio muito bem desenvolvido, onde a agroindústria pode se apoiar para crescer e desenvolver-se.

**A Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil – CNA,** órgão responsável por agregar associações e lideranças políticas e rurais em todo o Brasil. Trabalha apoiando a geração de novas tecnologias e a criação de agroindústrias responsáveis por aumentar a produtividade rural. “Outra grande iniciativa da entidade é a cooperação e apoio aos programas regionais de desenvolvimento



agrícola, especialmente aqueles que se destinam a reduzir as desigualdades geoeconômicas em todos os Estados brasileiros.” (CONFEDERAÇÃO DA AGRICULTURA..., 2010). Disponibiliza sítio na Internet, com informações sobre pecuária de corte e de leite e seus derivados, publicações da área, eventos, indicadores, legislação, relatórios e pesquisas.

A **Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – EMBRAPA**, instituição ligada ao MAPA, tem como missão “[...] viabilizar soluções de pesquisa, desenvolvimento e inovação para a sustentabilidade da agricultura, em benefício da sociedade brasileira.” (EMPRESA BRASILEIRA..., 2010). A Embrapa coordena o Sistema Nacional de Pesquisa Agropecuária – SNPA, que é constituído por instituições públicas federais e estaduais, universidades, empresas privadas e fundações. Esta rede de instituições trabalha de forma cooperada, executando pesquisas nas diferentes áreas geográficas e campos científicos do conhecimento. A Embrapa atua, ainda, em cooperação técnica internacional com mais de 80 instituições estrangeiras, em 46 países, mantendo acordos principalmente de pesquisa agrícola, envolvendo pesquisa em parceria e a transferência de tecnologia. Portanto, esta instituição proporciona informações técnicas de ponta, atualizadas e de nível internacional para a agroindústria. Possui sítio disponibilizado na Internet, com acesso a uma gama muito grande de informações, sempre atualizadas, voltadas à agroindústria. Através do Sistema Embrapa de Bibliotecas – SEB – também disponível na Internet, pode-se pesquisar nas Bases de Dados da Pesquisa Agropecuária – BDPA, que contemplam todo o acervo existente na Embrapa. Ainda, através do sítio, tem-se acesso ao Repositório Digital Embrapa, que apresenta em texto integral os trabalhos técnico-científicos gerados pela área de Pesquisa, Desenvolvimento & Inovação da Embrapa, e, também, a *e-books* de assuntos relacionados às ciências agrícolas para acesso gratuito.

O **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE**, instituição subordinada ao Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão e se constitui no maior provedor de dados e informações do Brasil, atendendo às necessidades dos mais diversos segmentos da sociedade civil, bem como dos órgãos de todas as esferas governamentais. Sua missão é "Retratar o Brasil com informações necessárias ao conhecimento da sua realidade e ao exercício da cidadania." (INSTITUTO BRASILEIRO..., 2010). No sítio disponibilizado na Internet, proporciona informações atualizadas sobre todos os segmentos da vida do povo brasileiro,

oferecendo um dos maiores acervos especializados em informações estatísticas e geográficas do país, acervo este constituído de publicações impressas e eletrônicas, bem como bases de dados. Disponibiliza, ainda, os resultados das pesquisas em páginas dinâmicas e arquivos para *download* e bancos de dados – Sistema IBGE de Recuperação Automático. Possui, também, serviço de atendimento especializado via *e-mail* e de informações rápidas via *call Center*. Disponibiliza o Catálogo do IBGE, o qual fornece pontos de acesso ao seu valiosíssimo acervo de informações sociais, econômicas e territoriais. Portanto, uma excelente fonte de informações para a agroindústria brasileira, pois fornece dados, tanto regionais como nacionais, sobre o rebanho, o mercado e outros que são de grande valia para a agropecuária.

**O Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia – IBICT**, instituição da administração pública federal, subordinado ao Ministério da Ciência e Tecnologia, tem como missão “[...] promover a competência, o desenvolvimento de recursos e a infra-estrutura de informação em ciência e tecnologia para a produção, socialização e integração do conhecimento científico-tecnológico do Brasil.” (INSTITUTO BRASILEIRO..., 2010). É referência em projetos voltados ao movimento de acesso livre ao conhecimento. Através de ações de cooperação internacional, atua para disponibilizar à comunidade científica e tecnológica brasileira o acesso às bases de dados internacionais, participação em programas de pesquisa e desenvolvimento junto à União Européia. Destaque, também, para o projeto Avaliação do Ciclo de Vida – ACV, que mede os impactos ambientais dos processos, produtos e atividades industriais, visando à implantação de um sistema de inventário de produtos e serviços brasileiros, fundamental para a realização de estudos da ACV e vital para o desenvolvimento da indústria nacional. Desta forma, é uma valiosa fonte informacional também para a agropecuária brasileira, uma vez que possui biblioteca de teses e dissertações, portais temáticos, acesso a bases de dados internacionais, biblioteca virtual, enfim, uma infinidade de canais de informações sobre todos os campos do conhecimento.

**O Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI**, autarquia federal, ligada ao Ministério do Desenvolvimento e Comércio Exterior, é o órgão responsável pelos registros de marcas, pela concessão de patentes, averbação de contratos de transferência de tecnologia e de franquias empresariais, e por registros de programas de computador, desenho industrial e indicações geográficas, de acordo com as Leis da Propriedade Industrial (Lei nº 9.279/96) e de Software (Lei nº 9.609/98), em todo

território nacional (INSTITUTO NACIONAL..., 2010). O INPI tem acesso a um dos maiores acervos de informações sobre todos os tipos de tecnologias do mundo, cerca de 100 milhões de referências de documentos oriundos de diversos países e organizações internacionais, além da documentação nacional, o que permite ampliar pesquisas, perceber tendências tecnológicas e monitorar o que está sendo desenvolvido, onde e por quem. Apresenta informações tecnológicas para a agroindústria, bem como oferece acesso a revistas eletrônicas de Marcas e Patentes.

**O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA**, instituição federal ligada ao governo brasileiro, tem como missão “Promover o Desenvolvimento Sustentável e a Competitividade do Agronegócio em Benefício da Sociedade Brasileira.” (BRASIL. MINISTÉRIO DA AGRICULTURA..., 2010). As informações disponibilizadas pelo MAPA para o segmento da agroindústria são de grande relevância quando da avaliação deste setor da economia brasileira. No sítio da instituição, disponibilizado na Internet, encontram-se informações para o registro de estabelecimentos e produtos, tópicos relativos à comercialização dos produtos agropecuários, estatísticas agroindustriais e agrícolas, além da legislação brasileira para a agropecuária. Disponibiliza, também, acesso à Biblioteca Nacional de Agricultura – BINAGRI, de responsabilidade da Secretaria Executiva desse Ministério. Esta biblioteca arrola diversas bases de dados da área agrícola e áreas correlatas, que podem ser acessadas individual ou conjuntamente através do sítio, nas quais podem ser encontrados referenciados periódicos, artigos e livros relacionados à agropecuária.

**O Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – MDIC** do governo brasileiro, instituição oficial voltada ao desenvolvimento da indústria, do comércio e dos serviços no País. Esta instituição é responsável pelas políticas de desenvolvimento da indústria, comércio e dos serviços, propriedade intelectual e transferência de tecnologia, metodologia, normalização e qualidade industrial, políticas de comércio exterior, regulamentação e execução dos programas e atividades relativas ao comércio exterior, aplicação dos mecanismos de defesa comercial, participação em negociações internacionais relativas ao comércio exterior, formulação da política de apoio à microempresa, empresa de pequeno porte e artesanato, execução das atividades de registro do comércio (BRASIL. MINISTÉRIO DE DESENVOLVIMENTO..., 2010). Disponibiliza, através de sítio na

Internet, publicações voltadas à agroindústria e seu desenvolvimento, bem como informações sobre a cadeia produtiva do couro e do calçado. Apresenta os projetos de inovação tecnológica promovidos pelo governo federal, dados estatísticos referentes ao setor, informações para comercializar no exterior, taxas e tributações relativas ao comércio etc.. Possui também uma seção especial para as micro, pequenas e médias empresas, onde há informações sobre fóruns de debate e publicações acerca deste porte de empresa.

O **Núcleo de Estudos e Pesquisas em Economia Agroindustrial – NEPEA** congrega a comunidade acadêmica interessada em desenvolver estudos e pesquisas no âmbito do agronegócio. Para o NEPEA o agronegócio é “[...] uma dimensão claramente mesoanalítica e compreende atores sócio-econômicos nas esferas de produção, transformação, distribuição e comercialização de matérias-primas com origem agroindustrial.” (NÚCLEO DE ESTUDOS..., 2010). Ligado à Universidade Federal de Santa Maria, o sítio ainda não está concluído, mas já disponibiliza notícias ligadas ao setor agropecuário.

O **Open Directory Projects** é um sítio de acesso livre, que disponibiliza acesso a vários bancos de dados de diversos países, sobre grandes áreas do conhecimento humano. É disponibilizado em vários idiomas, com acesso livre. Constitui-se num diretório que aborda informações sobre associações, instituições, profissionais e empresas relacionadas à agroindústria.

A **Secretaria Estadual de Agricultura, Pecuária, Pesca e Abastecimento do Rio Grande do Sul – SEAPPA**, órgão do governo estadual que disponibiliza em seu sítio, informações sobre programas governamentais e regulamenta, na esfera estadual, através de Decretos, leis e Normas, a criação e comercialização da agroindústria bovina (RIO GRANDE DO SUL. SECRETARIA..., 2010). Através do sítio da SEAPPA, pode-se acessar várias instituições ligadas à agropecuária, programas de governo como o SISBOV – Sistema Brasileiro de Identificação e Certificação de Origem Bovina e Bubalina, SDV Agropecuário, que trata sobre empresas credenciadas a armazenar e comercializar vacinas contra febre aftosa, eventos, enfim, uma gama muito grande de informações pertinentes e muito relevantes à agropecuária.

O **Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – SENAI**, pólo nacional de geração e difusão de conhecimento aplicado ao desenvolvimento industrial integra o Sistema Confederação Nacional da Indústria – CNI e Federação das Indústrias das

unidades da Federação, se constituindo no maior complexo de educação profissional da América Latina (SERVIÇO NACIONAL... 2010). Oferece assistência ao setor produtivo, serviços de laboratório, pesquisa aplicada e informação tecnológica.

Ligado ao SENAI está o **Centro Tecnológico do Couro – CT COURO SENAI**. Em suas instalações possui curtume-escola, oficinas, laboratórios, sistema depurador de efluentes industriais, Núcleo de Informação Tecnológica, salas de aula e auditório. Os trabalhos são desenvolvidos em parceria com empresas universidades, órgãos governamentais, centros de pesquisa, instituições de fomento, entre outros (CENTRO TECNOLÓGICO DO COURO SENAI, 2010). Tanto o SENAI como o CT Couro SENAI, constituem-se em importantíssimas fontes institucionais para a agroindústria, principalmente para o elo curtume.

Como **fontes bibliográficas** para a agroindústria, foram arroladas guia de literatura, bases de dados, banco de dados, portal, repositório digital e alguns periódicos significativos, nacionais e internacionais, da área, descritas a seguir.

A base de dados **AGROLINE** é uma base de dados com sede em Curitiba, totalmente voltada ao agronegócio. Disponibiliza acesso a várias outras bases de dados, tanto nacionais quanto internacionais, além de um calendário de eventos de todos os tipos relacionados ao agronegócio. Possui, ainda, uma base de dados científica, **AGROCIÊNCIA**, para divulgar a pesquisa, a tecnologia e os novos conhecimentos do setor agropecuário, publicando artigos científicos na íntegra bem como resumos de monografias, teses e dissertações. Nesta base de dados, pode-se visualizar e imprimir o conteúdo dos arquivos. Disponibiliza, ainda, um formulário com instruções para a publicação de artigos científicos.

A **AGROBASE**, base de dados desenvolvida pela Biblioteca Nacional de Agricultura – BINAGRI possui referenciadas obras de literatura agrícola nacional, algumas delas com acesso ao texto completo, produzidas em nível científico e extensão rural. Sua principal característica é possibilitar acesso a documentos não convencionais tais como monografias, relatórios, documentos de congressos, teses e publicações seriadas e cobrir toda a área das Ciências Agrárias.

O **Guide to Reference Books**, de Robert Balay, é uma obra de referência publicada em 1996, de áreas específicas, que traz referências de bibliografias, enciclopédias, dicionários, manuais, diretórios, guias, índices, catálogos de bibliotecas, etc. É uma fonte já desatualizada no formato impresso. Todavia, já está

disponível uma nova versão em linha, **Guide to Reference**, publicada e atualizada continuamente pela *American Library Association*. A equipe editorial é composta por bibliotecários e especialistas e conta com cerca de 16.000 referências. Seu acesso é através de assinatura, mas possui o sistema *free trial*, que permite acesso gratuito por 60 dias. Com esta nova versão e sendo constantemente atualizada, é uma excelente fonte informacional para a agroindústria.

O **Journal of Veterinary Diagnostic Investigation**, revista internacional publicada bimestralmente pela Associação Americana de Laboratórios Veterinários Diagnosticadores – AAVLD, que trata de todos os aspectos da ciência de diagnóstico veterinário, desde a anatomia, imunologia, biologia molecular, parasitologia, saúde pública até toxicologia e virologia. Disponibilizada eletronicamente, com acesso livre, publicada em inglês, é uma relevante fonte de informação para o elo pecuária.

O **LUME** – Repositório Digital da Universidade Federal do Rio Grande do Sul reúne os documentos gerados na Universidade, com o objetivo de divulgação e preservação dos mesmos (LUME, 2010). Seu acervo é composto de teses e dissertações, trabalhos de conclusão de curso de doutorado, especialização e graduação, trabalhos de eventos, além de acervo fotográfico. Nele encontram-se diversos trabalhos relacionados à agroindústria voltados à matéria-prima couro e outras correlatas.

O **Observatorio de La Economia Latino Americana** é uma revista eletrônica e uma base de dados integrada, de responsabilidade do Grupo de Investigação Enumednet, da Universidade de Málaga, na Espanha. Os artigos publicados na revista são indexados na base de dados IDEAS-REPEC, do Departamento de Economia da Faculdade de Artes Liberais e Ciências, da Universidade de Connecticut. Apresenta informações sobre a economia e o agronegócio Brasileiro e Latino-Americano, além de estudos e pesquisas desenvolvidos nesta área.

A **Pesquisa Agropecuária Brasileira – PAB** é uma revista editada mensalmente pela Embrapa, trazendo em seu bojo divulgação de trabalhos técnico-científicos originais, inéditos, resultantes de pesquisas ligadas à agropecuária. Destaca-se por ser indexada pelo ISI –*Web of Science e Current Contents: Agriculture, Biology & Environmental Science*, CAB Abstracts e AGRIS.

O **Portal do Agronegócio**, portal desenvolvido pelo Centro Tecnológico de Desenvolvimento Regional de Viçosa – CENTEV/UFV reúne notícias, artigos, dados

estatísticos, eventos da área, etc. constituindo-se num sítio para atualização do profissional do setor agroindustrial e numa relevante fonte de informação para este elo da cadeia produtiva do couro.

A **Revista Brasileira de Engenharia Agrícola – AGRIAMBI**, periódico oficial da *Asociación Latinoamericana y del Caribe de Ingeniería Agrícola (ALIA)*, é editada mensalmente, no formato eletrônico, pelo Departamento de Engenharia Agrícola do Centro de Tecnologia e Recursos Naturais da Universidade Federal de Campina Grande. Dedicase à divulgação de artigos técnico-científicos originais e inéditos, elaborados em Português, Inglês ou Espanhol, e provém de pesquisas realizadas nas áreas de agricultura e agropecuária. Seu maior destaque é que os artigos publicados pela AGRIAMBI são indexados nas bases de dados SciElo, SCOPUS, SJR, LATINIDEX, OAJ, GALE, CENGAGE, AGRÍCOLA, AGROBASE, AGRIS, CAB ABSTRACT, BINAGRI E EMBRAPA.

A **Revista Técnica Pecuária en México** objetiva divulgar as pesquisas relacionadas com as ciências pecuárias, particularmente as que se referem as disciplinas de Medicina Veterinária e Zootecnia, tanto no México quanto em qualquer outro país. É bilíngue, publicando artigos completos em espanhol e inglês, é editada quadrimestralmente e está indexada em diversos bancos de dados de indexação e resumos internacionais.

Uma pessoa torna-se uma fonte face à atividade que exerce e a bagagem de conhecimento que adquire durante sua trajetória pessoal e profissional. No entanto, as **fontes pessoais**, normalmente, são de difícil acesso, visto que só podem ser contatadas pessoalmente, por telefone ou via correio postal ou eletrônico. Porém, algumas pessoas podem ser fontes valiosíssimas para aprofundar conhecimentos na área da agroindústria.

O **Diretório de Grupos de Pesquisa** é de responsabilidade do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – **CNPq**, e constitui-se em bases de dados que contêm informações sobre os grupos de pesquisa em atividade no País (DIRETÓRIO DE GRUPOS DE PESQUISA, 2010). Este Diretório contém uma Base corrente, cujas informações são atualizadas continuamente pelos líderes dos grupos de pesquisa, pelos pesquisadores, estudantes e dirigentes de pesquisa das instituições participantes e o CNPq realiza Censos bi-anuais, que são “fotografias” dessa base corrente. As informações passíveis de acesso neste Diretório, dizem respeito aos pesquisadores, estudantes e técnicos que compõem os

grupos de pesquisa, às linhas de pesquisa em andamento, às especialidades do conhecimento, aos setores de aplicação envolvidos, à produção científica e tecnológica e aos padrões de interação com o setor produtivo. Um destaque para este Diretório é que cada grupo está situado no espaço, ou seja, região, Unidade da Federação e Instituição, e no tempo. São grupos ligados a universidades, instituições isoladas de ensino superior, institutos de pesquisa científica, institutos tecnológicos e laboratórios de pesquisa e desenvolvimento de empresas estatais ou ex-estatais. Não estão incluídos os grupos localizados em empresas do setor produtivo. Junto com a Plataforma Lattes, é uma excelente fonte de informação para o elo agropecuária

A **Plataforma Lattes**, também de responsabilidade do **CNPq**, é um banco de dados constituído de currículos de profissionais e instituições da área da Ciência e Tecnologia, através do qual se tem acesso a pesquisadores, professores doutores e mestres, tanto nacionais como internacionais (PLATAFORMA LATTES, 2010). Possui integração com os bancos de dados da SciELO, LILACS, SCOPUS, Crossref, além da integração com as bases de dados das Universidades, o que confere ao usuário do sistema a possibilidade de acessar, a partir do currículo do pesquisador, um vasto acervo de informações científicas relacionadas a ele. Para a agroindústria, tem-se acesso a conceituados pesquisadores da área pecuária e agroindustrial, bem como o endereço de contato para encontrá-los.

Os **eventos**, no entendimento de Cunha (2001) e Campello e Campos (1988), constituem-se em uma das mais importantes formas de difusão da informação em Ciência e Tecnologia, pois permitem que novas ideias sejam discutidas e avaliadas muito rapidamente, no momento mesmo em que estão surgindo. Na área da agroindústria, são realizados todos os anos, muitas feiras, exposições, congressos e *workshops* nos quais são divulgados os novos equipamentos, novas pesquisas, produtos e serviços. A integração de profissionais pesquisadores e/ou empresários do mesmo ramo é muito valiosa para troca de informações. Os eventos citados a seguir, são de grande relevância para os elos pecuária e curtume da cadeia produtiva do couro.

O **Congresso Brasileiro do Agronegócio – CBA** é realizado todos os anos, no mês de agosto, em São Paulo, pela associação Brasileira do Agronegócio – ABAG, visando o fomento de negócios, desenvolvimento e valorização das cadeias produtivas da agricultura, da pecuária e da agroindústria nacional. Neste congresso



são discutidos temas fundamentais ao desenvolvimento sustentado do Agronegócio e à capacitação e qualificação dos profissionais nele envolvidos.

O **Congresso Brasileiro de Zootecnia – ZOOTECH** é realizado anualmente pela Associação Brasileira de Zootecnia – ABZ. Seu objetivo é reunir cientistas, professores, técnicos estudantes e produtores para apresentar e discutir assuntos relativos à zootecnia brasileira, assuntos esses de muita importância para a indústria agropecuária, tendo em vista as doenças que podem acometer o rebanho, ocasionando, muitas vezes, grandes perdas para os pecuaristas.

O **Congresso Internacional da Produção Pecuária**, realizado pela Federação da Agricultura e Pecuária do Estado da Bahia – FAEB, juntamente com o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural – SENAR e outras entidades, aborda assuntos relevantes, envolvendo produtores de carne e de leite, produtor empreendedor e inovações tecnológicas. Portanto, um evento de grande valia para a pecuária e o agronegócio.

A **EXPOINTER – Exposição Internacional de Animais**, um dos mais importantes eventos agropecuários da América Latina, é realizada desde 1901 pela Secretaria de Agricultura, Pecuária e Abastecimento do Rio Grande do Sul no Parque Estadual de Exposições Assis Brasil, no município de Esteio. Já é “[...] reconhecida como um dos maiores eventos do mundo em seu gênero [...]” (EXPOINTER, 2010). Nesta feira são apresentadas as últimas novidades em tecnologia agropecuária e agroindustrial, além da exposição e venda de animais.

O **Seminário da Agroindústria – SEMINAGRO** é um evento realizado pelo Departamento de Gestão e Tecnologia Agroindustrial da Universidade Federal da Paraíba e visa promover a integração entre o meio acadêmico e empresarial além de disseminar o conhecimento na área da agroindústria (SEMINAGRO, 2010). É um evento de relevância para a pecuária, embora seja realizado por uma instituição Universitária e não por órgãos diretamente ligados ao agronegócio. Aliás, isto confere um significado de grande importância ao evento porque as informações estão “saindo do forno”, ou seja, é um encontro onde são mostrados resultados de pesquisas recém-concluídas pela academia. Enfoca novas tecnologias de processos, tendências de mercado e modelos de gestão.

### 5.1.1.2 Indústria Química

**Indústria química** é o segmento industrial que processa ou altera matérias-primas, formando materiais e substância com utilidade imediata ou que são necessários para outras indústrias (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA QUÍMICA 2010). É muito útil para os elos a montante e eixo principal da cadeia produtiva do calçado social feminino de couro. As fontes informacionais coletadas para a indústria química estão elencadas no Quadro 3 e descritas a seguir.

| ELO               | FONTES DE INFORMAÇÃO |                          |                                 |  |
|-------------------|----------------------|--------------------------|---------------------------------|--|
|                   | INSTITUCIONAIS       | BIBLIOGRÁFICAS           | PESSOAIS                        | EVENTOS  |
| INDÚSTRIA QUÍMICA | ABQTIC               | Chemical Abstracts       | Diretório de Grupos de Pesquisa | ACLE   |
|                   | ABIQUIM              |                          |                                 | APFL   |
|                   | AICSUL               | Guide to Reference Books | Plataforma Lattes               | Congresso Latino Americano dos Químicos e Técnicos da Indústria do Couro |
|                   | AQEIC                |                          |                                 |  |
|                   | IULTCS               | LUME                     | FIMEC                           |  |
|                   |                      |                          |                                 | LINEAPELLE   |

QUADRO 3 – Fontes de Informação para o Elo Indústria Química

As **fontes institucionais** arroladas para este segmento são associações profissionais. Estas organizações constituem-se em importantes fontes informacionais, principalmente no que tange a áreas técnicas. Campello e Campos (1988) e Campello (2000) entendem que estas entidades têm por finalidade estimular o aperfeiçoamento de uma classe profissional ou de prover o conhecimento em áreas específicas. Desta forma, estas instituições podem apresentar publicações de grande relevância para a indústria do curtume.

A **Associação Brasileira dos Químicos e Técnicos da Indústria do Couro-ABQTIC** congrega os profissionais da área química do couro com o objetivo de colaborar na elaboração de métodos oficiais para análises de peles e couro, bem como para os produtos químicos que intervenham nessa indústria (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA..., 2010). Oferece assessoramento científico e técnico a quem o requerer e, principalmente, aos associados, às autoridades nacionais e à Confederação Nacional da Indústria e Comércio do Brasil. Disponibiliza em seu sítio,

para os associados, a Revista do Couro, a Enciclopédia do Couro e o Guia do Couro, além de outros livros. Toda a publicação da entidade está disponível para aquisição. Disponibiliza notícias do setor, calendário de eventos, cursos, palestras e outras informações úteis ao setor do couro.

A **Associação Brasileira da Indústria Química – ABIQUIM** congrega empresas pequenas e grandes, fabricantes de produtos químicos e prestadores de serviço. (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA..., 2010). Disponibiliza em seu sítio informações técnicas de grande valia para os profissionais do setor, inclusive fabricantes de preparações químicas para o couro. O destaque fica por conta do banco de dados, de uso gratuito, Produtos Químicos Brasileiros – Brazilian Chemicals. Neste banco de dados, pode-se pesquisar por produto, para encontrar fabricantes de produtos químicos produzidos no Brasil, ou pela empresa, para conhecer os produtos desenvolvidos por um fabricante específico. No sítio ainda se encontra o catálogo *online* do centro de documentação da instituição, uma listagem dos cursos e eventos de interesse para a área, publicações da instituição para aquisição e o relatório anual da indústria química brasileira, produzido pela ABIQUIM, disponibilizado gratuitamente. O sítio disponibiliza as atividades relacionadas pelo setor a que pertencem, oferecendo informações sobre a classificação do produto, suas aplicações, o panorama do setor no País e quem produz. Para a indústria do couro tem-se, por exemplo, os corantes e pigmentos. A ABIQUIM representa a indústria química brasileira no Conselho da Indústria Química do Mercosul – CIQUIM e no Conselho Internacional das Associações da Indústria Química. Outros destaques dessa entidade é ser responsável pela coordenação, em nível nacional, do Programa de Atuação Responsável e pela operação do Pró-Química, além de administrar o CB 10 – Comitê Brasileiro de Normas Técnicas da Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT.

A **Associação das Indústrias de Curtumes do Rio Grande do Sul – AICSUL** congrega os curtumes gaúchos, objetivando a melhoria da atividade coureira, para atender às necessidades da indústria calçadista brasileira e internacional (ASSOCIAÇÃO DAS INDÚSTRIAS..., 2010). Disponibiliza em seu sítio, acesso aos sítios de eventos importantes da área, bem como informações sobre cursos do setor. É uma fonte importante para os curtidores do couro.

A **Asociación Química Española de La Industria Del Cuero – AQEIC** é uma organização que objetiva promover, difundir e melhorar os sistemas técnicos de

fabricação e produção da indústria curtidora da Espanha e é membro da União Internacional de Sociedades de Químicos e Técnicos da Indústria do Couro. (ASSOCIACIÓN QUÍMICA..., 2010). Disponibiliza em sítio na Internet, notícias sobre a indústria curtidora, sobre cursos e eventos e referencia todos os trabalhos apresentados nos congressos e encontros espanhóis, do Mediterrâneo e da International Union of Leather Technologists and Chemists Societies. É uma relevante fonte informacional para o setor de curtumes.

A **International Union of Leather Technologists and Chemists Societies – IULTCS**. Organização internacional criada com o propósito de incentivar a tecnologia, química e ciência de couro em uma base mundial que tem como meta manter um contato regular com as organizações profissionais do couro em todo o mundo, facilitando a cooperações entre elas (INTERNATIONAL UNION..., 2010). Realiza congressos e conferências, promove o uso correto de métodos de ensaio e facilita a comunicação internacional sobre os recursos e temas de investigação e formação que são importantes para a indústria do futuro. Mantém comissões internacionais que estudam os problemas comuns do curtimento do couro em relação ao meio ambiente. Uma importante fonte informacional para os curtidores de todo o mundo.

Para a indústria química voltada a produção da matéria-prima couro, as **fontes bibliográficas** arroladas foram um guia de literatura, um repositório digital e uma base de dados. Será descrita, a seguir, somente a base de dados. O guia de literatura, **Guide to Reference Books** e o repositório digital **LUME**, já foram descritos em 5.1.1.1, mas fica aqui o registro da grande relevância destas fontes para o Elo Indústria Química da cadeia produtiva em estudo.

O **CHEMICAL Abstracts** é produzido pela Chemical Abstracts Service – CAS, uma divisão da American Chemical Society, indexa a literatura mundial de química, constituindo-se numa das obras mais completas da área. Fornece informações bibliográficas completas e resumos dos trabalhos publicados nas respectivas revistas. O Chemical Abstracts indexa mais de 8000 revistas, patentes, relatórios técnicos, livros e dissertações publicados em vários países, com informações atualizadas diariamente. (CHEMICAL ABSTRACTS., 2010). O acesso é pago, portanto, não é possível verificar a pertinência para a produção da matéria-prima couro.

Como **fontes pessoais** para este segmento, foram listados o **Diretório de Grupos de Pesquisa** e a **Plataforma Lattes**, ambos já descritos em 5.1.1.1. Fica, aqui, o registro da grande relevância destas fontes para o Elo Indústria Química da cadeia produtiva em foco.

Para a indústria química, foram listados os **eventos** descritos a seguir.

A **All China Leather Exhibition – ACLE** é realizada em Shangai com o intuito de promover o setor coureiro chinês, que é o maior do mundo (ALL CHINA..., 2010). A feira reúne expositores de peles e couros de alta qualidade, insumos e maquinário para o couro, couros acabados e semi-acabados, materiais e componentes e é organizada pela Ásia Pacific Leather Fair Ltda. juntamente com a China Leather Industry Association. É um evento de grande relevância para indústria do couro.

A **ÁSIA PACIFIC LEATHER FAIR – APFL – Materials, Manufacturing & Technology – MM&T** é uma das maiores exposições do setor coureiro calçadista no mercado asiático. É realizada em Hong Kong há mais de duas décadas, para mostrar as novidades nos setores de peles, couro semi-acabado, couro exótico, manufaturado de couro, material sintético, componentes e acessórios, produtos químicos e de tingimento, máquinas para o curtimento e calçados e tecnologia (ÁSIA PACIFIC LEATHER FAIR, 2010). Um importante evento para os curtumes.

O **Congresso Latino Americano dos Químicos e Técnicos da Indústria do Couro** é um evento trienal promovido pela Federação Latino Americana das Associações de Químicos e Técnicos da Indústria do Couro e organizado pela Associação Brasileira dos Químicos e Técnicos da indústria do Couro – ABQTIC. É um evento reconhecido internacionalmente como um conceituado espaço para apresentações, debates, discussões e difusão das inovações em ciência e tecnologia do couro, geradas na América Latina (CONGRESSO LATINO..., 2010). É uma excelente fonte de informação para a indústria do curtume.

A **Feira Internacional de Couros, Produtos Químicos, Componentes, Máquinas e Equipamentos para Calçados e Curtumes – FIMEC** é um dos eventos mais importantes do setor no mundo. Realizada nos pavilhões da Fenac, em Novo Hamburgo/RS, o evento tem uma localização geográfica e estrategicamente privilegiada, pois está situado no centro do Mercosul, com ampla área de exposição, oferecendo grandes oportunidades para importadores e profissionais latino-americanos, assim como compradores de todos os continentes.

(FEIRA INTERNACIONAL DE COUROS..., 2010). Nesta feira, são apresentados os mais recentes produtos para o setor, bem como a moda e as últimas tecnologias em evidência. Além disso, paralelamente à feira, acontecem palestras e congressos integrando as entidades de classe apoiadores do evento e enriquecendo este espaço de negócios. Como se vê, a FIMEC é uma excelente fonte de informações para os elos curtume e eixo principal.

A **LINEAPELLE** é uma das mais importantes exposições internacionais dedicadas ao couro (PORTAIS DA MODA, 2010). É uma exposição exclusiva para os operadores do setor do couro e acontece em Bologna, Itália, duas vezes por ano, oportunizando o encontro dos maiores compradores e *designers* do setor. É um evento de grande relevância para a indústria do couro.

### 5.1.1.3 Indústria Petroquímica

A indústria petroquímica, além de ser parte da indústria química, caracteriza-se por utilizar derivado de petróleo, a nafta, ou o gás natural como matérias-primas básicas (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA QUÍMICA, 2010). Como a indústria química, tem grande utilidade para os elos a montante e eixo principal da cadeia produtiva do calçado social feminino de couro. Para este segmento foram listadas, no Quadro 4, duas **fontes institucionais** descritas a seguir.

| ELO                            | FONTES DE INFORMAÇÃO |                             |                                       |  |
|--------------------------------|----------------------|-----------------------------|---------------------------------------|--|
|                                | INSTITUCIONAIS       | BIBLIOGRÁFICAS              | PESSOAIS                              | EVENTOS                                    |
| INDÚSTRIA<br>PETROQUÍ-<br>MICA | IBP                  | DATAMAQ                     | Diretório de<br>Grupos de<br>Pesquisa | Congresso<br>Brasileiro de<br>Petroquímica |
|                                | PETROQISA            | Guide to Reference<br>Books |                                       | Química &<br>Petroquímica                  |
|                                |                      | LUME                        | Plataforma Lattes                     |  |

QUADRO 4 – Fontes de Informação para o Elo Indústria Petroquímica

O **Instituto Brasileiro de Petróleo, Gás e Biocombustíveis – IBP** – é uma organização privada, sem fins lucrativos, que possui, atualmente, 229 empresas associadas. O IBP tem por objetivo “[...] promover o desenvolvimento do setor nacional de petróleo e gás, visando uma indústria competitiva, sustentável, ética e

socialmente responsável.” (INSTITUTO BRASILEIRO DE PETRÓLEO, GÁS E BIOCOMBUSTÍVEIS, 2010). Este Instituto mantém comissões e subcomissões voltadas a pesquisas, envolvendo o trabalho de diversos profissionais do setor, bem como órgãos governamentais e instituições científicas e acadêmicas, agregando amplo conhecimento técnico na área petroquímica. Deste modo, tanto a instituição quanto os profissionais que nela atuam são fontes de informação úteis para esta área. Outro destaque do IBP é a preocupação com o meio ambiente, cujas ações são efetivadas pelo Comitê Temático de Meio Ambiente. Todas as notícias, Leis e outras informações sobre meio ambiente são disponibilizadas no sítio, o que torna esta Instituição relevante fonte informacional, principalmente para o elo curtume.

A **PETROQUISA – Petrobrás Química S.A.**, empresa do Grupo Petróleo Brasileiro S.A., desenvolve pesquisas para o aproveitamento do petróleo e gás natural. Um dos produtos desenvolvidos pela PETROQUISA é o enxofre que “Pode ser extraído de minas de enxofre perfuradas a grandes profundidades; de metais que possuem enxofre como impureza ou ainda pela recuperação de gases ácidos do petróleo” (PETROQUISA, 2010). Devido ao desenvolvimento de pesquisas, abrangendo o trabalho de diversos profissionais do setor, a instituição agrega amplo conhecimento técnico na área petroquímica. Desta forma, tanto a instituição quanto os profissionais que nela atuam são relevantes fontes de informação para os elos pecuária e curtume. Um exemplo disso é o desenvolvimento do enxofre pela recuperação de gases ácidos do petróleo e que pode ser utilizado, entre outras aplicações, como suplemento alimentar para o gado e na indústria de corantes.

Como **fontes bibliográficas** para a indústria petroquímica foram arroladas o **Guide to Reference Books**, o **LUME**, ambas já descritas em **5.1.1**, embora fique aqui o registro da importância destas fontes para o elo em estudo. Outra fonte listada, o **DATAMAQ**, está descrito a seguir.

O **DATAMAQ** é um banco de dados de máquinas e equipamentos. Foi desenvolvido pela Associação Brasileira de Máquinas e Equipamentos – ABIMAQ, e disponibiliza em seu sítio informações de empresas nacionais fabricantes de máquinas e equipamentos para diversos segmentos da indústria. Pode-se acessar os dados destas empresas, tais como endereço, linha de produção, contato, bem como informações sobre produtos, características, denominações comuns de mercado e características técnicas (ABIMAQ, 2010). A pesquisa pode ser feita por tipo de máquina, empresa, tipo de instalação industrial, por segmento ou soluções

técnicas. Pesquisando-se pelo segmento petróleo e petroquímica, obtêm-se dados de maquinário para as fases de refino, transporte, armazenagem, bem como outros equipamentos auxiliares e acessórios da indústria petroquímica e, ainda, qual a empresa fornecedora e a forma de contatá-la.

Para as **fontes pessoais**, foram arrolados o **Diretório de Grupos de Pesquisa** e a **Plataforma Lattes**, ambos de responsabilidade do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq e já descritos em **5.1.1**, ficando registrada a grande importância destas fontes para o Elo Indústria Petroquímica da cadeia produtiva em estudo.

Para os **eventos** como fontes de informação foram arrolados o Congresso Brasileiro de Petroquímica e a Feira Internacional dos Fornecedores da Indústria Química e Petroquímica – Química & Petroquímica.

O **Congresso Brasileiro de Petroquímica**, realizado pelo Instituto Brasileiro de Petróleo, Gás e Biocombustíveis – IBP, proporciona o contato direto entre pesquisadores e congressistas, possibilitando discussão de assuntos técnicos, científicos ou de tecnologia de ponta. As temáticas do congresso giram em torno de temas como: a expansão da indústria química e petroquímica, a disponibilidade e a competitividade em relação a matérias-primas, as novas tecnologias, as fontes de financiamento para a indústria, a regulamentação de produtos químicos, o comércio exterior, os aspectos econômicos, ambientais e energéticos etc. (CONGRESSO BRASILEIRO DE PETROQUÍMICA, 2010).

A **Feira Internacional dos Fornecedores da Indústria Química e Petroquímica – Química & Petroquímica** é realizada pela PETROBRÁS, ABIQUIM, SINPROQUIM e ABIMAQ. É o encontro da indústria com todos os seus fornecedores para gerar negócios, propor novas soluções e fomentar o mercado (FEIRA INTERNACIONAL,,,,, 2010). A feira apresenta máquinas e equipamentos para linha de processamento de gás, fluido e pó; acessórios; válvulas, bombas, tubos e afins; equipamentos de teste; equipamentos de laboratório; empresas de biotecnologia; produtos químicos de uso industrial; armazenagem, manuseio e transporte; empresas de gerenciamento de controle ambiental. É uma relevante fonte de informação para a indústria petroquímica.



### 5.1.2 Elo a Jusante da Cadeia Produtiva

Na cadeia produtiva do couro, o comércio varejista e atacadista, ou seja, os distribuidores e atacadistas, cadeias de lojas de venda direta e o consumidor final, são considerados, conforme já visto em **3.3.2**, os elos a jusante desta cadeia. As fontes que proporcionam informações pertinentes a este elo são tratadas a seguir.

| ELO                                   | FONTES DE INFORMAÇÃO |                       |                                       |                             |
|---------------------------------------|----------------------|-----------------------|---------------------------------------|-----------------------------|
|                                       | INSTITUCIONAIS       | BIBLIOGRÁFICAS        | PESSOAIS                              | EVENTOS                     |
| COMÉRCIO<br>VAREJISTA E<br>ATACADISTA | MDIC                 | LUME                  | Diretório de<br>Grupos de<br>Pesquisa | Ver sítio da<br>Abicalçados |
|                                       | SEBRAE               | Portal do<br>Comércio |                                       | Plataforma Lattes           |
|                                       |                      |                       | SENAC                                 |                             |
|                                       |                      | Varejista             |                                       | FENAC                       |
|                                       |                      |                       |                                       |                             |

QUADRO 5 – Fontes de Informação para o Comércio Varejista e Atacadista

#### 5.1.2.1 Fontes Institucionais

O **Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – MDIC** do governo brasileiro, instituição oficial voltada ao desenvolvimento da indústria, do comércio e dos serviços no País. Esta instituição dispõe de informações úteis para o profissional que ingressa no ramo do comércio ou mesmo aquele que já está no mercado (BRASIL. MDIC, 2010). Disponibiliza, através de sítio na Internet, publicações voltadas à área calçadista e seu desenvolvimento, bem como informações sobre a cadeia produtiva do couro e do calçado. Apresenta os projetos de inovação tecnológica promovidos pelo governo federal, dados estatísticos referentes ao setor, informações para comercializar no exterior, taxas e tributações relativas ao comércio etc.. Possui também uma seção especial para as micro, pequenas e médias empresas, onde há informações sobre fóruns de debate e publicações acerca deste porte de empresa.

O **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE**, entidade privada sem fins lucrativos, tem como missão promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequeno porte (SERVIÇO BRASILEIRO..., 2010). Atua com foco no fortalecimento do empreendedorismo e na aceleração do processo de formalização da economia por meio de parcerias com os setores público e privado, programas de capacitação, acesso ao crédito e à inovação, estímulo ao associativismo, feiras e rodadas de negócios. É uma fonte informacional de grande relevância para este elo da cadeia produtiva do calçado social feminino de couro.

### 5.1.2.2 Fontes Bibliográficas

O **Repositório Digital LUME**, já descrito em 5.1.1.2, tem interessantes teses e dissertações voltadas para o comércio varejista, inclusive com pesquisas de mercado, o que o torna uma relevante fonte de pesquisa para o Elo Comércio Varejista e Atacadista da cadeia produtiva em foco.

O **Portal do Comércio**, pertencente à Confederação Nacional do Comércio – CNC, de Bens, Serviços e Turismo é um portal voltado aos profissionais da área comercial (PORTAL DO COMÉRCIO, 2010). O portal traz informações sobre eventos da área, realizados no Rio de Janeiro e Distrito Federal, notícias sobre o comércio varejista, acesso para sindicatos e federações de comércio associadas, Câmaras Brasileiras de Comércio, diário legislativo e orientações sobre a área comercial. Traz uma grande variedade de assuntos relacionados ao comércio no sítio disponibilizado na Internet. Como destaque, esta fonte de informação oferece uma pesquisa anual da evolução do comércio varejista no Brasil. Enfim, o portal é uma fonte informacional de grande relevância para este elo da cadeia produtiva do calçado social de couro feminino.

O **Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – SENAC**, com sede no Rio de Janeiro, é uma instituição de educação profissional, de direito privado, financiada pelos empresários do Setor de Comércio de Bens, Serviços e Turismo, que contribuem com 1% de sua folha de pagamento. A administração da instituição está delegada à Confederação Nacional do Comércio – CNC e sua prestação de contas é submetida ao Tribunal de Contas da União (SERVIÇO NACIONAL...,

2010). É uma instituição voltada para a inclusão social, produção de conhecimento, cursos presenciais e a distância, que possui parcerias com vários programas sociais. O destaque desta fonte informacional é investir na produção de livros, vídeos, CDs, DVDs e *softwares* que abordam temas diversos, pertinentes às áreas em que o SENAC atua. Pela relevância destes títulos e pela alta qualidade de seus produtos, é hoje referência no mercado editorial brasileiro. É uma excelente fonte informacional tanto para os empresários como para os demais profissionais do setor do comércio varejista.

O **Varejista** é um portal voltado aos empresários do setor. Possui um sítio muito bem estruturado, de fácil navegação, com artigos de especialistas do comércio varejista. Apresenta temas como gerência, metas de vendas e supervisão, *marketing*, calendários de feiras e eventos da área. Possui acesso a instituições de interesse, além de um jornal eletrônico produzido pelo portal (VAREJISTA, 2010). Constitui-se numa importante fonte de informação para o empresário e outros profissionais do setor varejista.

### 5.1.2.3 Fontes Pessoais

Como fontes pessoais para o elo Comércio Varejista foram selecionados o **Diretório de Grupos de Pesquisa** e a **Plataforma Lattes**, ambos do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq, já descritas em 5.1.1.3. Fica o registro da grande relevância destas fontes para o Elo Comércio Varejista e Atacadista da cadeia produtiva.

### 5.1.2.4 Eventos

A **Associação Brasileira das Indústrias de Calçados – Abicalçados** é uma associação de empresários que representa os interesses das indústrias do setor calçadista. Foi fundada em abril de 1983 e seus integrantes são empresas de micro, pequeno, médio e grande portes (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE CALÇADOS, 2010). Além de outros assuntos de interesse, possibilita acesso a uma relação de

eventos, nacionais e internacionais, sempre atualizada, com todas as informações pertinentes, além do endereço eletrônico com acesso direto a partir do sítio da Abicalçados. Possui, ainda, acesso à literatura técnica, no qual pode-se pesquisar artigos e publicações atualizados do setor, e está disponível em português, inglês e espanhol. Disponibiliza para consulta e com acesso livre, relatórios estatísticos sobre o setor calçadista. É uma excelente fonte informacional para os empresários e profissionais deste elo da cadeia produtiva em estudo.

O **Congresso Brasileiro do Calçado** é um evento paralelo a COUROMODA, realizado em São Paulo, e que trata de temas relacionados a indústria, comércio e varejo de calçados no Brasil e no mundo. Uma relevante fonte informacional para o comércio varejista do calçado. Pode ser acessado através do sítio da Abicalçados ou da Couromoda.

A **COUROMODA** é o maior evento de moda e negócios do setor de calçados em toda América Latina. Maior feira especializada na América Latina e segunda do mundo, a Couromoda – Feira Internacional de Calçados, Artigos Esportivos e Artefatos de Couro é o mais importante evento para negócios e lançamento de moda no mercado de calçados e artigos de couro (COUROMODA, 2010). Por ser a mais completa amostragem da moda, da tecnologia e do marketing do setor de calçados e artefatos de couro, a Couromoda atrai lojistas e distribuidores de todo o Brasil, além de, em 2010, ter recebido importadores de 61 países. Como se vê, uma indispensável fonte informacional para este elo da cadeia produtiva do sapato social feminino de couro.

A **Feira Nacional do Calçado – FENAC**, realizada anualmente em Novo Hamburgo, é promovida pelas empresas calçadistas do Vale do Rio dos Sinos objetivando vender sapatos a preços promocionais. Atrai um público grande e diversificado e é uma ótima oportunidade para o comércio varejista e atacadista realizar bons negócios. A infraestrutura da feira é propícia, com pavilhões climatizados, praça de alimentação, estandes grandes e pequenos, estacionamento, parque infantil, segurança e realizada no centro do maior pólo calçadista brasileiro (FEIRA NACIONAL..., 2010).

### 5.1.3 Elo Indústria do Calçado Social Feminino de Couro

O Elo Indústria do Calçado Social Feminino de Couro constitui-se no eixo central da cadeia produtiva do couro, conforme já abordado em 3.3.2. Por ser o calçado social feminino de couro o foco deste estudo, a coleta das fontes informacionais foi mais exaustiva que a efetuada para os elos anteriores. Deste modo, as fontes coletadas e descritas abaixo, abrangem tanto a pesquisa para a criação do calçado quanto informações técnicas voltadas à indústria calçadista. Como nos elos anteriores, as fontes estão listas alfabeticamente dentro do quadro e abordadas separadamente, destacando-se o conteúdo relevante para este elo da cadeia.

#### 5.1.3.1 Fontes Institucionais

Como já demonstrado no decorrer deste estudo, o calçado há muito tempo deixou de ser apenas um acessório utilitário para ser um complemento da moda do vestuário, arrematando-a com estilo, classe, conforto e elegância. Considerando-se esta nuance do calçado que precisa seguir as tendências de moda, as fontes institucionais elencadas para o elo calçado social feminino de couro foram, principalmente, museus – fonte importantíssima para a pesquisa criativa, e instituições de ensino que oferecem cursos ligados à cadeia da Moda.

Organizações educacionais como faculdades, escolas e institutos ligados ao campo da moda, conforme Feghali e Dwyer (2004, p. 13) “[...] têm em seus quadros *experts* em moda e também especialistas nos muitos segmentos relacionados ao tema”. Posto isso, procurou-se listar, principalmente, aquelas faculdades de maior destaque no Estado, visto constituírem-se em relevantes fontes informacionais para quem deseja trabalhar com a moda calçadista. No entanto, não se poderia deixar de citar os cursos técnicos, oferecidos pelas instituições ligadas ao setor, devido às peculiaridades atinentes ao fabrico do calçado.

Ficou evidente, igualmente, a importância das associações de classe e instituições governamentais como fontes de informação para o elo calçado social feminino de couro. Por este motivo, foram elencadas aquelas de maior relevância e, juntamente com as demais, estão arroladas e descritas a seguir.

| ELO                                     | FONTES DE INFORMAÇÃO INSTITUCIONAIS           |
|---|---|
| <b>CALÇADO SOCIAL FEMININO DE COURO</b> | ABECA   |
|   | ABICALÇADOS                                   |
|   | ABNT  |
|   | ABQTIC  |
|   | ABRACEX                                       |
|   | ABRAMEQ                                       |
|   | ACI-NH/CB/EV                                  |
|   | AFIC  |
|   | APEXBRASIL                                    |
|   | ASSINTECAL                                    |
|   | BATA SHOE MUSEUM                              |
|   | CICB  |
|   | COUROMODA                                     |
|   | CT - SENAI                                    |
|   | ESCOLA DE DESIGN UNISINOS                     |
|   | FÁBRICA DE CALÇADOS ON-LINE                   |
|   | FASHION MUSEUM                                |
|   | IBICT   |
|   | IBTeC   |
|   | INPI  |
|   | IULTCS  |
|   | KCI   |
|   | MDIC  |
|   | MUSEO DELLA CALZATURA                         |
|   | MUSEU DO DESIGN E DA MODA - MUDE              |
|   | MUSEUM AT FASHION INSTITUTE OF TECHNOLOGY     |
|   | MUSÉE GALLIERA                                |
|   | MUSÉE INTERNATIONAL DE LA CHAUSSURE DE ROMANS |
| MUSEO INTERNAZIONALE DELLA CALZATURA    |   |
| MUSÉE DELLA MODE ET DU TEXTILE          |   |
| METROPOLITAN MUSEUM OF ART              |   |

| ELO                                     | FONTES DE INFORMAÇÃO INSTITUCIONAIS |
|---|-------------------------------------|
| <b>CALÇADO SOCIAL FEMININO DE COURO</b> | MUSEU NACIONAL DO CALÇADO – MNC     |
|   | MUSEU NACIONAL DO TRAJE E DA MODA   |
|   | MUSEUM TÊXTIL I D'INDUMENTÁRIA      |
|   | NORTHAMPTON MUSEUM & ART GALLERY    |
|   | SBRT                                |
|   | SEBRAE                              |
|   | SENAI                               |
|   | SHOES OR NO SHOES?                  |
|   | ULBRA                               |
|   | UNIVERSIDADE FEEVALE                |
|   | VIRTUAL SHOE MUSEUM                 |
|   | WIENER SCHUHMUSEUM                  |

**QUADRO 6 – Fontes de Informação Institucional para o Elo Calçado Social Feminino de Couro.**

Uma mesma fonte de informação pode ser utilizada por mais de um elo da cadeia produtiva. Assim sendo, para o eixo principal da cadeia produtiva em estudo, também são de grande valia as fontes de informação institucionais **ABQTC**, **ABRAMEQ**, **APEXBRASIL**, **IBICT**, **INPI**, **IULTCS**, **MDIC** e **SENAI**, as quais já foram amplamente descritas em 5.1.1 e as fontes institucionais **Abicalçados**, **COUROMODA** e **SEBRAE**, igualmente foram descritas em 5.1.2. Fica, pois, o registro da grande relevância destas fontes para o eixo principal da cadeia produtiva do calçado social feminino de couro.

A **Associação Brasileira de Estilistas de Calçados e Afins – ABECA**, entidade sem fins lucrativos que tem como objetivo congrega, representar e qualificar estudantes e profissionais que atuam como estilistas e modelistas em diferentes categorias: calçados, bolsas, acessórios, vestuário, fôrmas e componentes, entre outras (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ESTILISTAS DE CALÇADOS E AFINS, 2010). A ABECA, através de ações voltadas à cadeia coureiro-calçadista oferece soluções para o mercado de moda, fortalecendo e ampliando a integração entre os

profissionais e as empresas do setor visando contribuir para o crescimento do segmento de moda e a excelência do *design* nacional. Desenvolve e edita Cartela de Cores e Artigos, o Guia da Moda, o InfoAbecA e o Book de Criações, além de realizar, nas principais feiras, o projeto Oficina da Moda.

Disponibiliza em seu sítio calendário de eventos e acesso direto para instituições ligadas ao calçado. Uma fonte informacional indispensável ao profissional estilista.

A **Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT**, fundada em 1940, é o órgão responsável pela normalização técnica no país, fornecendo a base necessária ao desenvolvimento tecnológico brasileiro. Entidade sem fins lucrativos, de cunho privado, reconhecida como único “[...]Foro Nacional de Normalização através da Resolução n.º 07 do CONMETRO, de 24.08.1992. É membro fundador da ISO (International Organization for Standardization), da COPANT (Comissão Panamericana de Normas Técnicas) e da AMN (Associação Mercosul de Normalização)” (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS, c2008). O CB11, Comitê responsável pela normalização de couro, calçados e artefatos de couro, normaliza desde a matéria-prima até o calçado pronto, excluindo-se apenas a normalização de máquinas e equipamentos para a indústria de calçados e artefatos de couro, sob a responsabilidade do ABNT/CB-04. Oferece informações muito importantes para os profissionais do setor calçadista, bem como para os estilistas.

A **Associação Brasileira de Comércio Exterior do Brasil – ABRACEX**, órgão representativo das empresas exportadoras, tem por objetivo auxiliar no desenvolvimento, progresso e aperfeiçoamento das atividades inerentes ao comércio externo (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COMÉRCIO EXTERIOR, 2010). A instituição oferece, além de informações atualizadas sobre o comércio exterior, cursos, palestras e orientações sobre temas específicos, para os associados. Possui acesso direto aos endereços eletrônicos de todo tipo de serviço relevante para quem quer exportar, tanto nacionais quanto internacionais. É uma importante fonte de informação para os estilistas que criam calçados para exportação.

A **Associação Comercial, Industrial e de Serviços de Novo Hamburgo, Campo Bom e Estância Velha – ACI-NH/CB/EV**, entidade de livre associação e sem fins lucrativos que, desde sua fundação em 18 de outubro de 1920, mantém um intenso compromisso com o desenvolvimento



do Vale do Rio dos Sinos (ASSOCIAÇÃO COMERCIAL..., 2010). A instituição representa seus associados e demais empresas do setor junto aos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, defendendo os interesses das empresas e buscando estimular o crescimento em níveis econômico e social. Em seu sítio, na Internet, disponibiliza calendário de eventos, cursos, legislação, indicadores econômicos e um sem fim de informações de grande relevância para o profissional estilista autônomo, que cria, fabrica e vende o seu produto.

A **Associação Nacional dos Fornecedores da Indústria Calçadista e Afins – AFIC**, entidade sem fins lucrativos, que objetiva unir, organizar e fortalecer os empresários da cadeia produtiva do calçado, oferecendo serviços de apoio com qualidade, que atendam às necessidades do mercado e do cliente, na busca de soluções e informações com tecnologia (ASSOCIAÇÃO NACIONAL..., 2010). Fundada em 30 de setembro de 2003, a instituição considera necessária a abordagem dos assuntos sobre qualidade do calçado, impostos, importação/exportação, qualificação de pessoal e eventos como a FENAFIC. Em seu sítio disponibiliza calendário de eventos, serviços, notícias atualizadas sobre o setor, assessoria jurídica e outras informações relevantes aos profissionais do setor calçadista.

A **Associação Brasileira de Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos – Assintecal** é uma entidade sem fins lucrativos que objetiva a integração da indústria brasileira de fornecedores da cadeia coureiro-calçadista visando à ampliação da competitividade do segmento com ações que beneficiem todo o setor (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS..., 2010). Sua abrangência maior concentra-se no Rio Grande do Sul e São Paulo, onde se concentram os maiores fabricantes de calçados e fornecedores de componentes do país. Possui parcerias estabelecidas com Sindicatos locais, **Sebrae** e outras organizações envolvidas com o processo produtivo do calçado. Conta, ainda com o apoio da Agência de Promoção de Exportações e Investimentos do Brasil – **Apex-Brasil**, que é a agência brasileira que promove a imagem do setor no exterior através da marca **by Brasil** além de uma série de ações estratégicas para o incremento dos negócios além-fronteira. É um sítio bem constituído, de fácil navegação onde o profissional do calçado pode se

informar sobre mercado interno/externo, *design*, eventos, enfim, uma gama de tópicos relacionados diretamente com o couro, calçados e artefatos. Pode ser acessado em português, inglês ou espanhol.

O **Bata Shoe Museum**, localizado em Toronto, Canadá, celebra o estilo e a função do calçado em quatro galerias. Possui, em sua coleção, sapatos chineses amarrados aos pés, antigas sandálias egípcias, tamancos e plataformas de *glamour*. Mais de 4.500 anos de história do calçado, além de uma coleção de sapatos das celebridades do século 20, refletidas na exposição semipermanente **All About Shoes**. Além da galeria principal, o Museu oferece, ainda, três outras galerias, com exposições temporárias. Esta instituição foi fundada em 1995, por Sonja Bata, uma apaixonada por sapatos que, desde 1940, recolhia exemplares de sapatos pelos lugares por onde passava, desde os mais simples até os mais extraordinários, o que lhe permitiu criar um museu com uma das melhores coleções de sapatos do mundo. Nela se encontra uma excelente fonte de informações históricas sobre a moda. Segundo Sonja,

[...] sapatos são uma indicação de gosto pessoal e estilo. Vistos em ordem cronológica, os sapatos traçam um interessante caminho de desenvolvimento tecnológico, indicando as mais sutis mudanças de uma sociedade, desde o clima, religiões e profissões até atitudes de gênero e status social de diferentes culturas através dos tempos. Sejam eles objetos de beleza ou instrumentos de tortura, os sapatos são, sem dúvida, sinais dos tempos.” (BATA SHOE MUSEUM, 2010).

O Museu financiou várias viagens de investigação de campo para coletar o calçado em áreas onde as tradições estão mudando rapidamente, tais como, Índia, Sibéria, Alasca, Groenlândia, Lapônia, Ásia e Europa, o que rendeu várias publicações como *The Typology of Native Footwear*, *Our Boots: An Inuit Women's Art*, *Feet and Footwear in Indian Culture*, and *Spirit of Siberia: Traditional Native Life, Clothing and Footwear*. O principal objetivo da Fundação Bata é operar um centro internacional de pesquisas que abriga a coleção de mais de 12.500 pares de calçados e itens.

O **Centro das Indústrias de Curtumes do Brasil – CICB**, instituição que congrega as indústrias de curtumes brasileiras, juntamente com a Apex-

-Brasil, visando expandir o mercado de couro brasileiro no exterior. Busca qualificar a mão-de-obra nacional para atender os requisitos de qualidade e promover o processo de inovação tecnológica da produção coureira do país, contemplando iniciativas de capacitação gerencial, desenvolvimento tecnológico e da promoção comercial (CENTRO DAS INDÚSTRIAS DE CURTUMES DO BRASIL, 2010). Disponibiliza em sítio na Internet notícias do couro, opiniões, análise do setor, bem como um calendário de feiras e eventos pertinentes à área calçadista.

O **Centro Tecnológico do Calçado SENAI – CT-SENAI**, instituição do Sistema Fiergs, localizado em Novo Hamburgo, iniciou suas atividades em 1946, com o objetivo de atender as indústrias da região, quanto à necessidade de recursos humanos capacitados para o processo produtivo (CENTRO TECNOLÓGICO DO CALÇADO SENAI, 2010). Oferece vários cursos técnicos voltados à indústria calçadista como Desenho Básico de Calçados e Modelagem Básica de Calçados, entre outros.

A **Escola de Design Unisinos**, da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – **UNISINOS**, localizada em São Leopoldo, foi criada em 2006, em parceria com a POLI.design – Consorzio Del Politécnico di Milano. Desenvolvendo atividades de graduação, mestrado, pesquisa e serviços de consultoria, a Escola tem sua identidade marcada por integração com empresas, inserção no contexto mundial do *design* e introdução da criatividade e cultura de projeto como motor de inovação na sociedade. Oferece o Curso de Bacharelado em Design, com duração mínima de três anos. A Graduação não ensina Design de Moda ou Design de Calçados. Ela ensina Design. Depois de formados, os alunos podem optar por uma segmentação de seu trabalho ou uma especialização em Design Gráfico ou Estratégico (ESCOLA DE DESIGN UNISINOS, 2010).

A **Fábrica de Calçados on-line** é uma empresa que, em 1999, entrou no ar como um “Guia de Compra do Lojista, Atacadista e Exportador” (FÁBRICA DE CALÇADOS ON-LINE, c1999-2007). Nesse sítio é possível encontrar produtos, máquinas e artefatos de couro, fabricantes, prestadores de serviços, representantes e outras informações relevantes ao setor coureiro/calçadista. Pode ser acessado em português, inglês ou espanhol. Disponibiliza, ainda, um setor de informações com os eventos importantes relacionados ao calçado, tais como feiras, cursos, serviços complementares,

também acesso aos veículos de comunicação do setor e para curiosidades sobre o mundo calçadista, coureiro, da moda e de saúde para os pés.

O **Fashion Museum** localiza-se em Bath, Inglaterra. Sua coleção abriga desde itens do vestuário masculino e feminino, passando pelos acessórios, vestidos, jaquetas, espartilhos, bolsas até sapatos. Suas peças mais antigas datam de 1600 e as mais atuais de 2007. Criado a partir da coleção doada por Doris Langley Moore à cidade de Bath, levou o nome de Costume Museum e teve seu nome alterado para Fashion Museum em 2007 (FASHION MUSEUM, 2010). O Museu possui cerca de 1.300 pares de sapatos, desde um par confeccionado em veludo vermelho bordado, datado de 1700, até um par de mocassins de couro liso marrom, criado em 2004 pelo estilista japonês Junva Watanabe. A coleção abriga, ainda, criações de estilistas famosos como Hellstern, N. Grecco, Ferragamo, Chelsea Cobbler Oliver Sweeney, Emma Hope, Patrick Cox e Manolo Blahnik, entre outros. A instituição dispõe de salas de estudo, as quais podem ser usadas gratuitamente, por estilistas do mundo todo interessados em estudar a coleção ou peças dela, através de agendamento de horários.

O **Instituto Brasileiro de Tecnologia do Couro, Calçados e Artefatos – IBTeC**, fundada em 1972, é uma entidade de direito privado, sem fins lucrativos. Preocupado com a saúde e comodidade dos consumidores, o Brasil foi o primeiro país a criar normas para medir o índice de conforto nos calçados. A regulamentação foi criada pelo IBTeC e ABNT, através do CB-11. Sediado em Novo Hamburgo, o IBTeC agrega nas suas vice-presidências todas as entidades do sistema coureiro-calçadista, e é acreditado nacionalmente pelo Inmetro, Inor e pela Rede Metrológica, além da própria ABNT. Recebe ainda acreditação internacional pelo Instituto Satra, da Inglaterra. Promovendo a melhoria constante na qualidade dos produtos acabados e o desenvolvimento das indústrias pela inovação tecnológica, o IBTeC concentra o mais completo complexo de laboratórios do segmento coureiro-calçadista, contando com sistemas de avaliação para ensaios físicos-mecânicos e modernos equipamentos para análise de substâncias restritivas. Posicionado como líder mundial neste setor, edita uma das mais importantes publicações do segmento - a Revista *Tecnicouro* - com 30 anos de promoção e disseminação do

conhecimento de toda a cadeia produtiva (INSTITUTO BRASILEIRO DE TECNOLOGIA DO COURO, CALÇADOS E ARTEFATOS, 2010).

O **Kyoto Costume Institute – KCI**, localizado em Kyoto, Japão, utiliza a coleção para estudar as mudanças sociais. Yoshikata Tsukamoto, presidente da instituição, afirma que “A roupa é parte integrante da maneira que nós vivemos, mudando a cada mudança na história e na sociedade.” (KYOTO COSTUME INSTITUTE, 2010). O Instituto coleta, preserva e estuda exemplares significativos de roupas ocidentais através dos séculos, bem como documentos e outros itens relacionados a esta área de estudo. Realiza pesquisas e publica suas conclusões. Inclui em sua missão, analisar o trabalho de estilistas japoneses que criam estilos inovadores, facilitando, assim, a divulgação mundial do trabalho destes profissionais.

O **Museo della Calzatura**, pertence à empresa Villa Foscari Rossi e está localizado em Veneza, Itália. Reúne uma coleção de 1.500 modelos de sapatos, conjuntamente com a maior empresa de estilistas da moda internacional. Abriga uma pequena, mas valiosa, coleção de sapatos antigos, dos séculos XVIII e XIX. Juntamente com a coleção de calçados, há a coleção de arte moderna e contemporânea de Luigino Rossi, inspirada pelo calçado e reinterpretada por artistas internacionais. O museu objetiva testemunhar e difundir o conhecimento tradicional do calçado da Riviera del Brenta. O museu também documenta a evolução do traje na segunda metade do século, através do “sapato acessório”. A coleção está disposta de forma a reforçar as contribuições singulares das casas de moda, visando resguardar a evolução estilística da marca no curso do tempo, que a colaboração da Rossimoda propiciou (MUSEO DELLA CALZATURA, 2010).

O **Museu do Design e da Moda – MUDE**, situado em Lisboa, Portugal, abriga coleções de estilos de moda, seja ela no campo do vestuário ou do mobiliário. O museu, criado em 1999, objetiva propiciar “[...] um lugar privilegiado de fruição e debate sobre o conceito, as fronteiras e a atuação do estilista, oferecendo um tempo de descoberta, emoção, encontro e comunicação.” (MUSEU DO DESIGN E DA MODA, 2010). A coleção Francisco Capelo, iniciada na década de 1990, possui mais 1.000 objetos de modelos de equipamentos e 1.200 peças de moda. Dá a conhecer a história do estilo e da moda desde 1930 até nossos dias e é um acervo de exceção,

tanto em Portugal como no panorama internacional e a escolha das peças resultou de criteriosa avaliação, baseada em conceitos museológicos.

O **Museum at Fashion Institute of Technology** fundado pelo Fashion Institute of Technology – FIT, localizado em Nova Iorque, Estados Unidos, é parte de um seleto grupo de museus especializados em moda, incluindo o Musée de La Mode, o Museu Mode e o Museo de La Moda. O museu é conhecido por sua decisão inovadora de apresentar exposições especiais como a London Fashion, o Espartilho e Madame Grés: A Esfinge da Moda, uma retrospectiva monográfica que analisou as metodologias de trabalho e contribuições únicas em estética de um grande costureiro. Na Galeria da Moda, situada no piso principal da instituição, há uma exposição permanente, com aproximadamente 200 objetos, histórica e artisticamente importantes da coleção permanente do museu. Estes objetos são trocados a cada seis meses, mas sempre representando 250 anos de história da moda. Esta coleção possui, atualmente, mais de 50.000 peças de vestuário e acessórios, que datam do século XVIII até o presente, com ênfase na moda feminina moderna e contemporânea. Na coleção estão representadas as mais importantes figuras da moda como Azzedine Alaïa, Cristóbal Balenciaga, Gabrielle "Coco" Chanel, Christian Dior, Halston, James Charles, Norell Norman, Paul Poiret, Yves Saint Laurent e Vivienne Westwood, bem como estilistas de vanguarda, como Rei Kawakubo da Comme des Garçons e Rick Owens. Entre os 15.000 acessórios há mais de 4.000 pares de sapatos, incluindo modelos de Manolo Blahnik, Ferragamo, Perugia e Roger Vivier. Um pequeno arquivo de fotografia de moda contém obras de Louise Dahl-Wolfe e John Rawlings (MUSEUM AT FASHION INSTITUTE OF TECHNOLOGY, 2010). O museu possui laboratórios de conservação, estúdio fotográfico, amplo espaço de armazenamento e salas de estudo. Proporciona cursos e seminários, palestras gratuitas e debates, todos no ramo da moda. Possibilita acesso gratuito a uma visita virtual de sua coleção.

O **Musée Galliera** – Musée de La Mode de La Ville de Paris – situa-se no Palácio da Duquesa de Galliera, em Paris, França. Através de exposições temporárias, realizadas a partir de uma coleção de cerca de 90.000 peças, o museu busca mostrar a história da moda. Suas coleções apresentam peças de grandes costureiros, assim como peças sem marca. Além de roupas, datadas desde o século XVIII, sua coleção é composta de jóias, bengalas, chapéus, sapatos, bolsas, leques,

luvas, sombrinhas e guarda-chuvas. O museu somente apresenta exposições temporárias, devido à fragilidade de sua coleção (MUSÉE GALLIERA, 2010).

O **Musée International de la Chaussure de Romans**, situado no Departamento de Drôme, França, foi fundado em 1971, na propriedade do antigo convento da Ordem da Visitação, que seria demolido. Abriga em sua coleção, 13.000 peças que cobrem 4.000 anos de história em cinco continentes. Possui modelos de sapatos, do mais clássico ao mais extravagante, bem como ferramentas, máquinas e material audiovisual sobre a história do curtume e do calçado. Abriga também pinturas dos séculos XVII ao XIX e doações de famosos estilistas como Louis Vuitton, Paco Rabanne e Hermes (MUSÉE INTERNATIONAL DE LA CHAUSSURE DE ROMANS, 2010).

O **Museo Internazionale della Calzatura**, localizado em Vigevano, Itália, capital italiana do calçado, é a primeira e única instituição pública na Itália dedicada à história e evolução do calçado e vestuário, concebida como um objeto de estilo e moda. Nascido da vontade do historiador local e empresário Peter Barnes Luigi Bertolini, abriga em sua coleção itens como um chinelo do Renascimento, um sapato de cetim, decorado com fita plissada e adornado com bordados em fio de prata, um par de sandália feminina, confeccionada em 1942 com madeira e rafia. Na seção sobre “grandes desenhistas” da criação de calçado encontram-se criações de Pfister, Gucci, Marc Jacobs, Manolo Blahnik e o estilista veneziano Rene Caovilla. Como destaque, a “Sala das Maravilhas” que recebe os visitantes com um incrível chapéu-sapato, desenhado por Salvador Dali para sua esposa Gala e criado por Elsa Schiaparelli (MUSEO INTERNAZIONALE DELLA CALZATURA, 2010).

O **Musée de la Mode et du Textile** esta localizado no Palais du Louvre, em Paris, a bela capital francesa. Sua coleção congrega roupas, acessórios, tecidos e sapatos, datados do século XVII até os dias atuais. Atualmente, sua coleção é composta por cerca de 19.000 peças de roupa, 36.000 acessórios de moda e 31.000 peças de tecido, majoritariamente provenientes de doações. A coleção abriga também criações de estilistas renomados do século XX, tanto de confecções quanto de calçados, tais como Paul Poiret, Chanel, Christian Dior, Paco Rabanne, Yves Saint-Laurent, Jeremy Scott, Bento Méléard, etc. (MUSÉE DE LA MODE ET DU TEXTILE, 2010).

O **Metropolitan Museum of Art**, do Costume Institute, localizado em Nova Iorque, Estados Unidos, abriga uma coleção permanente de mais de

5.000 exemplares de sapatos, representante uma parte importante das exposições do Departamento de Acessórios. A coleção é composta por sapatos femininos, masculinos, infantis, nos mais variados estilos, coletados ao redor do mundo e confeccionados com os mais variados materiais. Possui peças que vão do século XIV até os dias atuais. Os criadores dos exemplares mais antigos são desconhecidos, mas todos os itens são importantes fontes informacionais para pesquisas, pois fornecem informações sobre mudanças no calçar através dos séculos, bem como no gosto estético e avanços em estilos e técnicas de fabricação. A coleção, em sua totalidade, está à disposição para estudos de estilistas, de estudantes e de pesquisadores qualificados. A biblioteca de referência do traje Irene Lewisohn, pertencente ao instituto, possui uma coleção de aproximadamente 30.000 monografias não publicadas, livros raros e publicações periódicas, bem como outros materiais relacionados à história e ao estudo das artes e adornos ao redor do mundo. A biblioteca mantém a assinatura de 50 periódicos, incluindo revistas internacionais e acadêmicas (METROPOLITAN MUSEUM OF ART, 2010). O sítio do museu na internet permite a visualização de algumas peças de sua coleção.

O **Museu Nacional do Calçado – MNC**, localizado em Novo Hamburgo e mantido pela Universidade Feevale, dirige-se à comunidade ligada à produção do couro, calçados e afins, principalmente aos criadores de moda e estilistas, especialistas e interessados. A estrutura do museu é didático-pedagógica e se propõe promover exposições, cursos, seminários, palestras, concursos, lançamentos de moda e visitação dirigida (MUSEU NACIONAL DO CALÇADO, 2010). A instituição objetiva, principalmente, conservar a memória da atividade coureiro-calçadista do País, manter exposição permanente destas atividades e convênios com entidades congêneres de outros países. O sítio do Museu possibilita acesso ao seu acervo, que inclui desde calçados usados na Grécia antiga até os usados atualmente em várias partes do mundo, gratuitamente.



A coordenadora do MNC, Profa. Esp. Ida Helena Thõn<sup>16</sup>, em contato via correio eletrônico com a autora, contou, em rápidas pinceladas, como foi formada a coleção do museu e comentou sobre as peças e as exposições, como segue:

O MNC iniciou suas atividades com 1.351 peças, mas, hoje, possui 40.000 peças do setor coureiro-calçadista, proveniente de doações, sendo a mais antiga um sapato espanhol, original, confeccionado em 1853 e, a mais nova, a coleção feita pelos estilistas para o Fórum de Tendências para o verão 2010. O museu possui várias peças curiosas, desde calçados feitos com os mais diversos materiais como escamas de peixe, pele de sapo, couro de peixe, tecidos em geral, madeira, estômago de boi, vários tipos de sintético, cortiça... até de bizarras formas, como saltos de pés de algumas aves como: avestruz, galinha, pato... Ainda sobre a coleção, o MNC conta com o projeto Hall da Fama, cuja coleção é composta por calçados usados por celebridades tais como Jorge Amado, Luis Coronel, Zélia Gatai, Seleção Brasileira de Vôlei, Ronaldinho Gaúcho, Falcão, Moacir Scliar, Neto Fagundes, Luis Fernando Veríssimo entre outros. No Centro de Documentação, estão catalogados e acondicionados adequadamente, documentos, livros, discos e roupas. O museu conta com uma exposição permanente do acervo histórico e duas salas são reservadas para exposições temporárias, que variam de tema e ficam, em média, por três meses. A média mensal de visitantes do MNC é de 900 a 1000 pessoas/mês, mas, como o museu realiza exposição no Shopping Bourbon de Novo Hamburgo, mais de 5.000 pessoas têm acesso a este acervo diariamente. Quanto ao público que visita o museu, é formado por estilistas, que o usam como laboratório de pesquisa de inspirações, pesquisadores e estudantes (THÕN, 2010).

Pela relevância desta fonte informacional para os estilistas do Elo Calçado Social Feminino de Couro e por ser este o maior museu de calçados do Brasil, por isso o nome de Museu Nacional do Calçado, é que foram registradas as informações prestadas pela Coordenadora do MNC.

**O Museu Nacional do Traje e da Moda** situado em Lisboa, Portugal, abriga uma coleção formada por roupas femininas, masculinas e infantis, de âmbito nacional e internacional, desde o século XVII até os dias atuais, tendo como destaque o traje de corte setecentista e do Império. Cerca de 7.000 peças são provenientes da Casa Real. Possui coleções de acessórios como botões, leques, sapatos, xales, chapéus e roupas íntimas (MUSEU NACIONAL DO TRAJE E DA

---

<sup>16</sup> THÕN, Ida Helena. **Informações sobre o Museu Nacional do Calçado**. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por [dalcira@gmail.com](mailto:dalcira@gmail.com) em 25 set. 2010. Professora Especialista das disciplinas de História da Arte e da Indumentária e de Ética do Curso de Design da Universidade Feevale e Coordenadora do Museu Nacional do Calçado. Telefone 51-35868800, e-mail [idaht@feevale.br](mailto:idaht@feevale.br).

MODA, 2010). A instituição possui exposições permanentes e temporárias e biblioteca essencialmente composta por publicações relacionadas à história do traje e acessórios. No laboratório de conservação e restauro pode-se obter informações e esclarecimentos sobre preservação e limpeza de roupas.

O **Museu Têxtil i d'Indumentária** é parte do Disseny Hub Barcelona, localizado em Barcelona, Espanha. O museu abriga coleções de roupas, jóias, acessórios e complementos, além de tecidos. A coleção de peças de indumentária abrange vestimentas datadas desde o século XVI até a atualidade. A coleção de jóias é constituída por cerca de 500 peças, todas produzidas na Espanha (MUSEU TÈXTIL I D'INDUMENTÀRIA, 2010). O Centro de Documentação será aberto ao público no decorrer de 2010 e cobrirá quatro áreas de ação e ideias independentes: espaço design, comunicação visual, produto e moda e será dividido em quatro seções: biblioteca, arquivos, coleções especiais e biblioteca digital. Todavia, até o final deste estudo, não havia notícia que confirmasse essa informação.

O **Northampton Museum & Art Gallery**, localizado na cidade de Northampton, Inglaterra, abriga coleções de história social, história militar, história da arte e da arquitetura, coleção de ciências naturais e de artesanato em couro. Abriga, ainda, uma coleção de sapatos de importância nacional e internacional. A coleção inclui desde a história do calçado, como máquinas, aquarelas de ferramentas manuais até arquivos sobre confecção de calçados. A Vida & Sole Gallery mostra a história do calçado e recria uma fábrica de calçados de Northampton. Outra galeria mostra como a moda em calçados tem mudado ao longo de cem anos e exhibe desenhos de Salvatore Ferragamo, Manolo Blahnik e Vivienne Westwood. Abriga mais de 12.000 itens que vão desde material egípcio aos modelos atuais, desde fivelas e laços até calçadeiras e perneiras polonesas, incluindo pinturas e gravuras retratando sapatos e calçados, bem como representações do tema em outras mídias. Possibilita acesso a documentos tais como revistas e catálogos, fotografias, *posters*, postais e livros. O museu possui biblioteca especializada para pesquisadores (NORTHAMPTON MUSEUM & ART GALLERY, 2010).

O **Serviço Brasileiro de Respostas Técnicas – SBRT** é um serviço propiciado pelo Ministério de Ciência e Tecnologia, através do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia – **IBCT**. É uma rede formada por instituições de grande reconhecimento nacional e que fornece gratuitamente informações tecnológicas visando melhorar a qualidade do produto ou do processo produtivo

(SERVIÇO BRASILEIRO DE RESPOSTAS TÉCNICAS, 2010). Dispõe de um Banco de Informações formado por Respostas e Dossiês Técnicos, em diversos segmentos de agronegócios, indústrias e serviços, que podem ser acessados diretamente pelo sítio. Se a informação desejada não for encontrada neste banco, basta cadastrar uma solicitação que os especialistas da instituição buscam a informação e repassam para o interessado. São atendidas demandas de empresários, empreendedores e quem mais necessitar de informações técnicas para melhoria de produtos e processos produtivos

O **Shoes Or No Shoes? – SONS** localizado em Oudenaarde, Bélgica, é um lugar de confronto direto, uma espantosa arquitetura num ambiente bonito e duas coleções únicas que fazem deste projeto um acontecimento com charme internacional (SHOES OR NO SHOES?, 2010). Abriga quatro coleções distintas, oriundas de vários colecionadores, estilistas e interessados em sapatos. Entre elas chama a atenção a coleção Etnográfica, que conta com 2.700 pares de sapatos recolhidos em países como Japão, Índia, Irã, Tibete e Paquistão. Há, ainda, peças raras de índios norte-americanos, Eskimós, tribos africanas, Berberes, Beduinos, Mongóis, do Império Otomano e império pré-Inca, todos coletados por William Habraken. William em suas andanças pelo mundo, também recolheu uma vasta coleção de peças de famosos estilistas de sapatos do século XX como André Perugia e Salvatore Ferragamo e estilistas contemporâneos como Christian Louboutin e Manolo Blahnik. As coleções estão disponíveis no sítio, com o ano de fabricação e o país de origem.

A **Universidade Luterana do Brasil – ULBRA**, localizada em Canoas, oferece o curso Superior de Tecnologia em Design de Produto, que forma o profissional capacitado para elaborar e gerenciar projetos de produtos com foco no desenvolvimento de jóias, calçados e acessórios de moda. A Região Sul, vista como pólo produtor neste segmento, abrindo novas frentes de trabalho, tem nesta proposta designers formados para atuar na criação de projetos, no planejamento, no assessoramento, na administração e na orientação em atividades de criação e fabricação destas áreas. Visa, ainda, formar profissionais que incorporem a nossa riqueza natural à nossa identidade cultural, aliando a pesquisa ao estudo de materiais e processos de fabricação, considerando os aspectos técnicos, ergonômicos, conceituais, estéticos, econômicos e ambientais é o que propõe o Curso Superior de Tecnologia em Design do Produto. Oferece, também, os cursos

de bacharelado em Design, Design Gráfico, de Interiores e de Moda (UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL, 2010).

A **Universidade Feevale**, localizada em Novo Hamburgo, é uma entidade de caráter educativo e cultural, com autonomia didática, científica, administrativa e disciplinar. Através do ensino de graduação, pós-graduação, extensão e pesquisa, forma cidadãos nas mais diferentes áreas do conhecimento, colaborando para o desenvolvimento do país e contribuindo para a compreensão dos direitos e deveres da pessoa e do Estado. A Feevale oferece Curso de Design de Moda e Tecnologia, pioneiro como bacharelado no Rio Grande do Sul, que propõe o desenvolvimento de uma postura flexível, criativa e com autonomia ética e intelectual para atuação em diferentes áreas de moda. Em seu currículo, o Curso engloba as áreas de estilismo, história da arte e da indumentária, coordenação de moda, ergonomia na moda e fotografia de moda (UNIVERSIDADE FEEVALE, 2010).

O **Virtual Shoe Museum** foi iniciado por Liza Snook, em 2004, com a ajuda de Taco Zwaanswijk, criador do sítio e Bart van der Ploeg, programador do banco de dados. O sítio entrou na Internet e, desde então, continua congregando pessoas ligadas de alguma forma aos calçados, como *designers*, fotógrafos e editores. (VIRTUAL SHOE MUSEUM, 2010). Pode-se visualizar os sapatos por diferentes perspectivas, como estilista, por foco, por cor, por tipo de material, etc. A coluna da esquerda da tela contém a navegação principal. Cada perspectiva contém diversas "salas". Cada quarto tem miniaturas dos objetos que ela contém (no lado direito da tela). Clica-se sobre uma miniatura para ver o sapato. O destaque é ser um museu totalmente virtual.

O **Wiener Schuhmuseum**, localizado em Viena, Áustria, conta a história do sapato ao longo dos séculos. Como curiosidade, é a questão entre historiadores se os sapatos expostos, de propriedade da Imperatriz Elisabeth foram realmente usados por ela. É um museu pequeno que abriga em sua coleção, sapatos da Imperatriz Elisabeth, da Áustria, bem como as chuteiras do famoso jogador vienense, Matthias Sindelar. Um aspecto importante da coleção é mostrar a evolução das formas dos sapatos femininos ao longo do tempo. O museu possui uma antiga oficina de sapateiro, e realiza exposições especiais sobre temas diferentes a respeito do calçado (WIENER SCHUHMUSEUM, 2010).

Para o eixo principal da cadeia produtiva do calçado social feminino de couro, foram arroladas as fontes bibliográficas, pessoais e eventos listados no quadro abaixo e descritas a seguir.

| ELO                              | FONTES DE INFORMAÇÃO     |                                 |                                 |
|----------------------------------|--------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
|                                  | BIBLIOGRÁFICAS           | PESSOAIS                        | EVENTOS                         |
| CALÇADO SOCIAL FEMININO DE COURO | CT- SENAI                | Diretório de Grupos de Pesquisa | ABICALÇADOS                     |
|                                  | Guide to Reference Books |                                 | ASSINTECAL                      |
|                                  | Guia de Mídia            | MODE à Paris                    | Colóquio de Moda                |
|                                  | Internet Archive         |                                 |                                 |
|                                  | LUME                     | Plataforma Lattes               | Congresso Brasileiro do Calçado |
|                                  | Portais da Moda          |                                 | COUROMODA                       |
|                                  | Portal SENAI Design      |                                 | EICI                            |
|                                  | SENAC                    |                                 | FENAC                           |

QUADRO 7 – Fontes de Informação para o Elo Calçado Social Feminino de Couro

### 5.1.3.2 Fontes Bibliográficas

O **Guide to Reference Books**, o repositório **LUME**, já amplamente descritos em 5.1.1 e o **SENAC**, descrito em 5.1.2, são, também, fontes bibliográficas muito importantes para o Elo Calçado Social Feminino de Couro.

O **Centro Tecnológico do Couro SENAI – CT-SENAI**, localizado em Novo Hamburgo, abriga o **Núcleo de Apoio ao Design – NAD** e o **Núcleo de Informação Tecnológica – NIT**. O NAD conta com profissionais habilitados para apoiar a área de design e desenvolver semestralmente o Caderno de Tendência em Calçados, que tem por objetivo disseminar às empresas as tendências das estações. O NIT objetiva promover a produção e disseminação da informação tecnológica no âmbito do setor calçadista e oferecer respostas técnicas na área do calçado (CENTRO TECNOLÓGICO DO COURO SENAI, 2010). Conforme noticiado por Simone Schmidt, na página Economia do jornal **Correio do Povo** de 26 de setembro de 2010, o Centro Tecnológico do Couro SENAI de Estância Velha está

inaugurando a Central Analítica de Laboratórios e o Laboratório de Pesquisa. O objetivo deste novo laboratório é atender à demanda do setor coureiro-calçadista para análise de certificação de produtos em nível internacional (SCHMIDT, 2010, p.6). Mais uma fonte informacional de grande relevância para os estilistas, que poderão contar com a certificação de suas criações.

O **Guia de Mídia** é um sítio disponibilizado na Internet, formado por uma lista de jornais brasileiros e internacionais, revistas, sítios especializados em moda e beleza entre outros, que é atualizado constantemente (GUIA DE MÍDIA, 2010). Uma importante fonte informacional para o profissional estilista do calçado.

O **Internet Archive**, localizado em São Francisco, Califórnia, é uma organização sem fins lucrativos que foi fundada para construir uma biblioteca na Internet. Objetiva a oferta de acesso permanente para pesquisadores, historiadores, estudiosos e público em geral. Além de textos, disponibiliza áudios e imagens em movimento. (INTERNET ARCHIVE, 2010). Esta biblioteca digital apresenta diversas obras históricas, que contribuem não somente para o conhecimento da história da moda como também para a busca de inspirações para a criação de moda.

O **Portal SENAI Design** com a experiência de especialistas e o apoio de instituições internacionais, nasceu com o grande desafio de ser referência nacional para inspiração, estudos e pesquisas de tendências nos setores de mobiliário, vestuário, calçados, couro e acessórios. O conteúdo do Portal SENAI Design é dividido em duas grandes seções principais: referências locais com a inserção de elementos nacionais que podem inspirar produtos com identidade brasileira e referências globais onde poderão ser pesquisados os comportamentos e tendências mundiais. O Portal é uma evolução dos cadernos de tendências e inspirações já consolidados entre o público responsável pela criação de coleções e produtos nos três setores, passando a alcançar um número ainda maior de usuários e com informações periodicamente renovadas durante todo o ano. Focado na promoção da gestão do *design* de forma sistêmica, inclusive contribuindo para a disseminação desse conceito como estratégia de valorização dos bens produzidos, o Portal coloca à disposição informações exclusivas e especializadas para quem desenvolve produtos (PORTAL SENAI DESIGN, 2010).

O **Portais da Moda** é um portal, lançado em 2001 pela Marknet Desenvolvimento de Sites e Webmarketing, que atua em âmbito nacional, voltado a

profissionais da moda, contando com uma equipe preparada para atender o público criador, pesquisador e produtor de moda, como fonte de referência. O Portal traz notícias atualizadas, calendário de eventos e cursos, disponibiliza espaço para os profissionais da área cadastrarem seus currículos, bem como acesso a empresas do setor calçadista. O sítio se propõe a atender pesquisadores, criador e produtor de moda como fonte de referência (PORTAIS DA MODA, 2010). Enfim, é um sítio totalmente desenvolvido para os profissionais da moda. Uma excelente fonte informacional para os estilistas do calçado social feminino de couro.

### 5.1.3.3 Fontes Pessoais

Para o Elo Calçado Social Feminino de Couro, foram arrolados como fontes informacionais o **Diretório de Grupos de Pesquisa** e a **Plataforma Lattes**, ambos devidamente descritas em 5.1.1. Fica registrada aqui, a grande relevância destas fontes de informação para o Elo em estudo.

O **Mode à Paris** é um sítio disponível na Internet, criado pela Fédération Française de la Couture, du Prêt-à-Porter des Couturiers et des Créateurs de Mode, traz listados os nomes de alguns dos principais profissionais e estilistas da moda mundial. Nele é possível obter informações sobre a vida profissional do estilista e endereços e telefones para contato, sendo que o usuário é direcionado para uma página própria da marca de renomados estilistas, na qual é possível visualizar a coleção (MODE À PARIS, 2010). É um sítio interessantíssimo para os profissionais de moda tanto do vestuário, como do calçado, bolsas e acessórios. Traz, ainda, calendários de eventos de moda no mundo todo. Uma fonte informacional que não pode faltar na agenda dos profissionais criadores do Calçado Social Feminino de Couro.

### 5.1.3.4 Eventos

A **Associação Brasileira das Indústrias de Calçados – ABICALÇADOS**, já devidamente descrita em 5.1.2.4, disponibiliza em seu sítio, um calendário de eventos sempre atualizado, com os eventos de maior relevância do setor calçadista.

São eventos nacionais e internacionais, realizados nos principais centros lançadores de moda do mundo. Fica aqui o registro da grande importância desta fonte informacional para o Elo Calçado Social Feminino de Couro.

A **Associação Brasileira de Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos – ASSINTECAL**, elencada como Fonte de Informação Institucional em **5.1.3.1**, oferece um calendário de feiras e eventos nacionais e internacionais, se constituindo, desta forma, numa excelente fonte informacional para o estilista do calçado social feminino de couro. Basta acessar o sítio para saber o tipo de evento, onde se realizará e todas as demais informações inerentes ao evento. A Assintecal oferece ainda o Fórum de Inspirações, evento realizado duas vezes por ano, com apoio da ABDI – Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial, Apex-Brasil e Sebrae. O Fórum percorre os principais pólos calçadistas brasileiros e algumas feiras internacionais, apresentando inspirações das coleções primavera-verão e outono-inverno e é voltado tanto para empresários como para profissionais ou estudantes ligados ao setor coureiro-calçadista. Os participantes recebem o catálogo de inspirações com cartela de cores, conferem palestras, debates e ainda visitam o *showroom* de componentes, além de outras atrações especiais.

O **Congresso Brasileiro do Calçado**, a **COUROMODA** e a **FENAC**, também já descritas em **5.1.2.4**, são excelentes fontes informacionais para este Elo da cadeia produtiva em estudo. Fica, portanto, o registro.

O **Colóquio de Moda** é um congresso científico/acadêmico realizado anualmente. É um evento que tem por objetivo a interação entre pesquisadores, acadêmicos, profissionais de moda e áreas afins, promovendo a reflexão e o debate acerca da moda. Em 2010, a moda foi reconhecida oficialmente pelo Ministério da Cultura como um dos representantes da identidade artística e cultural do povo brasileiro. Em meio a esse momento de avanço significativo para o setor, a Universidade Anhembi Morumbi acolheu, entre os dias 12 e 15 de setembro, o 6º Colóquio de Moda, nos Campi Morumbi e Vila Olímpia, em São Paulo e, no dia 16, o V Fórum das Escolas de Moda (COLÓQUIO DE MODA, 2010).

A **Exhibición Internacional del Cuero e Insumos, Maquinaria y Tecnologia – EICI**, promovida pela Asociación Colombiana de Industriales Del Calzado, El Cuero y SUS Manufacturas, é a exposição mais completa de produtos e componentes dirigida aos fabricantes de calçados, pois apresenta as últimas



tendências em insumos, bem como os avanços em maquinário, tecnologia e serviços (EXHIBICIÓN INTERNACIONAL..., 2010). Paralelo à exposição, ocorrem conferências especializadas, o “Foro de Conceptos y Tendencias de Moda”, o “Hall de Innovadores”, além de exibição e lançamento de propostas em matéria-prima e insumos que são representativos do ciclo da moda que estará nas passarelas no mercado nacional e internacional. Para a indústria coureiro-calçadista, é uma ótima fonte informacional que mostra as novas tendências para o setor.

Elencadas as fontes informacionais pertinentes e relevantes a todos os elos da cadeia produtiva do couro/calçado social feminino de couro, estão apresentados e analisados os resultados obtidos com os questionamentos aos estilistas gaúchos, tratando-se de fontes de informação para a criação do calçado social feminino de couro.

## **5.2 Segmentos Usados pelo Estilista**

Analisando as respostas dos estilistas, verificou-se que estes profissionais atribuem pouca importância às fontes de informação a montante da cadeia produtiva em estudo. Do total de quinze questionários respondidos, doze responderam esta questão e entendem ser pouco relevante a consulta aos pecuaristas e abatedouros para a realização de seu trabalho criativo, mas a totalidade dos respondentes considera ser de muita relevância as informações provenientes dos curtumes e fornecedores de componentes.

Quanto às fontes informacionais a jusante, de igual forma a totalidade manifestou ser de grande relevância as informações provenientes do consumidor final e pouco importantes as informações provenientes dos atacadistas e varejistas.

## **5.3 Fontes do Elo Principal Utilizadas pelos Estilistas**

Aqui, um breve apanhado das respostas dos respondentes, relativamente às fontes informacionais bibliográficas utilizadas por esses profissionais para o Elo principal da cadeia em estudo. Num levantamento efetuado através de questões objetivas, as fontes de maior relevância para os estilistas respondentes são

publicações periódicas tais como jornais, revistas, publicações especializadas e, como principal fonte de informação, a Internet, com acessos diários. Fontes pessoais, pesquisa junto aos consumidores e visitas técnicas são relativamente importantes. Feiras, congressos, *workshops* e viagens são fontes informacionais bastante importantes na visão dos respondentes que participam, no mínimo, de dois eventos ao ano.

### 5.3.1 Conhecimento Histórico e Tendências de Moda

Como já mencionado anteriormente, este trabalho não abrange pesquisa e estudo de moda. Entretanto, é impossível falar em calçado sem falar em moda e tendência. Por este motivo, além das questões objetivas, foram inseridas no questionário, perguntas subjetivas, de forma que fosse possível coletar as impressões pessoais destes profissionais, relativas às fontes informacionais que são usadas para o desenvolvimento de seu trabalho. Através dessas impressões, buscou-se analisar sua importância para a atividade de criação de coleções que surgem no mercado a cada nova estação.

As tendências expressam o que poderá ser utilizado pelos estilistas para compor suas criações em determinada estação, seja em relação a cores, tipo de couro ou modelagens. Para a estilista Borelli<sup>17</sup>, o conhecimento das tendências “[...] é importantíssimo pois aumenta muito a chance de acertar nas vendas do produto, visto que a maioria das pessoas hoje em dia compra o que é tendência de moda atual.”. Nota-se que a estilista alia a questão das tendências diretamente ao consumidor final, aquele que usará o calçado criado por ela. Já o estilista Silva<sup>18</sup> entende que as tendências de moda são de grande importância para o estilista do calçado, pois as marcas de calçado social feminino “[...] nacionais seguem, quase em sua totalidade, as tendências de moda estabelecidas pelas grandes marcas internacionais.” O estilista Becker<sup>19</sup> traz uma visão mais profunda sobre tendências. Diz ele:

---

<sup>17</sup> BORELLI, Bianca Inês. **Questionário sobre o Uso de Fontes de Informação** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por [dalcira@gmail.com](mailto:dalcira@gmail.com) em 08 set. 2010.

<sup>18</sup> SILVA, Leonel Oliveira da. **Questionário sobre o Uso de Fontes de Informação**. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por [dalcira@gmail.com](mailto:dalcira@gmail.com) em 10 set. 2010.

<sup>19</sup> BECKER, Renan. **Questionário sobre o Uso de Fontes de Informação**. [mensagem pessoal]. Mensagem

Nenhum *designer* ou estilista vai descartar o uso de revistas e pesquisas de comportamento como referência para a concepção de sua criação. Mesmo assim, cada designer/estilista pode ter visões diferentes de como aproveitar estas informações. No meu processo de criação, enquanto ainda concebo o produto apenas em meu imaginário ou em uma folha de papel, prefiro pensar no que acontece fora do mundo da moda: movimentos culturais, música, estética de filmes e vídeo clipes, a indústria automotiva. Enfim, minha visão é de que as pessoas ditam os calçados, não de que os calçados ditam outros calçados. Para entender o que criar é preciso entender o comportamento do ser humano, o que talvez seja o mais inconsistente dos fenômenos naturais. (BECKER, 2010).

Observa-se que o estilista faz uma profunda relação entre o trabalho criativo e o comportamento humano em várias esferas da vida. Uma forma bastante interessante de agregar valor as fontes informacionais utilizadas por ele. Tudo o que acontece ao redor pode servir de fonte de inspiração para uma nova criação. Já o estilista Espíndula<sup>20</sup> diz que “[...] querendo ou não, temos que seguir as tendências, pois os calçados são mais um item de moda que vai compor o ‘Look Total’ e, além do mais, os fornecedores de componentes seguem esta tendência [...]”. Continuando, Espíndula vai um pouco além quando diz: “Vale ressaltar que seguir tendências não quer dizer copiar, mas, sim, desenvolver sua coleção seguindo parâmetros pré-estabelecidos, o que na verdade não deixa de se um *briefing*.” (ESPÍNDULA, 2010).

Espíndula ressalta o quanto é importante para o profissional conhecer a história do calçado e tão ou mais relevante ainda, conhecer a história da moda e da arte já que a moda sempre volta, com novas nuances, renovada, mas ela se repete conforme o momento histórico nacional e internacional. Alves<sup>21</sup> compactua com esse pensamento quando afirma que: “É de extrema importância o *designer* conhecer a história e o conceito que gira em torno do produto que se está desenvolvendo.” Becker, corroborando as afirmativas de Alves, vai além ao afirmar “[...] não somente a história, mas assuntos que fornecem embasamento técnico e criativo ao produto [...] Técnicas de produção antigas, altamente artesanais, são

---

recebida por [dalcira@gmail.com](mailto:dalcira@gmail.com) em 13 set. 2010.

<sup>20</sup> ESPÍNDULA, Fábio Marcelo. **Questionário sobre o Uso de Fontes de Informação**. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por [dalcira@gmail.com](mailto:dalcira@gmail.com) em 04 set. 2010.

<sup>21</sup> ALVES, Charles Endres. **Questionário sobre o Uso de Fontes de Informação**. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por [dalcira@gmail.com](mailto:dalcira@gmail.com) em 25 set. 2010.

usadas até hoje, pois carregam de simbologia e valores estéticos o produto.” (ALVES, 2010). Complementando a afirmação de Espídula, Becker aduz que: “Se o estilista não possuir conhecimento sobre a história do produto trabalhado, como se dará a contextualização do mesmo, em sentido de demonstrar evolução ao que já existe e respeito a êxitos do passado?” (ESPÍDULA, 2010)

É uma discussão deveras interessante uma vez que moda e novas coleções dão uma idéia de novo, ainda não existente, inusitado quando, na verdade, a moda se renova com, isso sim, criatividade do estilista, seu jeito pessoal, sua forma de ver o mundo, que vai dar “alma” nova ao que já foi usado em outras épocas.

O estilista Backes<sup>22</sup> acrescenta a essa discussão, que o conhecimento da história do calçado e das tendências de moda é que vão trazer o “[...] crescimento e engrandecimento de uma coleção.” Com o que também concorda o estilista Jacomini<sup>23</sup> ao afirmar:

Com certeza, é de extrema importância, pois a moda vai e volta. Conhecendo a história do calçado, podemos nos inspirar para criarmos novas coleções, identificar gostos, estilos, resgatar e ressignificar modelos e, claro, acredito que para criar um produto devemos conhecê-lo, buscar informação, de onde veio, como veio, como foi inserido na sociedade, etc. (JACOMINI, 2010).

Isto mostra, mais uma vez, que a informação é o caminho para a realização do trabalho criativo do estilista. História, tendências, moda, tudo que pode gerar inspiração e agregar valor ao trabalho criativo, passa pelo segmento informação como um todo e informação especializada que é o foco deste estudo.

Ainda sobre história do calçado e tendências de moda, Markus<sup>24</sup> afirma ser “[...] possível trabalhar com calçado sem conhecer a sua história, mas, definitivamente, ela enriquece as criações [...]” e, quanto à pesquisa de tendências, ressalta que algumas pequenas marcas até podem se furta de acompanhá-las, mas “[...] isso se reflete muito na qualidade visual do produto [...]” (MARKUS, 2010). Seguindo este mesmo diapasão, os demais estilistas respondentes compactuam com as ideias expressas acima.

---

<sup>22</sup> BACKES, Rafael. **Questionário sobre o Uso de Fontes de Informação**. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por [dalcira@gmail.com](mailto:dalcira@gmail.com) em 07 set. 2010.

<sup>23</sup> JACOMINI, Joel. **Questionário sobre o Uso de Fontes de Informação**. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por [dalcira@gmail.com](mailto:dalcira@gmail.com) em 12 set. 2010.

<sup>24</sup> MARKUS, Bianca. **Questionário sobre o Uso de Fontes de Informação**. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por [dalcira@gmail.com](mailto:dalcira@gmail.com) em 08 set. 2010.

Mas não é só com as tendências de moda que o estilista deve se preocupar. Há, ainda, outro tópico sobre tendências, não abordado acima, que envolve a saúde e o conforto dos pés. Hoje, existe outra linha de tendência que deve ser seguida visando o sucesso de uma coleção de calçados. Afinal de contas, é sobre o pé que descansa todo o peso do corpo, da indumentária, dos acessórios, enfim, tudo que o corpo carrega é “transportado” pelos pés. No Rio Grande do Sul foi criado, em 1974, o IBTeC – Instituto Brasileiro de Tecnologia de Couro, Calçados e Artefatos, que conta com Laboratório de pesquisas Biomecânica, Laboratório de Qualidade e Laboratório de Substâncias Restritivas, os quais auxiliam o setor calçadista brasileiro com pesquisas de novas tecnologias do couro e do calçado.

Com esta preocupação, a autora questionou aos estilistas se, na hora da criação do novo modelo, estes quesitos são considerados e se, efetivamente, esta é uma tendência que veio para ficar. Segue a análise das informações dos respondentes.

### 5.3.2 Saúde e Conforto como Tendências

Atualmente não se imagina mais pensar que um calçado possa ser apenas bonito, charmoso e elegante. Além de todos estes requisitos, o calçado tem de contemplar os quesitos de conforto, qualidade e saúde dos pés e, de resto, da coluna vertebral dos usuários. Corroborando esta assertiva a estilista Pimentel<sup>25</sup> afirma “[...] um calçado mal projetado pode causar danos a coluna e ao próprio pé.” (PIMENTEL, 2010). O estilista Berwanger<sup>26</sup> refere que o profissional competente deve ter noções da “[...] biomecânica, do uso, enfim, deve projetar um modelo que atenda as necessidades humanas [...]” (BERWANGER, 2010). Ainda segundo Berwanger, esse conhecimento possibilita o acerto na confecção do calçado, evitando desgastes com a área técnica para ajustar o modelo.

Becker, estilista que trabalha dentro de empresa calçadista, traz uma informação mais completa sobre conforto e saúde ao referir:

---

<sup>25</sup> PIMENTEL, Moema. **Questionário sobre o Uso de Fontes de Informação**. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por [dalcira@gmail.com](mailto:dalcira@gmail.com) em 07 set. 2010.

<sup>26</sup> BERWANGER, Rafael. **Questionário sobre o Uso de Fontes de Informação**. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por [dalcira@gmail.com](mailto:dalcira@gmail.com) em 10 set. 2010.

A preocupação quanto à ergonomia do produto se encontra em diversos níveis, alguns realmente simples que dizem respeito a padrões de altura, comprimento e largura dos calçados, posicionamento de peças com espuma, amortecimento parcial ou total na planta do pé. Pontos críticos e de difícil trabalho na indústria calçadista são aqueles que se referem à fôrma do calçado e solado. Produtos confeccionados sem os testes adequados podem prejudicar a coluna e a circulação do sangue pelas pernas, causando varizes e dores de cabeça. Como *designers* temos consciência desses problemas e, caso algum problema não seja observado, o teste do calce deixará isto muito claro, o problema é que, algumas vezes, a solução do problema implica em alterar linhas do modelo e até da fôrma base, resultando em nova modelagem e visual diferenciado. Algumas vezes sim, sacrifica-se conforto por estilo. Busca-se informação (ainda que pouca) em revistas especializadas de calçado, couro e ergonomia. Cada vez mais artigos acadêmicos também trazem este tipo de informação. (BECKER, 2010).

Com se percebe, a tendência em considerar conforto e saúde veio para ficar, apesar de ainda ser uma preocupação nova no âmbito calçadista, visto que, conforme a informação acima e da maioria dos respondentes, a literatura da área ainda é pequena. Espíndula considera que solado, saltos, palmilhas e modelagem do cabedal devem ser muito bem desenhados e calculados, visando ao conforto e saúde dos pés. Prosseguindo, o autor afirma que estas informações podem ser obtidas diretamente em cursos disponibilizados por algumas universidades, mas “[...] as fontes de informação técnicas na sua grande maioria são encontradas em publicações do SENAI.” (ESPÍNDULA, 2010). Já a estilista Leães<sup>27</sup>, profissional que atua dentro de uma grande empresa calçadista gaúcha, acrescenta que:

[...] pensa-se, paralelo à criação, numa estrutura de conforto, desde a seleção de materiais aos processos fabris deste, buscam-se inovações em congressos e fontes internacionais atualizadas, bem como o acompanhamento de uma equipe técnica (técnicos e engenheiros da área), capacitada à cerca das funções e de viabilizar as respectivas criações. (LEÃES, 2010).

Para o estilista Silva<sup>28</sup>, também um profissional que trabalha dentro da indústria calçadista, o conforto deve ser considerado e acompanhado por técnicos

---

<sup>27</sup> LEÃES, Sabrina Durgante. **Questionário sobre o Uso de Fontes de Informação**. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por [dalcira@gmail.com](mailto:dalcira@gmail.com) em 17 ago. 2010.

<sup>28</sup> SILVA, Leonel Oliveira da. **Questionário sobre o Uso de Fontes de Informação**. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por [dalcira@gmail.com](mailto:dalcira@gmail.com) em 10 set. 2010.

especializados, mas existem alguns calçados em que este quesito fica um pouco de lado. Em suas palavras:

No entanto, em certos produtos, exigidos pelo mercado, uma sandália de festa com 10cm de altura de salto por exemplo, é difícil que a mesma não ofereça desconforto porque contraria significativamente a biomecânica do ser humano. Mas, como comentado, o produto é uma exigência do consumidor que aceita o custo-benefício, de um produto desconfortável, mas elegante para ser usado em momentos restritos e especiais. (SILVA, 2010).

É interessante esta colocação. Embora haja a necessidade de um controle rigoroso sobre conforto e saúde, ainda assim, pela exigência das consumidoras, são confeccionados calçados que desrespeitam estas normas. É uma das desvantagens de se seguir os ditames da moda que exigem que as mulheres calcem sapatos/sandálias/botas, conforme a ocasião e o clima, que causam tamanho desconforto e prejuízo à saúde.

### 5.3.3 A Nova Coleção

A nova coleção vem das novas tendências, mas precisa da inspiração do estilista para entender e criar uma coleção única, com o seu estilo pessoal, para ser reconhecida como o calçado criado por este ou aquele profissional. Para Marins, consultora de moda sócia do Instituto Rio Moda, antes de serem adotadas as tendências:

[...] especialistas realizam um processo de pesquisa de comportamento de consumo, analisando o momento cultural e sócio-econômico em que se encontra o consumidor final destas tendências, visando a dar o máximo de informação aos criadores sobre o desejo do mercado. (MARINS, 2010).

A inspiração é algo muito mais pessoal, individual. Conforme a Assintecal, o termo é procedente do latim, *inspirare*, que significa soprar, comunicar e é utilizado tanto no campo da teologia como das artes. Já Ceia (c2005), afirma que existem duas teorias sobre o referido assunto. Uma defende que “[...] a inspiração é, sobretudo, de origem divina; corresponde à ação de uma Musa (do latim *in-inspirare*,

soprar para dentro) [...]”, ou seja, vem de fora para dentro, e outra defende que “[...] concebido como um estado de exaltação emotiva [...] que o faz sentir como iluminado interiormente para encontrar a chave e os recursos expressivos da sua criação [...]” (CEIA, c2005). Neste caso, a inspiração vem de dentro do próprio artista. Usado no sentido figurado, o termo ainda designa intuição estética, invocação, genialidade, criação e imaginação. A inspiração transforma, abre caminhos e identifica soluções (INSPIRAMAIS, 2010).

Partindo desses conceitos perguntou-se aos estilistas respondentes sobre lugares lançadores de moda calçadista, quando inicia a pesquisa para a nova coleção e onde são buscadas as informações para a nova coleção. Becker fez um longo comentário sobre a questão de “lançadores de moda”, que se optou por transcrever literalmente, uma vez que está carregado de informações sobre este quesito que, provavelmente, só são conhecidas das pessoas ligadas à moda. Segue a resposta na íntegra:

Antigamente havia essa concepção de ‘lançadores de moda’, mas hoje não consigo definir apenas alguns lugares do mundo onde isso acontece. O que ocorre são algumas comparações, algumas localidades que levam a pesquisa e estudo de moda e produto um pouco mais a sério. Países como França, Itália e Espanha levam a cultura da arte muito a sério, faz parte do cotidiano desses profissionais o contato com a estética. O que tais países apresentam em produto, seja calçado, vestuário, mobiliário, automotivo, etc., é, na grande maioria das vezes, carregado de coerência, informação e cultura. Por isso classificavam-se como países lançadores de moda. Mesmo assim, um *designer* pode absorver conhecimento sobre a cultura Maia e aplicá-la em sua coleção, o que não faz do México nem do país do *designer* com um lugar lançador de moda. Se, por outro lado, avaliarmos o impacto das conhecidas ‘semanas de moda’ (*Fashion Weeks*) temos em Nova Iorque, Milão, Paris e Londres os grandes lançamentos mundiais. (BECKER, 2010).

É um ponto de vista contundente, que, em princípio, não é completamente compactuado pelos demais respondentes. Eles citaram os pólos identificados acima como “os grandes lançadores de moda”, tendo sido acrescentados ainda o Japão (PIMENTEL, 2010) e Alemanha, Grã-Bretanha, Bélgica e Estados Unidos pelo estilista Amaral<sup>29</sup>, mas todos eles têm na Europa, se não o único, mas o grande pólo criador e lançador da moda mundial. No Brasil, segundo Berwanger, Rio de Janeiro

<sup>29</sup> AMARAL, João Luiz Gouveia. **Questionário sobre o Uso de Fontes de Informação**. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por [dalcira@gmail.com](mailto:dalcira@gmail.com) em 18 ago. 2010.



e São Paulo são consideradas cidades-pólo lançadoras de moda. Um ponto interessante destacado pela estilista Figur<sup>30</sup> é a realização de “[...] uma pesquisa muito forte dentro do Brasil, visitando as principais capitais: Porto Alegre, Curitiba, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Recife, entre outras.” (FIGUR, 2010), visando buscar subsídios para os novos lançamentos.

Sobre a busca de informações e inspirações para a nova coleção, Markus (2010), diz que: “Qualquer lugar pode gerar pesquisa[...] revistas e visita às ruas e shoppings.”, ou seja, a inspiração criativa, como já colocado por Becker (2010), “[...] no meu processo de criação [...] movimentos culturais, música, estética de filmes [...]” vem de qualquer lugar, basta que o estilista esteja atento e aberto para perceber o que está sendo desejado pelo seu público alvo.

Todos concordam que viagens e visitas a lugares que veem na moda uma atividade muito relevante, principalmente a museus, podem ajudar muito em sua criação, mas o custo destas, no mais das vezes muito elevado, dificulta, sobremaneira, a pesquisa através desta atividade.

Tendo em vista que o calçado brasileiro já há bastante tempo vem sendo comercializado lá fora, questionou-se sobre diferenças fundamentais para o estilista entre uma coleção criada para o mercado interno e uma voltada ao mercado externo. Para Figur (2010), “[...] a coleção é praticamente igual para os dois mercados, uma vez que a moda brasileira está sendo muito valorizada no mundo inteiro.” Já para o estilista Silva (2010) “[...] se trabalham modelos um tanto mais conservadores em cores e formas para o mercado nacional que não possui o despojo e poder de consumo dos grandes mercados internacionais.” Entretanto, alguns respondentes não compactuam muito deste entendimento. Leães (2010), diz que é preciso fazer uma análise rigorosa das tendências e filtrar as informações redirecionando para o mercado que se quer atingir e Espíndula (2010), acrescenta que as diferenças não estão só nas palhetas de cores como também nos modelos diferenciados e Berwanger (2010) lembra que “[...] o clima, cores, tipo de públicos, poder aquisitivo[...]” também fazem uma grande diferença entre os mercados consumidores.

A estilista Borelli vai além quando afirma:

---

<sup>30</sup> FIGUR, Rebeca. **Questionário sobre o Uso de Fontes de Informação.** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por [dalcira@gmail.com](mailto:dalcira@gmail.com) em 13 set. 2010.

Principalmente no que diz respeito ao formato e tipo de pés [...] e até mesmo dentro do país, em regiões diferentes, podemos notar diferenças. O pé do gaúcho é bem diferente do pé do nordestino, por exemplo. E não só o pé é relevante, como também o clima, costumes e público de cada região ou país (BORELLI, 2010).

Em relação a diferenças no mercado interno, o estilista Alves (2010), considera que “os consumidores da região sul do país são mais críticos em relação aos produtos e, em consequência, muito exigentes.” O estilista Hartz tem uma visão diferente dos demais. Para ele “As mulheres no geral buscam a inovação, o bonito [...] para uma cliente entrar em uma loja ela segue uma regrinha básica: visual, se achou bonito já chamou a atenção; o preço; a marca do calçado.” (HARTZ, 2010).

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para concluir a pesquisa de **Informação Especializada**: um estudo acerca da cadeia produtiva gaúcha do calçado social feminino de couro é imperativo tecer alguns comentários sobre alguns tópicos. Quando foi iniciado o estudo, a autora desconhecia praticamente tudo sobre o processo produtivo, o entrelaçamento dos atores da cadeia e quais eram as fontes essenciais ao desenvolvimento do trabalho do profissional estilista do calçado. Então, a ideia pareceu muito boa e foi com muito prazer, muito boa vontade que se deu início à pesquisa. Contudo, no decorrer do trabalho, muitos entraves surgiram, a começar pelo referencial teórico sobre a história do calçado, por exemplo, que não está organizado. Foi necessário recorrer a vários sítios e alguns livros, que contam a história aos pedaços, cada fonte fazendo referência à sua região, a alguma parte, mas nenhuma que trace um caminho direto, do início aos dias atuais. Somente a história antiga, lá dos primórdios do calçado, é igual em todo o material pesquisado.

Outro ponto complicado foi o instrumento de coleta de dados. Considerando que um questionário é um meio de coleta que não permite a interação entre os partícipes, pesquisador e respondente, o que acontece numa entrevista; considerando que o questionário deve ser escolhido quando o universo pesquisado compreende uma grande quantidade de respondentes, o que não é o presente caso e considerando que um questionário requer questões objetivas, de respostas diretas, optou-se por entrevista semi-estruturada como forma de coletar os dados dos profissionais estilistas. No entanto, devido à falta de tempo destes, como também já relatado por Machado (MACHADO, 2009, p. 114), quando afirma “[...] contato com os estilistas porto-alegrenses, este se mostrou bastante complicado. [...] por falta de tempo destes ou por dificuldade de contato.”, foi necessária a utilização de questionários a fim de viabilizar a realização da pesquisa. Embora tenha sido diferente do projetado, o instrumento resolveu a contento e foi respondido, via correio eletrônico, por quinze estilistas, que, apesar da falta de tempo, da correria com as novas coleções, foram muito gentis e solícitos e enriqueceram sobremaneira com suas informações e impressões a realização deste estudo.

As considerações feitas por estes profissionais reforçaram a percepção da autora de que a comunicação entre os elos da cadeia produtiva do couro é pequena ou quase inexistente. A maioria dos respondentes utiliza informações apenas dos

curtumes e fornecedores de componentes dos elos a montante e o consumidor final do elo a jusante. Isto é um fato preocupante porque, se todos os elos se comunicassem, com certeza ter-se-ia produtos de maior valor agregado o que aumentaria as vendas principalmente no comércio exterior. Esta cadeia produtiva, segundo o BNDES (2005), é de muita importância para a economia do País, tanto que foi criado pelo MDIC, no Planejamento Estratégico 2005-2006, o Fórum de Competitividade de Couro, Calçados e Artefatos, para tratar de todas as questões envolvendo a produção e comercialização do couro e artefatos de couro. Outra percepção confirmada foi que, a maioria deles, não costuma visitar biblioteca ou repositórios digitais para a execução de seu trabalho deixando, assim, de utilizar informações valiosas, atualizadas e fidedignas que estão disponíveis tanto na forma impressa como em meio eletrônico. Entretanto, os eventos são bastante buscados e considerados muito importantes. Outro fato que causou estranheza foi a visita aos museus. A literatura da área não refere muito a estas instituições e dos quinze respondentes, apenas cinco consideram museu uma fonte informacional para o estilista do calçado e, destes, três são estilistas ligados a grandes empresas calçadistas. Esta diferença ficou visível ao analisar as respostas aos questionários. Os profissionais ligados às grandes empresas calçadistas têm todo um suporte para facilitar a realização do seu trabalho e, por este motivo, fica mais fácil participarem de eventos, visitarem museus e lugares considerados lançadores de moda.

As fontes bibliográficas, afora alguns periódicos especializados, são, via de regra, negligenciadas pelos respondentes, que têm na Internet o seu grande instrumento de pesquisa visto que todos responderam que consultam a Internet diariamente.

Relativamente à coleta de fontes informacionais, esta foi uma tarefa bastante operosa, difícil e demorada. Aqui foi possível constatar a forma desorganizada como estão disponíveis. A exceção fica por conta da agroindústria, que possui excelentes bases de dados, onde estão indexadas obras de suma importância para o setor. Percebeu-se, também, a falta de uma ferramenta única que reúna o material informacional pertinente a todos os elos da cadeia produtiva do couro/calçado social feminino de couro. A disponibilização destas informações em um único espaço resultaria, provavelmente, em avanços significativos para todos os segmentos envolvidos neste complexo produtivo. Considerando os elos de forma independente, deixa-se de aproveitar todo o potencial informacional existente que poderia auxiliar

sobremaneira tanto os elos a sua montante como a sua a jusante, principalmente no tocante à tomada de decisões.

Mesmo estando dispersas, foi possível arrolar diversas fontes de informação bastante relevantes para a cadeia produtiva em estudo. Um fato a destacar é que estas fontes, surpreendentemente, estão disponíveis, gratuitamente, na Internet. Os sítios são muito bem elaborados, de modo geral, de fácil navegação e oferecem informações muito valiosas para todos os elos da cadeia em foco, mas, o maior destaque, fica por conta das fontes institucionais. As fontes arroladas neste estudo, além de proporcionar os subsídios necessários à construção do mapa informacional, se mostraram de grande relevância para toda a cadeia produtiva em foco, devido ao caráter técnico das mesmas. E, analisando mais profundamente, não são importantes somente pelos materiais publicados, mas, principalmente, pelos profissionais que nelas atuam, pois em decorrência das atividades que desenvolvem, se tornam excelentes fontes pessoais de informação.

Isto posto, resta verificar se os objetivos traçados para este estudo foram devidamente cumpridos. Primeiro, com relação ao objetivo geral, o mesmo foi atingido ao se identificar e arrolar as fontes informacionais pertinentes à cadeia produtiva do calçado de couro. Deu-se ênfase ao elo principal da cadeia: o calçado social feminino de couro e, quanto aos elos a montante e a jusante da referida cadeia, para estes foi dado um tratamento menos rigoroso na coleta das fontes. Foram mapeados os repositórios informacionais existentes para cada área e colhidos aqueles de maior relevância para o segmento tratado, sendo, assim, alcançado o objetivo específico expresso em **2.2**, alínea **a**.

Relativamente às fontes informacionais utilizadas pelos estilistas gaúchos do Vale do Rio dos Sinos, consignado em **2.2**, alínea **b**, estas foram identificadas através dos questionários respondidos por estes profissionais. E, para cumprir com o último objetivo deste estudo, serão entregues cópias eletrônicas deste trabalho aos estilistas respondentes e, como forma de agradecimento pela solicitude e colaboração prestada, receberão cópia, também, o Museu Nacional do Calçado, na pessoa de sua Coordenadora, Prof. Esp. Ida Helena Thõn e o Centro de Design da Feevale, na pessoa do Prof. Me. Luiz Carlos Robinson que prestou valiosíssima colaboração, tendo, inclusive, ajudado com a validação do questionário e indicado endereços eletrônicos de profissionais estilistas do Vale do Rio dos Sinos.

## REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTO (Apex-Brasil). Brasília, DF, 2010. Disponível em: < <http://www.apexbrasil.com.br/>>. Acesso em: 20 ago. 2010.

AGROLINE: base de dados. **Agroline**. Curitiba, c2000. Disponível em: < <http://www.agronline.com.br/>>. Acesso em: 03 ago. 2010.

AGROBASE. Biblioteca Nacional de Agricultura. (BINAGRI). In: BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. (MAPA). **Sítio Institucional**. Inclui informações sobre alimentação animal, agrotóxicos, bebidas e vinhos, sobre fertilizantes, material genético, legislação pecuária, agrícola e de abastecimento, planos e programas de governos, estatísticas e convênios. Brasília, DF, 2010. Disponível em: < <http://www.agricultura.gov.br/>>. Acesso em: 13 ago. 2010.

ALL CHINA LEATHER EXHIBITION (ACLE). Hong Kong, 2010. Disponível em: <http://ww3.assintecal.org.br/>. Acesso em: 16 ago. 2010.

ARAÚJO, Marcos da Silva. **O Uso Estratégico da Informação em Cadeias Produtivas: estudo de caso do setor couro-calçadista feminino**. 2005. 186 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2005. Disponível em: < <http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/handle/1843/VALA-6KFJAW>>. Acesso em: 03 maio 2010.

ÁSIA PACIFIC LEATHER FAIR. **Materials, Manufacturing & Technology (MM&T)**. Hong Kong, 2010. Disponível em: < <http://www.aplf.com/APLFEvents/MMT/tabid/1694/language/en-US/Default.aspx>>. Acesso em: 16 ago. 2010

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COMÉRCIO EXTERIOR DO BRASIL. (ABRACEX). São Paulo: Abracex, 2010. Disponível em: <http://www.abracex.org.br/>. Acesso em: 05 set. 2010.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE CALÇADOS. (Abicalçados). Novo Hamburgo, 2010. Disponível em: < <http://www.abicalçados.com.br/index.html>>. Acesso em: 10 mar. 2010.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS PARA OS SETORES DO COURO, CALÇADOS E AFINS. (Abrameq). Novo Hamburgo, c2000. Disponível em: <http://www.abrameq.com/>. Acesso em: 11 abr. 2010.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA QUÍMICA. (ABIQUIM). São Paulo, 2010. Disponível em: Disponível em: < <http://www.abiquim.org.br/>>. Acesso em: 13 ago. 2010.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE COMPONENTES PARA COURO, CALÇADOS E ARTEFATOS. (Assintecal). Sítio organizado pela Assintecal, que traz notícias, serviços, convênios, informações sobre mercado interno e externo e outros assuntos afins, além de vários links para outras empresas/associações relevantes ao setor calçadista. Pode ser consultado em português, inglês e espanhol. Novo Hamburgo, 2010. Disponível em: <http://ww3.assintecal.org.br/>. Acesso em: 10 mar. 2010.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ESTILISTAS DE CALÇADOS E AFINS. (ABECA). Novo Hamburgo, 2010. Disponível em: < <http://www.abeca.org/>>. Acesso em: 25 set. 2010.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. (ABNT). Brasília, DF, c2008. Disponível em: < <http://www.abnt.org.br/default.asp>>. Acesso em: 25 set. 2010.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS QUÍMICOS E TÉCNICOS DA INDÚSTRIA DO COURO. (ABQTIC). Estância Velha, 2010. Disponível em: < <http://www.abqtic.com.br/index.php/>>. Acesso em: 13 ago. 2010.

ASSOCIAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DE CURTUME DO RIO GRANDE DO SUL. (AICSUL). Novo Hamburgo, 2010. Disponível em: <<http://www.aicsul.com.br/index.php>>. Acesso em: 13 ago. 2010.

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE NOVO HAMBURGO, CAMPO BOM E ESTÂNCIA VELHA. (ACI-NH/CB/EV). Novo Hamburgo, 2010. Disponível em: <http://www.acinh.com.br/index.asp?mn=0>. Acesso em: 05 set. 2010.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE LOJISTAS DE ARTEFATOS E CALÇADOS. (ABLAC). Novo Hamburgo, 2010. Disponível em: < <http://www.ablac.com.br/>>. Acesso em: 05 set. 2010.

ASSOCIACIÓN QUÍMICA ESPAÑOLA DE LA INDÚSTRIA DEL CUERO. (AQEIC). Barcelona, 2010. Disponível em: < <http://www.aqeic.org/>>. Acesso em: 13 ago. 2010.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS FORNECEDORES DA INDÚSTRIA CALÇADISTA E AFINS. (AFIC). Franca, 2010. Disponível em: < <http://www.afic.com.br/institucional.php>>. Acesso em: 05 set. 2010.

BALAY, Robert. **Guide to Reference Books**. 11th ed. Chicago: London: American Library Association, 1996.

BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL. (BNDES). Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: <[http://www.bndes.gov.br/SítioBNDES/bndes/bndes\\_pt](http://www.bndes.gov.br/SítioBNDES/bndes/bndes_pt)>. Acesso em: 11 ago. 2010.

BAPTISTA, Sofia Galvão; CUNHA, Murilo Bastos. Estudo de Usuários: uma visão

global dos métodos de coleta de dados. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 12, n. 2, p.168-184, maio/ago. 2007.

BARDIN, Laurence. RETO, Luís Antero; PINHEIRO, Augusto (Trad.). **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2002.

BARRETO, Renata Nassar. AS ORGANIZAÇÕES Internacionais na Atualidade. **Âmbito Jurídico**. Rio Grande, n. 37, 02 fev. 2007. Portal criado em 1998 com a finalidade de divulgar e facilitar a pesquisa de doutrina e de informações jurídicas a profissionais e estudantes do Direito, tendo como diretor responsável Ana Cláudia Santos da Rocha e como diretor editorial o Prof. Dr. Miguel Antônio Silva Ramos. Disponível em: <[http://www.ambito-juridico.com.br/sítio/index.php?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=1682](http://www.ambito-juridico.com.br/sítio/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=1682)>. Acesso em: 12 jun. 2010.

BATA SHOE MUSEUM. Toronto, 2010. Disponível em: <<http://www.batashoemuseum.ca/>>. Acesso em: 26 set. 2010.

BATALHA, Mário Otávio; SILVA, Andrea Lago da. Gerenciamento de Sistemas Agroindustriais: definições e correntes metodológicas. In: BATALHA, Mário Otávio (Coord.). **Gestão Agroindustrial**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2001. V. 1.

BLC LEATHER TECHNOLOGY CENTER. Northampton, 2010. Disponível em: <<http://www.blcleathertech.com/index.htm>>. Acesso em: 05 set. 2010.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. (MAPA). Brasília, DF, 2010. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br>>. Acesso em: 03 ago. 2010..

BRASIL. Planejamento Estratégico 2005-2006. In.: BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. (MDIC). Brasília, DF, 2005. Disponível em: <[http://www.mdic.gov.br/arquivos/dwnl\\_1196700135.pdf](http://www.mdic.gov.br/arquivos/dwnl_1196700135.pdf)>. Acesso em: 01 maio 2010.

\_\_\_\_\_. Competência. In.: BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. (MDIC). Brasília, DF, 2010. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/sítio/interna/interna.php?area=1&menu=1680>>. Acesso em: 01 maio 2010.

CALDAS, Dario. **Observatório de Sinais: Teoria e Prática da Pesquisa de Tendências**. Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2006. 220p.

CALDEIRA, Paulo da Terra. Museus. In.: CAMPELLO, Bernadete Santos; CALDEIRA, Paulo da Terra; MACEDO, Vera Amália Amarante. (Org.). **Formas e Expressões do Conhecimento: introdução às fontes de informação**. Belo Horizonte: UFMG/PROED, 1998.



\_\_\_\_\_. Museus. In: CAMPELLO, Bernadete Santos; CALDEIRA, Paulo da Terra. (Org.). **Introdução às Fontes de Informação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

CAMPELLO, Bernadete S.; CAMPOS, Carlita M. **Fontes de Informação Especializada: características e utilização**. Belo Horizonte: UFMG/PROED, 1988. 144 p.

CAMPELLO, Bernadete Santos. Organizações como Fonte de Informação. In: CAMPELLO, Bernadete Santos; CENDÓN, Beatriz Valadares; KREMER, Jeannette Marguerite. (Org.) **Fontes de Informação para Pesquisadores e Profissionais**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2000.

CAMPELLO, Bernadete Santos; CALDEIRA, Paulo da Terra. (Org.). **Introdução às Fontes de Informação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

CARRIZO SAINERO, Gloria. Las Fuentes de la Información. In: CARRIZO SAINERO, Gloria; IRURETA-GOYENA SÁNCHEZ, Pilar; QUINTANA SÁENZ, Eugenio López de. (Org.) **Manuel de Fuentes de Información**. Madrid: CEGAL, 1994.

CEIA, Carlos. **E-dicionário de Termos Literários**. Lisboa, c2005. Disponível Em: <http://www.fcsh.unl.pt/invest/edtl/index.htm>. Acesso em: 08 dez. 2010.

CENTRO DAS INDÚSTRIAS DE CURTUMES DO BRASIL. (CICB). Brasília, DF, 2010. Disponível em: < <http://www.cicb.com.br/index.php>>. Acesso em: 05 set. 2010.

CENTRO TECNOLÓGICO DO CALÇADO SENAI. (CT-SENAI-RS). Novo Hamburgo, 2010. Disponível em: <http://www.senairs.org.br/ctcalçado/>. Acesso em: 21 set. 2010.

CENTRO TECNOLÓGICO DO COURO SENAI. (CT-SENAI). Novo Hamburgo, 2010. Disponível em: < <http://www.senairs.org.br/ctcouro/>>. Acesso em: 21 set. 2010.

CHEMICAL ABSTRACTS: base de dados. Columbus, Chemical Abstracts Service, 2010. Disponível em: <<http://www.cas.org/>>. Acesso em: 16 ago. 2010.

CHOO, Chun Wei. **A Organização do Conhecimento**: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. 2. ed. São Paulo: SENAC São Paulo, 2006.

COLÓQUIO DE MODA. **Universidade Anhembi Morumbi**. São Paulo, 2010. Disponível em: < <http://www.coloquiodemoda.com.br/>>. Acesso em: 23 set. 2010.

COMO SE FABRICA O CALÇADO. In: BRASIL Super Shop. Farroupilha: S-Shop, c1998-2009. Sítio da loja virtual Brasil Super Shop Com Eletrônico Ltda., que vende, via internet, calçados de todos os tipos. Disponível em: < <http://www.s-shop.com.br/fabsapato.asp>>. Acesso em: 07 mar. 2010.

CONFEDERAÇÃO DA AGRICULTURA E PECUÁRIA DO BRASIL. (CNA). Brasília, DF, 2010. Disponível em: < <http://www.canaldoprodutor.com.br/>>. Acesso em: 03 ago. 2010.

CONGRESSO BRASILEIRO DO AGRONEGÓCIO. (CBA), 9, São Paulo, 2010. São Paulo: ABAG, 2010. Disponível em < <http://www.abag.com.br/index.php?mpg=00.00.00>>. Acesso em: 13 Ago. 2010.

CONGRESSO BRASILEIRO DO CALÇADO, 14, São Paulo, 2010. São Paulo: Couromoda Feiras e Eventos, 2010. Disponível em: < <http://www.couromoda.com/congresso/programa.html>>. Acesso em: 20 ago. 2010.

CONGRESSO BRASILEIRO DE PETROQUÍMICA, 8, Rio de Janeiro, 2008. Rio de Janeiro: IBP, 2010. Disponível em: < <http://www.ibp.org.br/main.asp?Team={24FCED7E-F422-4F53-88C2-DC2745D77B6E}>>. Acesso em: 25 ago. 2010.

CONGRESSO BRASILEIRO DE ZOOTECNIA. (ZOOTEC), 20. Tocantins, 2010. Campo Grande, UFT, 2010. Disponível em: < <http://www.ruralcentro.com.br/eventos/512/-zootec-2010/>>. Acesso em: 13 ago. 2010

CONGRESSO INTERNACIONAL DA PRODUÇÃO PECUÁRIA, 5, Salvador, 2010. Salvador: Produção Agropecuária, 2010. Disponível em: < <http://www.producaopecuaria.com.br/>>. Acesso em: 13 ago. 2010.

CONGRESSO LATINO AMERICANO DOS QUÍMICOS E TÉCNICOS DA INDÚSTRIA DO COURO, 17., Rio de Janeiro, 2008. Rio de Janeiro, IBTeC, 2008. Disponível em: < [http://ibtec.org.br/site/content/internas/index.php?request=tamp\\_one&group=noticias&sessio n=noticias&id=438](http://ibtec.org.br/site/content/internas/index.php?request=tamp_one&group=noticias&sessio n=noticias&id=438)>. Acesso em: 17 ago. 2010.

COPETTI, Américo. **Monografia da Indústria do Calçado no Rio Grande do Sul**. Porto Alegre: Assembléia Legislativa do Estado do Rio Grande do Sul, 1976.

CORRÊA, Abidack Raposo. O Complexo Coureiro-calçadista Brasileiro. In.: **BNDES Setorial**, Rio de Janeiro, n. 4, p. 65-92, set. 2001.

COURO, Calçados e Artefatos. In: BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. (MDIC). **Sítio Institucional**. Inclui informações sobre comércio exterior, legislação, comércio e serviços, sobre desenvolvimento da produção brasileira, projetos em cooperação com a Comissão Européia, licitações e um painel sobre a conjuntura econômica. Brasília, DF, 2005. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=2&menu=213>>. Acesso em: 15 mar.

2010. Mantido contato com André Rolim, analista de comércio exterior do MDIC, e-mail [andre.rolim@mdic.gov.br](mailto:andre.rolim@mdic.gov.br), ele informou que esta notícia é de 2005.

COUROMODA. Couromoda 2010. In: **COUROMODA.com**: calçados e artefatos, todo o setor na web. São Paulo: Couromoda Feiras Comerciais, 2010. Sítio com informações sobre feiras brasileiras e internacionais, serviços para lojistas, expositores, visitantes, hotéis, notícias sobre calçado no Brasil e no mundo. Disponível em: <http://www.couromoda.com/index.php>. Acesso em: 13 abr. 2010.

CUNHA, Murilo Bastos da. **Para Saber Mais**: fontes de informação em ciência e tecnologia. Brasília, DF: Briquet de Lemos, 2001.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA E MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS. (ABIMAQ). São Paulo, 2010. Disponível em: < <http://www.abimaq.org.br/> >. Acesso em: 15 ago. 2010.

DIAS, Cláudia Augusto. Portal Corporativo: conceitos e características. **Ciência da Informação**, Brasília, DF, v. 30, n. 1, jan./abr. 2001, p. 50-60.

DIAS, Maria Matilde Kronka; PIRES, Daniela. **Fontes de Informação**: um manual para cursos de graduação em Biblioteconomia e Ciência da Informação. São Carlos: EdUFSCar, 2005.

DIRETÓRIO DE GRUPOS DE PESQUISA. In.: BRASIL. Ministério de Ciência e Tecnologia. **Portal Institucional**. Inclui informações sobre vários setores de interesse. Entre os serviços mais procurados estão os relacionados às áreas de Previdência Social, Trabalho e Emprego, Saúde e Educação. Brasília, DF, c2008. Disponível em: < <http://www.e.gov.br/defaultCab.asp?idservinfo=126&url=http://lattes.cnpq.br/> >. Acesso em: 14 ago. 2010.

EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA. (Embrapa). Brasília, DF, 2010. Disponível em: < <http://www.embrapa.br/> >. Acesso em: 03 ago. 2010.

ERNER, Guillaume. **Vítimas da Moda?** Como a criamos, por que a seguimos. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2005. 253p.

ESCOLA DE DESIGN UNISINOS. In.: UNIVERSIDADE do Vale do Rio dos Sinos. São Leopoldo, 2010. Disponível em: < <http://www.unisinos.br/principal/> >. Acesso em: 21 set. 2010.

ESPÍNDULA, Fábio Marcelo. A História dos Calçados até o Século XIX. In: ARTIGONAL: diretório de artigos gratuitos. *Sítio* sob a responsabilidade de Ronit Rozen, Ramat Gan, Israel. Contém peças de autoria original sobre vários assuntos. Publicado em 31 jan. 2009a. Disponível em: <<http://www.artigonal.com/ensino-superior-artigos/a-historia-dos-calcados-ate-o-seculo-xix-748821.html>>. Acesso em: 16 jan. 2010.

\_\_\_\_\_. A História da Numeração dos Calçados. In: ARTIGONAL: diretório de artigos gratuitos. Sítio sob a responsabilidade de Ronit Rozen, Ramat Gan, Israel. Contém peças de autoria original de vários assuntos. Publicado em 15 mar. 2009b. Disponível em: <<http://www.artigonal.com/ensino-superior-artigos/a-historia-dos-calcados-ate-o-seculo-xix-748821.html>>. Acesso em: 16 jan. 2010.

EXHIBICIÓN INTERNACIONAL DEL CUERO E INSUMOS, MAQUINARIA Y TECNOLOGIA. (EICI). Bogotá, 2010. Disponível em: < [http://www.eici.com.co/index.php?doc=info\\_general](http://www.eici.com.co/index.php?doc=info_general) />. Acesso em: 24 ago. 2010.

EXPOINTER – **Exposição Internacional de Animais**. Esteio, 2010. Disponível em: < <http://www.expointer.rs.gov.br/sítio2010/index.php>>. Acesso em: 13 ago. 2010.

FÁBRICA DE CALÇADOS ON-LINE. Franca, c1999-2007. P. 62. Disponível em: < <http://www.fabricadecalçados.com.br/>>. Acesso em: 20 set. 2010.

FASHION MUSEUM. Bath, 2010. Disponível em: <<http://www.museumofcostume.co.uk/>>. Acesso em: 08 set. 2010.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO RIO GRANDE DO SUL. (FIERGS). **Estilismo e Design**: agregando valor ao mercado. Novo Hamburgo: Abicalçados, c2001. Disponível em: <[http://www.abicalçados.com.br/documentos/downloads/arg\\_Cartilha3\\_Estilismo%20e%20Design.pdf](http://www.abicalçados.com.br/documentos/downloads/arg_Cartilha3_Estilismo%20e%20Design.pdf)>. Acesso em: 20 abr. 2010.

FEGHALI, Marta Kasnar; DWYER, Daniela. **As Engrenagens da Moda**. Rio de Janeiro: SENAC-Rio, 2004.

FEIRA INTERNACIONAL DE COUROS, PRODUTOS QUÍMICOS, COMPONENTES, MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS PARA CALÇADOS E CURTUMES. ( FIMEC). Novo Hamburgo, 2010. Disponível em: < [http://fimec.com.br/index.php?idiomas\\_id=1](http://fimec.com.br/index.php?idiomas_id=1)>. Acesso em: 20 set. 2010.

FEIRA INTERNACIONAL DOS FORNECEDORES DE INDÚSTRIA QUÍMICA E PETROQUÍMICA – QUÍMICA & PETROQUÍMICA. **PETROBRÁS**. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <<http://www.quimica-petroquimica.com.br/>>. Acesso em: 13 ago. 2010.

FEIRA NACIONAL DO CALÇADO. (FENAC). Novo Hamburgo, 2010. Disponível em: < <http://www.fenac.com.br/fenac/>>. Acesso em: 15 ago. 2010.

FENSTERSEIFER, Jaime E.; GOMES, Julio A. Análise da Cadeia Produtiva do Couro e do Calçado. In: FENSTERSEIFER, Jaime E. (Org.). **O Complexo Calçadista em Perspectiva: tecnologia e competitividade**. Porto Alegre: Ortiz, 1995.

FIGUEIREDO, Nébia Maria Almeida de. **Método e Metodologia na Pesquisa Científica**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, c2004.

FRANCAL 2010. 42 Feira Internacional da Moda em Calçados e Acessórios. In: FRANCAL Feiras e Empreendimentos. Sítio da Feira Internacional realizada pela cidade de São Paulo, com o objetivo de mostrar o que está acontecendo no mundo dos calçados e acessórios. São Paulo, 2010. Disponível em: [http://www.feirafrancal.com.br/2010/codigo/home.asp?idioma=1&nome\\_item=Principal&nome\\_subitem=Home](http://www.feirafrancal.com.br/2010/codigo/home.asp?idioma=1&nome_item=Principal&nome_subitem=Home). Acesso em: 11 jul. 2010.

FUNARO, Vânia Martins Bueno de Oliveira; NORONHA, Daysi Pires. Literatura Cinzenta: canais de distribuição e incidência nas bases de dados. In: POBLACIÓN, Dinah Aguiar; WITTER, Geraldina Porto; SILVA, José Fernando Modesto da (Org.). **Comunicação & Produção Científica**: contexto, indicadores e avaliação. São Paulo: Angellara, 2006.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GLOBAL 21 – Couro e Calçados. In: PORTAL Global 21 - Informes Setoriais. Sítio em operação desde maio de 2000, cuja finalidade é divulgar e esclarecer as políticas governamentais na área de Comércio Exterior. Realiza análises da atuação empresarial no campo do marketing internacional e cria canais eletrônicos de interação e negócios. Porto Alegre, c2010. Disponível em: <http://www.global21.com.br/informessetoriais/setor.asp?cod=3>>. Acesso em: 01 maio 2010.

GRÉCIA. In: MUSEU Nacional do Calçado. **Acervo**. Novo Hamburgo: FEEVALE, 1998. Disponível em: <http://www.mncalçado.br/sítio.html> >. Acesso em: 16 jan. 2010.

GUIA DE MÍDIA. São Paulo, 2010. Disponível em: <http://www.guiademidia.com.br/>>. Acesso em: 20 set. 2010.

GUIMARÃES, Ângelo de Moura. Internet. In.: CAMPELLO, Bernadete Santos; CALDEIRA, Paulo da Terra (Org.). **Introdução às Fontes de Informação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

HAGUENAUER, L. et al. **Evolução das Cadeias Produtivas Brasileiras na Década de 90**. Brasília, DF: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 2001. (Texto para Discussão nº 786). Disponível em:< [http://www.ipea.gov.br/pub/td/td\\_2001/td\\_786.pdf](http://www.ipea.gov.br/pub/td/td_2001/td_786.pdf)>. Acesso em 25 abr. 2010.

HAGUETTE, Teresa Maria Frota. **Metodologias Qualitativas na Sociologia**. Petrópolis: Vozes, 1992.

HARTKOK, Hugo Heinz (Coord). Moda. In: ASSOCIAÇÃO Brasileira das Indústrias de Calçados. **Estilismo e Design**: agregando valor ao mercado. Novo Hamburgo, 2001. 52p. Disponível em:

<[http://www.abicalcados.com.br/documentos/downloads/arq\\_Cartilha3\\_Estilismo%20e%20Design.pdf](http://www.abicalcados.com.br/documentos/downloads/arq_Cartilha3_Estilismo%20e%20Design.pdf)>. Acesso em: 07 mar. 2010.

HARTZ, JULIANO. In: JULIANO Hartz. Porto Alegre, 2010. Disponível em: <http://julianohartz.blogspot.com/>. Acesso em: 25 set. 2010.

HISTÓRIA. In: USAFLEX. *Home Page* da empresa Usaflex Calçados, que traz a história da empresa, vídeo institucional, processo de fabricação dos calçados e outras informações pertinentes. Igrejinha, 2010. Disponível em: <http://www.usaflex.com.br/calçados-usaflex-historia-dos-sapatos>. Acesso em: 11 jul. 2010.

A HISTÓRIA DO CALÇADO: arte e estilo a seus pés. In: ARTESANATO na Rede. Sítio destinado a artesãos que traz notícias, cursos e eventos sobre calçados e outros tipos de artesanato. São Paulo: MVA Comunicações, c2001-2009. Disponível em: <<http://www.artesanatonarede.com.br/noticias/exibir.php?id=215>> Acesso em: 11 jan. 2010.

A HISTÓRIA DO CALÇADO. In: CASA Pepe: calçados e confecções. São Paulo, 23 jul. 2007. *Sítio* comercial para venda virtual de calçados. Disponível em: <[http://www.casapepe.com.br/sítio/noticias/exibe\\_noticia.asp?ID=26](http://www.casapepe.com.br/sítio/noticias/exibe_noticia.asp?ID=26)>. Acesso em: 11 jan. 2010.

A HISTÓRIA DOS SAPATOS. In: FÁBRICA De Calçados – On Line. *Sítio* desenvolvido a partir de 1998, com o objetivo de transformar um guia de calçados na primeira feira virtual de calçados, entrando no ar em 1999, como um guia de compras do lojista, atacadista e exportador. Pode ser consultado em português, inglês ou espanhol. Franca, c1999-2007. P. 62. Disponível em: <[http://www.fabricadecalçados.com.br/informativo\\_imprime.asp?id=41](http://www.fabricadecalçados.com.br/informativo_imprime.asp?id=41)>. Acesso em: 11 jan. 2010.

HISTÓRICO. In: ASSOCIAÇÃO Brasileira das Indústrias de Calçados. (Abicalçados). Sítio construído em 2005, sob a responsabilidade de uma equipe editorial, que traz notícias institucionais e sobre os pólos, a cargo da Assessoria de Comunicação da Abicalçados e que são de responsabilidade de Elizabeth Renz. As estatísticas são de responsabilidade da Unidade de Inteligência Comercial e as Feiras e Eventos, da Unidade de Relacionamento com Associados. Novo Hamburgo, 2005. Disponível em: <<http://www.abicalcados.com.br/historico.html>>. Acesso em: 26 jan. 2010.

HISTÓRIA – Calçado no Brasil. In: SAPATO Site. Sítio desenvolvido pela MBM Internet, cujo conteúdo são endereços, *links*, para empresas relacionadas ao fabrico, venda e compra de calçados, além de informar eventos do setor, nacionais e internacionais, ocorridos até 2008. Franca: MBMT, [200?]. Disponível em: <<http://www.sapatosítio.com.br/portugues/historia.html>>. Acesso em: 13 mar. 2010.

HISTÓRIA DO CALÇADO. In: SINDICATO Da Indústria de Calçados de Igrejinha. Sítio com serviços, sindicato, informações sobre o processo produtivo do calçado e notícias do setor. Igrejinha: Usinanet [200?]. Disponível em: <<http://www.sindicatogrejinha.com.br/calçado/>>. Acesso em: 24 jan. 2010.

INFOPÉDIA: Enciclopédia e Dicionário Porto Editora. Porto: Porto Editora, c2003-2010. Disponível em: < <http://www.infopedia.pt/>>. Acesso em: 13 mar. 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. (IBGE). Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: < <http://www.ibge.gov.br/home/default.php>>. Acesso em: 12 ago. 2010

INSTITUTO BRASILEIRO DE INFORMAÇÃO EM CIÊNCIA E TECNOLOGIA. (IBICT). Brasília, DF, 2010. Disponível em: < <http://www.ibict.br/>>. Acesso em: 12 ago. 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE TECNOLOGIA DO COURO, CALÇADOS E ARTEFATOS. (IBTeC). Novo Hamburgo, 2010. Disponível em: <[www.ibtec.org.br](http://www.ibtec.org.br)>. Acesso em: 12 abr. 2010.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. (INPI). Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: < <http://www.inpi.gov.br/menu-esquerdo/instituto>>. Acesso em: 12 ago. 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE PETRÓLEO, GÁS E BIOCOMBUSTÍVEIS. (IBP). Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: < <http://www.ibp.org.br/main.asp?Team={A65EDC2D-02E0-4535-AF55-4E9FCC6EC4C7}>>. Acesso em: 18 ago. 2010.

INSPIRAMAIS. Salão de Design e Inovação de Componentes. In.: ASSOCIAÇÃO Brasileira de Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos. Novo Hamburgo, 2010. Disponível em: < <http://ww3.assintecal.org.br/inspiramais/site/content/home/>>. Acesso em: 10 out. 2010.

INTERNATIONAL COUNCIL OF MUSEUMS. ICOM Mission. Paris, 2008a. Disponível em: <<http://icom.museum/mission.html>>. Acesso em: 12 jun. 2010.

\_\_\_\_\_. ICOM Mission. Paris, 2008b. Disponível em: <[http://icom.museum/museum\\_directories.html](http://icom.museum/museum_directories.html)>. Acesso em: 12 jun. 2010.

\_\_\_\_\_. ICOM Statutes. Paris, 2008c. Disponível em: <[http://icom.museum/hist\\_def\\_eng.html](http://icom.museum/hist_def_eng.html)>. Acesso em: 12 jun. 2010.

INTERNATIONAL UNION OF LEATHER TECHNOLOGISTS AND CEMISTS SOCIETIES. (IULTCS). Suíça, 2010. Disponível em: < <http://www.iultcs.org/home.asp>>. Acesso em: 17 ago. 2010.

INTERNET ARCHIVE. São Francisco, 2010. Disponível em: < <http://www.archive.org/>>. Acesso em: 22 set. 2010.

IRURETA-GOYENA SÁNCHEZ, Pilar. Las Publicaciones Oficiales. In: CARRIZO SAINERO, Gloria; IRURETA-GOYENA SÁNCHEZ, Pilar; QUINTANA SÁENZ, Eugenio López de. (Org.). **Manuel de Fuentes de Información**. Madrid: CEGAL, 1994. P. 317-333.

JOURNAL OF VETERINARY DIAGNOSTIC INVESTIGATION. **American Association of Veterinary Laboratory Diagnosticians**. Revista publicada bimestralmente pela AAVDL, cuja primeira edição foi em janeiro de 1989. Califórnia, c2010. Disponível em: < <http://www.jvdi.org/>>. Acesso em 13 ago. 2010.

KYOTO COSTUME INSTITUTE. (KCI). Kyoto, 2010. Disponível em: < <http://www.kci.or.jp/>>. Acesso em: 08 set. 2010.

KLIEMANN NETO, Francisco José; SOUZA, Sinval Oliveira. Desenho, Análise e Avaliação de Cadeias Produtivas. In: OLIVEIRA, Vanderlei (Org.). **Redes Produtivas para o Desenvolvimento Regional**. Ouro Preto: Abepro, 2004. Cap. 1, p. 9-39.

KNELLER, George. **A Ciência Como Atividade Humana**. São Paulo: Ed. da Universidade de São Paulo, 1980.

KÖLLER, Carl. **História do Vestuário**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

LE MOS, Antônio Agenor Briquet de. Bibliotecas. In: CAMPELLO, Bernadete Santos; CALDEIRA, Paulo da Terra (Org.). **Introdução às Fontes de Informação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo; ROMANCINI, Rochard. Teses e Dissertações: estudo bibliométrico na área da comunicação. POBLACIÓN, Dinah Aguiar; WITTER, Geraldina Porto; SILVA, José Fernando Modesto da (Org.). **Comunicação & Produção Científica: contexto, indicadores e avaliação**. São Paulo: Angellara, 2006. p.137-161.

LUME: Repositório Digital da **Universidade Federal do Rio Grande do Sul**. Porto Alegre, 2010. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/>>. Acesso em: 13 ago. 2010.

NORTHAMPTON MUSEUM & ART GALLERY. Northampton, 2010. Disponível em: [http://www.northampton.gov.uk/site/scripts/documents\\_info.php?documentID=135](http://www.northampton.gov.uk/site/scripts/documents_info.php?documentID=135). Acesso em: 11 set. 2010.

MACHADO, Caroline Ross. **A Moda e suas Fontes de Informação: um estudo acerca da cadeia produtiva brasileira da moda**. 2009.129 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação)– Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de Biblioteconomia. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

MANN, Peter H. **Métodos de Investigação Sociológica**. 3. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1975. 198 p.



MARINS, Alessandra. De Onde vêm as Tendências? In.: LEIA Moda. Recife, 2010. Disponível em: <  
<http://leiamoda.com.br/leiamoda/content/materia.php?idText=2248&secao=leiaartigos>>.  
Acesso em: 10 out. 2010.

MATTOS, P.; LINCOLN, C. L.: A Entrevista Não-Estruturada Como Forma de Conversação: razões e sugestões para sua análise. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 39, n. 4, p. 823-847, jul./ago. 2005.

METROPOLITAN MUSEUM OF ART. **Costume Institute**. New York, 2010. Disponível em: <<http://www.metmuseum.org/>>. Acesso em: 08 set. 2010.

MIELKE, Eduardo Jorge Costa. **Análise da Cadeia Produtiva e Comercialização do Xaxim, *Dicksonia Sellowiana*, no Estado do Paraná**. 2002. 74 f. Dissertação (Mestrado)-Curso de Pós-Graduação em Engenharia Florestal, Universidade Federal do Paraná, Setor de Ciências Agrárias, Curitiba, 2002. Disponível em:  
<http://www.cocoverderj.com.br/tesecadeiaproductiva.htm>. Acesso em: 21 abr. 2010.

MODE À PARIS. **Fédération Française de la Couture**. Paris, 2010. Disponível em: <http://www.modeaparis.com/>. Acesso em: 23 set. 2010.

MODE MUSEUM. **Momu**. Antwerpen: Momu, 2010. Disponível em: <<http://www.momu.be/>>. Acesso em: 08 set. 2010.

MOTTA, Eduardo. **O Calçado e a Moda no Brasil: um olhar histórico**. Novo Hamburgo: Assintecal, 2004.

MUSEUM AT FASHION INSTITUTE OF TECHNOLOGY. (FIT). New York, 2010. Disponível em: < <http://www.fitnyc.edu/3662.asp>>. Acesso em: 12 set. 2010.

MUSEO DELLA CALZATURA. **Villa Foscari Rossi**. Veneza, 2010. Disponível em: <  
<http://www.villafoscarini.it/cultura-attivita.php>>. Acesso em 13 set. 2010.

MUSEU DO DESIGN E DA MODA. (MUDE). Lisboa, 2010. Disponível em: <  
[http://www.mude.pt/mude\\_site.html](http://www.mude.pt/mude_site.html)>. Acesso em: 11 set. 2010.

MUSÉE GALLIERA. **Musée Galliera**. Paris, 2010. Disponível em: <  
<http://www.galliera.paris.fr>>. Acesso em: 08 set. 2010.

MUSEO INTERNAZIONALE DELLA CALZATURA. **Vigevano al Centro**. Vigevano, 2010. Disponível em: < <http://www.vigevanoalcentro.it/visitare/monumenti/museo-internazionale-della-calzatura>>. Acesso em: 13 set. 2010.

MUSÉE INTERNATIONAL DE LA CHAUSSURE. DE ROMANS – **Ville-Romans**. Dômes, 2010. Disponível em: < <http://www.ville-romans.fr/mon-quotidien/culture/165-le-musee-international-de-la-chaussure.htm>>. Acesso em: 11 set. 2010.

MUSÉE DE LA MODE ET DU TEXTILE. **Mode et Textile**. Paris, 2010. Disponível em: < <http://www.lesartsdecoratifs.fr/francais/mode-et-textile/collections-72/acquisitions-80/2004-85/ensemble-de-chaussures>>. Acesso em: 08 set. 2010.

MUSEU NACIONAL DO CALÇADO. (MNC). Novo Hamburgo: Feevale, 2010. Disponível em: < <http://www.mncalcado.br/site.html>>. Acesso em: 11 set. 2010.

MUSEU NACIONAL DO TRAJE E DA MODA. Lisboa, 2010. Disponível em: <<http://www.museudotraje-ipmuseus.pt/>>. Acesso em: 26 set. 2010.

MUSEU TÊXTIL I D'INDUMENTÁRIA. **Museus DHUB**. Barcelona, 2010. Disponível em: < <http://www.dhub-bcn.cat/ca/museus/museu-textil-i-dindumentaria>>. Acesso em: 12 set. 2010.

MYLIUS, Miriam Silveira. **O Sapato**: conhecer bem para vender melhor. Novo Hamburgo: CTCCA, 1993.

NORTHAMPTON MUSEUM & ART GALLERY. Noethampton, 2010. Disponível em < [http://www.northampton.gov.uk/site/scripts/documents\\_info.php?documentID=135](http://www.northampton.gov.uk/site/scripts/documents_info.php?documentID=135)>. Acesso em: 11 set. 2010.

NÚCLEO DE ESTUDOS E PESQUISAS EM ECONOMIA AGROINDUSTRIAL. (NEPEA). **Universidade Federal de Santa Maria**. Santa Maria, 2010. Disponível em: < <http://w3.ufsm.br/nepea/>>. Aceso em: 12 ago. 2010.

OBSERVATÓRIO DE LA ECONOMIA LATINO AMERICANA. **Enumed.Net**. Universidade de Málaga. Málaga, 2010. Disponível em: < <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/index.htm>>. Acesso em: 13 ago. 2010.

OPEN DIRECTORY PROJECTS. **Netscape Communications Corporation**. Califórnia: DMOZ, c1998-2010. Disponível em: < <http://www.dmoz.org/>> . Aceso em: 12 ago. 2010.

A ORIGEM do Calçado. História do Calçado. In: CALÇADOS Femininos e Bolsas Femininas. Sítio da loja virtual de calçados. Contêm curiosidades, história sobre calçados, e uma vitrine virtual pela qual se pode adquirir calçados e bolsas pela Internet. A responsabilidade é de calcadosebolsas.com.br. Jaú: Universo Designer, c2008. Disponível em: <<http://www.calcadosebolsas.com.br/2008/04/23/curiosidades-sobre-calcados/>> . > Acesso em: 10 jan. 2010.

PESQUISA AGROPECUÁRIA BRASILEIRA. (PAB). **Embrapa**. Brasília, DF, 2010. Disponível em: < <http://www.sct.embrapa.br/pab/>>. Acesso em: 13 ago. 2010.

PETROQUISA – Petrobrás Química S.A. **PETROBRÁS**. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <<http://www2.petrobras.com.br/portal/petrobras.htm>>. Acesso em: 13 ago. 2010.

PISCIOTTA, Kátia. Redes Sociais: articulação com os pares e com a sociedade. In: POBLACIÓN, Dinah Aguiar; WITTER, Geraldina Porto; SILVA, José Fernando Modesto da (Orgs.). **Comunicação & Produção Científica**: contexto, indicadores e avaliação. São Paulo: Angellara, 2006.

PLATAFORMA LATTES. In.: BRASIL. Ministério de Ciência e Tecnologia. **Portal Institucional**. Inclui informações sobre vários setores de interesse. Entre os serviços mais procurados estão os relacionados às áreas de Previdência Social, Trabalho e Emprego, Saúde e Educação. Brasília, DF, c2008. Disponível em: <<http://www.e.gov.br/defaultCab.asp?idservinfo=126&url=http://lattes.cnpq.br/>> Acesso em: 14 ago. 2010.

PORTAL DO AGRONEGÓCIO. **Universidade Federal de Viçosa**. Viçosa, 2010. Disponível em: <<http://www.portaldoagronegocio.com.br/>>. Acesso em: 13 ago. 2010.

PORTAL DO COMÉRCIO. Brasília, DF, 2010. Disponível em: <http://www.portaldocomercio.org.br/>. Acesso em: 30 ago. 2010.

PORTAL SENAI DESIGN. (SENAI). Porto Alegre, 2010. Disponível em: <<http://design.senai.br/#>>. Acesso em: 22 set. 2010.

PORTAIS DA MODA. Condomínio Tecnológico. (COTE). Cianorte, 2010. Disponível em: <<http://www.portaisdamoda.com.br>>. Acesso em: 15 ago. 2010.

PROCHNIK, Victor. Cadeias Produtivas e Complexos Industriais. In: HASENCLEVER, L.; KUPFER, D. **Organização Industrial**. Rio de Janeiro: Campus, 2002. Disponível em: <[www.ie.ufrj.br/cadeiasprodutivas/pdfs/cadeias\\_produtivas\\_e\\_complexos\\_industriais.pdf](http://www.ie.ufrj.br/cadeiasprodutivas/pdfs/cadeias_produtivas_e_complexos_industriais.pdf)>. Acesso em: 24 abr. 2010.

REVISTA BRASILEIRA DE ENGENHARIA AGRÍCOLA E AMBIENTAL. (AGRIAMBI). **Asociación Latinoamericana y del Caribe de Ingeniería Agrícola**. Periódico publicado mensalmente pelo Departamento de Engenharia Agrícola (DEAg) do Centro de Tecnologia e Recursos Naturais (CTRN) da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), destinando-se à divulgação de artigos técnico-científicos originais e inéditos, elaborados em Português, Inglês ou Espanhol. Teve sua primeira edição em 1997 já no formato eletrônico. Campina Grande, 2010. Disponível em: <<http://www.agriambi.com.br/>>. Acesso em: 13 ago. 2010.

REVISTA TÉCNICA PECUÁRIA EN MÉXICO. **Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias**. (INIFAP). Periódico anual teve sua primeira edição em 1963 e, até 1999, no formato impresso. A partir do volume n. 38, passou para o formato eletrônico. No entanto, foi publicado eletronicamente o título dos artigos das edições

anteriores, provavelmente para facilitar a pesquisa. Coyoacán, 2010. Disponível em: <<http://www.inifap.gob.mx/>>. Acesso em: 13 ago. 2010.

RIO GRANDE DO SUL. Secretaria Estadual da Agricultura, Pecuária, Pesca e Abastecimento. (SEAPPA). Porto Alegre: Portal do Estado do Rio Grande do Sul, 2010. Disponível em: <<http://www.saa.rs.gov.br/index.php>>. Acesso em: 13 ago. 2010.

RODRIGUES, Ana Vera Finardo; CRESPO, Isabel Mello. Fonte de Informação Eletrônica: o papel do bibliotecário de bibliotecas universitárias. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**. Campinas, v. 4, n.1, p. 1-18, jul./de. 2006. Disponível em: <http://www.sbu.unicamp.br/seer/ojs/viewissue.php?id=7>. Acesso em 30 maio 2010.

ROSA, Sergio Eduardo Silveira da. CORRÊA, Abidack Raposo. A Indústria Calçadista no Brasil. INFORME SETORIAL – Área Industrial. In.: BNDES Setorial. Rio de Janeiro, jul. 2006

RUIZ ABELLÁN, Joaquín; IZQUIERDO ALONSO, Mónica; PIÑERA LUCAS, Tomás. Aportaciones en torno a los usuarios en documentación. **Documentación de Iãs ciencias de la información**, La Rioja, n. 21, p. 11-75, 1998. Disponível em: <<http://revistas.ucm.es/inf/02104210/articulos/DCIN9898110011A.PDF>>. Acesso em: 24 maio 2010.

RURAL CENTRO. **A Rede de Negócios do Campo**. Mato Grosso do Sul, c2009. Disponível em: <<http://www.ruralcentro.com.br/>>. Acesso em: 03 ago. 2010.

SALVADOR, Ângelo Domingos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Bibliográfica**. Porto Alegre: Sulina, 1982.

SANTOS, Angela Maria M.; CORREA, Abidack R.; ALEXIM, Flavia Menna B.; PEIXOTO, Gabriel . Tavares. Panorama do Setor de Couro no Brasil. In.: BNDES Setorial. Rio de Janeiro, n. 16, p. 57-84, set. 2002.

SAPATO. In. ENCICLOPÉDIA e Dicionário da Língua Portuguesa. Porto: Porto Editora, 2003-2010. Disponível em: <http://www.infopedia.pt/lingua-portuguesa/sapato>. Acesso em: 26 mar. 2010.

SCHEMES, Cláudia, et al. Empresários e Trabalhadores. In: SCHEMES, Cláudia, et al. **Memória do Setor Coureiro-Calçadista**: pioneiros e empreendedores do Vale do Rio dos Sinos. Novo Hamburgo: FEEVALE, 2005.

SCHMIDT, Simone. SENAI terá Laboratório do Couro. **Correio do Povo**, Porto Alegre, 26 set. 2010. Economia, p. 6.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. (SEBRAE). Brasília, 2010. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/>>. Acesso em: 16 ago. 2010.

SEMINAGRO – Seminário da Agroindústria. **Universidade Federal da Paraíba**. Bananeiras: SEMINAGRO, 2010. Disponível em: < <http://www.seminagro.com.br/VII/default.php/>>. Acesso em: 13 ago. 2010.

SERVIÇO BRASILEIRO DE RESPOSTAS TÉCNICAS. (SBRT). Rio de Janeiro: IBICT, c2009-2009. Disponível em: < <http://www.sbrt.ibict.br/>>. Acesso em: 14 set. 2010.

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL. (SENAC). Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <http://www.senac.br/home.asp>. Acesso em: 30 ago. 2010.

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL. (SENAI). Brasília, DF, 2010. Disponível em: < <http://www.senai.br/br/home/index.aspx>>. Acesso em: 20 ago. 2010.

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM RURAL. (SANAR). Porto Alegre, 2010. Disponível em: < <http://www.senarrs.com.br/>>. Acesso em: 20 ago. 2010.

SHOES OR NO SHOES. (SONS). **Cortina Group**. Oudenaarde, 2010. Disponível em: <http://www.shoesornoshoes.com/index.php>. Acesso em: 12 set. 2010.

SILVA, Luís César da. **Cadeia Produtiva de Produtos Agrícolas**. Vitória: UFES, 2005. (Boletim Técnico MS 01/05). Disponível em: <<http://www.univasf.edu.br/~cprod/eventos/fenagri2009/Material%20de%20Apoio%20-%2003a%20-%20Cadeias%20produtivas.pdf>>. Acesso em: 25 abr. 2010.

SILVA, José F. M. da; RAMOS, Lucia M. S. V. Costa; NORONHA, Daisy Pires. Base de Dados. In: POBLACIÓN, Dinah Aguiar; WITTER, Geraldina Porto; SILVA, José Fernando Modesto da (Org.). **Comunicação & Produção Científica**: contexto, indicadores e avaliação. São Paulo: Angellara, 2006. p. 261-285.

SILVA, Terezinha Elisabeth da.; TOMAÉL, Maria Inês. Fontes de Informação na Internet: a literatura em evidência. In: TOMAÉL, Maria Inês; VALENTIM, Marta Lúcia Pomim (Org.). **Avaliação de Fontes de Informação na Internet**. Londrina: Eduel, 2004.

SUZIGAN, Wilson. INDÚSTRIA BRASILEIRA: origem e desenvolvimento. São Paulo: UNICAMP, 2000.

UNIVERSIDADE FEEVALE. (Feevale). Novo Hamburgo, 2010. Disponível em: < <http://www.feevale.br/home/>>. Acesso em: 21 set. 2010.

UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL. (ULBRA). Canoas, 2010. Disponível em: < <http://www.ulbra.br/>>. Acesso em: 21 set. 2010.

O VAREJISTA. In: **Varejista.com.br**. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <http://www.varejista.com.br/>. Acesso em: 30 ago. 2010.

VENDRAMETO, Oduvaldo; GIANNETTI, Biagio F.; BRUSNTEIN, Israel. **Avaliação dos Pontos Críticos da Cadeia Produtiva Carne, Couro e Calçados**. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. Universidade Paulista – Instituto de Ciências Exatas e Tecnologia. Rio de Janeiro: ABEPRO, 2001. Disponível em: < [http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2001\\_TR110\\_0215.pdf](http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2001_TR110_0215.pdf)>. Acesso em: 03 maio 2010.

VILLASEÑOR RODRÍGUEZ, Isabel. Los Instrumentos para La Recuperación de La Información: las fuentes. In: TORRES RAMÍREZ, Isabel de (Coord.). **Las Fuentes de Información: estudios teórico-prácticos**. Madrid: Síntesis, 1998.

VIRTUAL SHOE MUSEUM. Düsseldorf, 2010. Disponível em: <http://www.virtualshoemuseum.com/vsm/index.php>. Acesso em: 12 set. 2010.

WEITZEL, Simone da Rocha. O Papel dos Repositórios Institucionais e Temáticos na Estrutura da Produção Científica. **Em Questão: revista da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS**. Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS. Porto Alegre, v.9, n. 1, jan.-jun. 2003.

WIENNER SCHUHMUSEUM. **Schuhmuseum**. Viena, 2010. Disponível em: < <http://www.schuhmuseum.at/index.html>>. Acesso em: 11 set. 2010.

WIKIPÉDIA. A Enciclopédia Livre. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Alpargata>. Acesso em: 24 jan. 2010



| FONTES DE INFORMAÇÃO                                     | VALOR |    |    |    |    | FREQUÊNCIA |   |   |   |   |   |
|--|-------|----|----|----|----|------------|---|---|---|---|---|
|  | 01    | 02 | 03 | 04 | 05 | 1          | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Biblioteca   |       |    |    |    |    |            |   |   |   |   |   |
| Internet   |       |    |    |    |    |            |   |   |   |   |   |
| Fontes Pessoais  |       |    |    |    |    |            |   |   |   |   |   |
| Pesquisa junto aos Consumidores                          |       |    |    |    |    |            |   |   |   |   |   |
| Museus   |       |    |    |    |    |            |   |   |   |   |   |
| Visitas Técnicas (máquinas, equipamentos, insumos, etc.) |       |    |    |    |    |            |   |   |   |   |   |

Fonte: Adaptado de Choo (2006).

Frequência: **1=** diária; **2=** semanal; **3=** quinzenal; **4=** mensal; **5=** semestral; **6=** anual.

02 – Você utiliza informações provenientes de outros segmentos da cadeia produtiva do couro? Se sim, qual a importância destas (1 p/a menos e 5 p/ a mais)?

| FONTES DE INFORMAÇÃO                    | VALOR |    |    |    |    |
|---|-------|----|----|----|----|
|   | 01    | 02 | 03 | 04 | 05 |
| Pecuaristas                             |       |    |    |    |    |
| Abatedouros (Frigoríficos)              |       |    |    |    |    |
| Curtumes                                |       |    |    |    |    |
| Fornecedores de Componentes             |       |    |    |    |    |
| Fornecedores de Máquinas e Equipamentos |       |    |    |    |    |
| Atacadistas                             |       |    |    |    |    |
| Varejistas                              |       |    |    |    |    |
| Consumidor Final                        |       |    |    |    |    |
| Outro – Qual                            |       |    |    |    |    |



03 - É importante para o estilista conhecer a história do calçado e as tendências da moda?

04 – O calçado, diferentemente do vestuário, pode causar danos à saúde de quem o calçar. O estilista leva isso em consideração ao criar um novo modelo? Se sim, que tipo de informação é necessário e onde é encontrada?

05 – Como e quando começa a ser pensada e pesquisada a nova coleção?

06 – Que lugares são considerados lançadores de moda em calçado e você costuma visitá-los?

07 – Ao criar a nova coleção, ela é igual para o mercado interno e externo ou existem nuances próprias para cada tipo de mercado?

08– No mercado interno, há diferença entre a preferência da mulher gaúcha em relação às outras brasileiras?

## APÊNDICE B – CURIOSIDADES

Segundo dizem, os calçados podem indicar muita coisa sobre nós, como nível financeiro e social, profissão, sexo e até mesmo nossa idade. Mostram, ainda, que tipo de pessoas somos se conservadoras ou liberais, se temos um espírito mais livre ou mais austero. Enfim, verdade ou mentira, quem sabe? De qualquer forma, existem curiosidades bem interessantes envolvendo os calçados.

### - TORTURAS HISTÓRICAS

- No século XIV, na Europa, a moda eram os sapatos de bico tão fino e longo – alguns com mais de 50cm de comprimento! – que, para conseguir caminhar, era preciso prendê-los, com uma corrente ou cordão de seda, à coxa ou à cintura.

- Na época do rei francês Henrique IV (séc. XVI), os sapatos eram normalmente tão estreitos, mas tão estreitos que, para conseguir calçá-los, os(as) elegantes da época tinham que ficar pelo menos uma hora com os pés mergulhados em água gelada para que encolhessem...

- Ainda nessa época, nas cortes venezianas, a moda era calçado construído sobre plataformas altíssimas. Para conseguir caminhar era preciso “muletas humanas”, criados que seguravam as damas pelas axilas e as arrastavam pelos caminhos da moda.

- O cúmulo da tortura eram os calçados usados pelas mulheres chinesas, até recentemente. Eram minúsculos, medindo no máximo 15cm, o que as obrigava a reduzir drasticamente o comprimento do pé. Desde o nascimento elas tinham os pés literalmente amassados sobre um cilindro de metal e, então, firmemente enfaixados. (MYLIUS, 1993).

- Afrodite, a deusa grega do amor, era frequentemente representada nua, apenas com um par de sandálias nos pés.

- Os saltos vermelhos, que eram um símbolo de classe na Europa dos séculos XVII e XVIII, eram usados apenas pelas classes privilegiadas.
- Nos anos 60, foi patenteado em Oak Hill, Illinois, nos Estados Unidos, um salto de sapato telescópico que se podia ajustar em altura.
- No início do século XIX, o termo inglês *slipper* designava todo calçado delicado.
- Maria Antonieta tinha a seu serviço um criado apenas para cuidar dos seus 500 pares de sapatos, que estavam catalogados por data, cor e modelo.
- Nas décadas de 1880 e 1890 não era de bom tom que uma senhora chamasse demasiado a atenção em público. Regras sobre o vestuário decente que se deveria usar impunham sapatos escuros.
- Por volta de 1822, sapateiros norte-americanos criaram os primeiros sapatos direito e esquerdo, utilizando duas formas. Estes sapatos, então chamados tortos, viriam a aumentar grandemente o conforto.
- No norte da Europa, já desde a Idade do Bronze que se usavam bolsas para os pés semelhantes aos mocassins.
- Os egípcios e os romanos desenhavam as caras dos seus inimigos nas solas das sandálias para que pudessem literalmente pisá-los.
- Durante os anos 30 e 40, os sapatos de dia que mostrassem os dedos dos pés eram considerados indecentes.
- O salto Louis, largo na base e acinturado no meio, nasceu na corte francesa de Luís XV e tem sido usado pelos *designers* até aos nossos dias.
- Na corte de Luís XVI, os homens usavam sapatos de saltos pintados com miniaturas de cenas bucólicas ou românticas.

- Na tradição dos casamentos anglo-saxônicos, o pai da noiva dava ao noivo um dos sapatos da filha para simbolizar transferência de autoridade.
  
- As biqueiras curvas datam do século XII, quando seu comprimento era considerado a medida da riqueza do seu portador. No auge desta moda, os sapatos chegam a medir 60 centímetros do calcanhar até o fim da biqueira.
  
- A palavra francesa *chausson* significa ao mesmo tempo chinela de pano, sapato de ginástica ou de dança e pastel recheado de doce de fruta.
  
- Uma pessoa caminha, em média, 3.000Km por ano.
  
- As botas até a coxa eram originalmente usadas pelos piratas e contrabandistas que escondiam nelas valores roubados (booty em inglês) - uma prática que deu origem ao termo *bootlegging* (contrabando). (A ORIGEM do calçado, c2008).
  
- O pé, até o século XX, era considerado símbolo de castidade, uma parte do corpo mais tentadora que os seios, por isso devendo ser protegido dos olhares cobiçosos. (QUANDO surgiu e a história do sapato, c1998-2009).
  
- Existem três sistemas de numeração de calçados, o Inglês e Americano baseado na polegada (unidade de medida inglesa), que corresponde à 1/3 do pé ou 2,54 cm. Entre um número e outro há uma diferença de 8,466 mm e o sistema Francês baseado no centímetro, e a diferença entre um número e outro é de 6,666 mm. No Brasil, utilizamos a escala francesa modificada. Ou seja, um calçado número 37 na França corresponde para nós a um de número 35. (SISTEMA de numeração dos calçados, c1998-2009).
  
- A unidade básica de medida da numeração francesa foi definida dividindo-se por 40 vezes o pé de Carlos Magno, garantindo ao monarca um lugar reservado na história dos calçados. (MOTTA, 2004, p. 66).

- Anatomia e biomecânica do pé: Caminhar é tão natural para nós como respirar, falar e comer. Entretanto é das funções mais complexas, e envolve 650 músculos e 80% dos ossos de nosso corpo. (CONSERVAÇÃO, c1998-2009).

- O Calçado deve ter: características que lhe permitam proteger o pé sem prejudicá-lo ou causar-lhe dano. Dependendo de como é concebido pelo fabricante e também escolhido e comprado pelo consumidor, o calçado afetará de forma negativa ou positiva na saúde e performance do pé e de todo o corpo. Embora o calçado tenha a função básica de proteger, hoje em dia exige-se bem mais dele. O segredo de um bom calçado está em se aliar: moda, saúde, durabilidade e conforto. (CONSERVAÇÃO, c1998-2009).

## REFERÊNCIAS

A ORIGEM do Calçado. História do Calçado. In: CALÇADOS Femininos e Bolsas Femininas. Jaú: Universo Designer, c2008. Disponível em: <<http://www.calcadosebolsas.com.br/2008/04/23/curiosidades-sobre-calcados/>>. Acesso em: 10 jan. 2010.

CONSERVAÇÃO. In: BRASIL Super Shop. Farroupilha: S-Shop, c1998-2009. Disponível em: <[http://www.s-shop.com.br/dicas\\_gerais.asp](http://www.s-shop.com.br/dicas_gerais.asp)>. Acesso em: 07 mar. 2010.

MOTTA, Eduardo. **O Calçado e a Moda no Brasil**: um olhar histórico. Novo Hamburgo: Assintecal, 2004.

MYLIUS, Miriam Silveira. **O Sapato**: Conhecer bem para vender melhor. Novo Hamburgo: CTCCA, 1993.

QUANDO surgiu e a história do sapato. In: BRASIL Super Shop. Farroupilha: S-Shop, c1998-2009. Disponível em: <[http://www.s-shop.com.br/historia\\_do\\_sapato.asp](http://www.s-shop.com.br/historia_do_sapato.asp)>. Acesso em: 07 mar. 2010.

SISTEMA de numeração dos calçados. In: BRASIL Super Shop. Farroupilha: S-Shop, c1998-2009. Disponível em: <[http://www.s-shop.com.br/dicas\\_gerais.asp](http://www.s-shop.com.br/dicas_gerais.asp)>. Acesso em: 07 mar. 2010.