



Doi: 10.4025/7cih.pphuem.1428

HISTÓRIA DAS ALPARGATAS: UM MODELO RESISTENTE AO TEMPO E AO MODISMO

Me. Heliana Marcia Santos, (UNESP/ Bauru).
Prof. Dr. Bruno Montanari Razza, (UEM/ Cianorte)
Prof. Dr. João Eduardo Guarnetti dos Santos, (UNESP/ Bauru).

RESUMO

Resumo. O sapato como artefato cultural tem relevância em estudos históricos e sua evolução acompanhou o desenvolvimento da indumentária, refletindo o modo de vida e cultura dos povos, pois assim como a roupa, o sapato tinha função de proteção em relação às intempéries climáticas e, posteriormente, observa-se que a evolução da roupa e do calçado passou a simbolizar uma hierarquia social e situação econômica de quem vestia. Os modelos dos calçados femininos derivaram dos modelos masculinos que eram adaptados aos pés femininos. Neste artigo focamos na alpargata, um calçado constituído de um solado de corda e cabedal (parte superior) em tecido. De origem árabe, foi introduzida na Península Ibérica e no sul da França, ganhando o nome de Espadrilles. No Brasil, ficou conhecido inicialmente como calçado espanhol, devido à imigração espanhola no fim do século XIX e pela influência da Argentina e Uruguai, onde já eram populares. A primeira produção industrial ocorreu em 1907 com a Fábrica Brasileira de Alpargatas e Calçados, difundindo a alpargata no mercado nacional. Nos anos 1950 a marca já estava consolidada, com grandes investimentos em publicidade enfatizando o baixo custo, o conforto do produto e a indiferenciação de gênero. Num país de pés descalços, a alpargata foi também importante em campanhas governamentais e introduzida como uniforme escolar. Esta pesquisa teve como objetivo compreender os significados e características da alpargata, utilizando referências bibliográficas e propagandas impressas.

A alpargata é um modelo de vanguarda, tem importante papel social e cultural, é um calçado confortável e democrático.

Palavras-chave: História da Moda; Calçado; Alpargata; Consumo de Moda; Publicidade de Moda.

Financiamento: **FAPESP**

INTRODUÇÃO

A história do calçado não difere da história da indumentária no quesito do modo de vida e cultural dos povos, pois assim como a roupa, o sapato tinha como função de proteção em relação ao tipo de solo e às intempéries climáticas e, posteriormente, observa-se que a evolução da roupa e do calçado estabelecia a hierarquia social e a situação econômica de quem vestia (O'KEEFFE, 2000).

Os sapatos foram modificados e manipulados de tal maneira que atingiram formas completamente diferentes com adornos deslumbrantes, transformando-se em autênticas peças de arte. Podemos constatar nas mudanças sociais e políticas, demonstrando uma evolução constante e que o calçado pode ser utilizado muitas vezes com fins de prestígio ou pobreza, castidade ou vaidade (O'KEEFFE, 2000).

CAMINHOS HISTÓRICOS

O sapato é muito mais que um acessório de moda utilizado para proteger os pés e combinar com as peças de vestuário. Segundo O'Keeffe, (2000, p.240), os únicos modelos de calçados que precisamos são o mocassin dos nativos da América do Norte (Figura 1) e a simples sandália egípcia (Figura 2).

Figura 1: Mocassin dos nativos americanos.



Fonte: O'Keeffe (2000).

Figura 2: Sandálias Egípcias.



Fonte: O'Keeffe (2000).

O'Keeffe (2000) está se referindo à praticidade dos modelos e é claro que devemos levar em conta o lado prático e funcional do calçado, a necessidade de conforto, a facilidade de movimentos, daí a necessidade de existirem sapatos que sirvam para aquilo que foram criados: proteger os pés. Nisso devem ser incluídos

todos os modelos de calçados funcionais e desenvolvidos para atividades específicas, como por exemplo, as botas de proteção ao trabalhador.

Por ser realizado de maneira artesanal, o calçado era feito sob medida. O sapateiro tomava as medidas do pé do cliente, ou seja, o comprimento, a altura, a largura dos dedos e com uma madeira macia, fazia uma forma com as medidas do cliente e montava o sapato nesta forma. Depois, traçava o modelo, cortava o couro, costurava, montava o sapato. Muitas vezes uma única pessoa realizava todo este processo (MURCILO, 1962). Esse costume perdurou por muito tempo até o início da Revolução Industrial, que permitiu, com o advento de maquinário especializado e organização do trabalho em produção seriada, aumentar consideravelmente a oferta de produtos para uma crescente demanda do mercado consumidor.

Os calçados femininos até o final do século XVII derivaram dos modelos dos calçados masculinos que eram adaptados aos pés femininos. Os modelos como mocassin e a alpargata até hoje são modelos usados por homens e mulheres (O'KEEFFE, 2000).

A alpargata é um calçado de origem árabe que foi levada para a Espanha e posteriormente para o sul da França. Os solados são confeccionados com fios de fibras vegetais trançada como a juta, sisal ou ráfia e a parte superior em tecido ou couro (FUNDACION CAJARIOJA, 2013; IVAN, 1987; ESPADRILLES, 2013).

No início, as primeiras pessoas a usá-los foram os soldados militares catalano-aragoneses, conhecidos como os homens da “Infantaria Aragons” (Figura 3) e posteriormente pelos sacerdotes. Por volta de 1880, a maioria das alpargatas foi vendida para trabalhadores de minas (ESPADRILLES, 2013; SANZ, 2014).

Figura 3: Soldado usando alpargatas.



Fonte: Espadrilles (2013).

O uso da alpargata é sazonal, predominantemente no verão, sendo usada em áreas mais secas e quentes como a Península Ibérica. A alpargata tem custo baixo, que a tornou acessível para as classes com baixo poder aquisitivo. Um calçado usado tanto para lazer como também para o trabalho no campo ou na indústria (FUNDACION CAJARIOJA, 2013).

Tradicionalmente, o tecido da parte superior da alpargata era preto ou branco, pois as pessoas usavam a cor preta durante a semana e a branca era usada aos domingos. Atualmente a alpargatas são de cores diversas (ESPADRILLES, 2013; SANZ, 2014).

Nos anos 1960, para as festividades parisienses, o estilista Yves St-Laurent, desenvolveu um modelo de alpargata com um salto, sendo o primeiro modelo com salto deste tipo. Foi uma inovação na época, porém hoje, é um modelo comum tanto quanto as alpargatas tradicionais (Figura 4) (ESPADRILLES, 2013).

Figura 4: Alpargata modelo com salto.



Fonte: Sacada Fashion (2013).

OS CAMINHOS DA ALPARGATA NO BRASIL

A alpargata era conhecida no Brasil como calçado espanhol. E começou a ser produzida industrialmente em 1908 pela Fábrica Brasileira de Alpargatas e Calçados; o objetivo da empresa era fabricar e vender alpargatas no Brasil, pois já tinham se tornado populares na Argentina e no Uruguai. A marca Roda surgiu quase por acaso quando uma engrenagem suja de graxa marcou um papel então um dos sócios da empresa Robert Fraser sugeriu que fosse o logotipo da empresa e a marca da Alpargata de Roda fosse a representação de uma engrenagem que tinha 19 dentes (IVAN, 1987).

Por volta dos anos 50 a Fábrica Brasileira de Alpargatas e Calçados faz mudanças em suas vendas, direcionando as distribuições de seus produtos em todos os níveis, dos atacadistas até o pequeno varejo, e passa a investir em propaganda, utilizando nomes de atletas famosos em diversos esportes. O trabalho de marketing sempre funcionou muito bem e todo o volume de vendas se apoiava em intensas propagandas. Em qualquer armazém ou loja, o consumidor encontrava produtos da Fábrica Brasileira de Alpargatas e Calçados (IVAN, 1987). Os *slogans* aplicado nos anúncios já caracterizavam o calçado como um produto resistente, confortável e barato, que poderia ser usado tanto para o público feminino, masculino e crianças. Diferenciando nos modelos conforme mostram as Figuras 5 e 6, para os homens com elástico para fixar melhor o calçado e para as mulheres e crianças um modelo de fechamento tipo pulseira no tornozelo.

Figura 5: Anúncio – Alpargatas de Roda- 1951

No trabalho ou em casa, dê descanso aos seus pés, usando Alpargatas Roda. Seus pés ficam à vontade, o dia todo. V. economiza dinheiro em calçado, porque as Alpargatas Roda custam tão pouco!

Para senhoras e crianças, há elegante modelo Pulseirinha.

Para homem, com elástico ou cordão

Poupe calçado com

ALPARGATAS

12.000.000 de pares em 1951

VIRDE
AZUL
VERMELHO
MARROM
PRETO

RODA

Nunca o conforto custou tão pouco!

-PARA QUEM ANDA O DIA TODO!

Quando anda 7 milis, não sente a diferença das Alpargatas Roda. São tão leves para os pés e confortáveis para o dia todo, que ninguém mais usa o calçado comum - para "bater" o dia todo sem se sentir cansado.

ATÉ Cr\$ 15,00

Para "bater" o dia todo!

Para trabalho ou em casa, dê descanso aos seus pés, usando Alpargatas Roda. Seus pés ficam à vontade, o dia todo. V. economiza dinheiro em calçado, porque as Alpargatas Roda custam tão pouco!

Para senhoras e crianças, há elegante modelo Pulseirinha.

Para homem, com elástico ou cordão

Poupe calçado com

ALPARGATAS

12.000.000 de pares em 1951

VIRDE
AZUL
VERMELHO
MARROM
PRETO

RODA

Estão na moda!

ALPARGATAS

12.000.000 de pares em 1951

Nunca o conforto custou tão pouco!

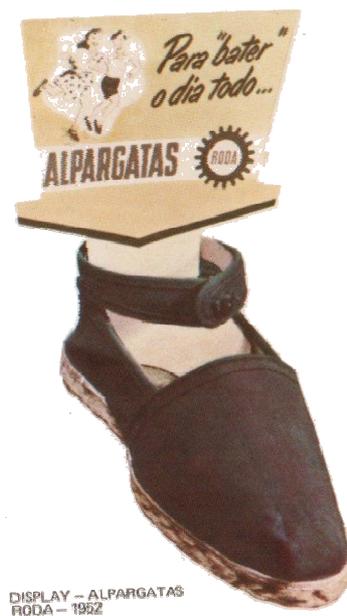
-NO TRABALHO!
-NO LAR!

ATÉ Cr\$ 15,00

Para "bater" o dia todo!

Fonte: Proença, 2014

Figura 6: Display – Alpargatas de Roda- 1952



Fonte: Ivan, 1987

No decorrer dos anos, cada vez mais a Fábrica Brasileira de Alpargatas e Calçados aderiu aos veículos de comunicação como cinema, rádio, televisão, revistas e jornais (Figura 7 e 8); nestas publicidades, a imagem da alpargata estava sempre relacionada à família e ilustrada como um calçado para homens, mulheres e crianças (IVAN, 1987). O conceito de um calçado para o uso comum de todos na família era uma tacada de marketing para aumentar as vendas do produto, promovendo um calçado barato acessível para todos os gêneros.

Juntamente com as propagandas do calçado do modelo alpargatas surgiam novos outros produtos agregados ao calçado. Podemos chamar de uma propaganda casada quando há uma associação de um produto conhecido a outro, no caso o modelo de calça jeans da época, conhecida como calça “Far-west”, agregando o valor de um produto a outro da mesma empresa. Assim como a alpargata, a calça Far-west era veiculada como um produto resistente, que não encolhia e nem desbotava, e também com apelo para o público unissex (IVAN, 1987).

Figura 7: Propaganda Revista Cruzeiro- 1953

Férias?
Descanse mais à vontade com
ALPARGATAS RODA
conforto em cada passo... economia em cada par

Nas cores: verde, preto, vermelha, azul, marrom

modelos para homens, mulheres e crianças

CALÇA AMERICANA FAR WEST

Em novo tipo especial de **BRIM CORINGA-NÃO ENCOLHE**

Andar pelo mato... andar a cavalo... pescarias, excursões, piqueniques... Férias!... Um par das macias Alpargatas Roda nos pés; calças americanas bem fortes e confortáveis... e "deixe o barco correr!"

Arrumando suas malas... não esqueça Alpargatas Roda e Calças Americanas Far-West! Boas para as férias... boas para toda ocasião!

Modelos para homens, mulheres e crianças

Produtos da **SÃO PAULO ALPARGATAS S. A.**
Rua Dr. Almeida Lima, 1130 — São Paulo
Rua Bela, 1223 - B e C — Rio de Janeiro
Rua das Añdradas, 1409 — Porto Alegre
Rua Imperial, 343 — Recife

Fonte: Ramos, 1980

As campanhas de caráter social, por assim denominada pelo fabricante, foram desenvolvidas para a alpargata, assim como outros produtos da empresa, por vários anos, porém a primeira campanha foi: "Criança Calçada" (Figura 8). As crianças das escolas públicas de todo Brasil eram incentivadas a escrever sobre o tema e os alunos vencedores e seus professores ganhavam duas viagens, uma para conhecer a fábrica da Alpargatas e a outra para conhecer Brasília, então recente capital do Brasil (IVAN, 1987).

Figura 8: Cartaz Alpargata- 1960



Fonte: Ivan, 1987

A Alpargatas tornou-se uma aliada aos governos federal e estadual da época e com a cooperação dos educadores, fornecendo regularmente às escolas discos com hinos patrióticos, pôsteres sobre a bandeira nacional ensinando sua simbologia entre outros materiais. O mais importante era a iniciativa que visava a conscientizar a população da conveniência de andar calçada para preservar a saúde. E isso deveria começar na infância. O calçado modelo Alpargata e a empresa ficaram popularizados em cartazes e na figura do Juca Veloz, um garoto alegre a caminho da escola (IVAN, 1987).

Nota-se que o calçado era um item caro para grande maioria das famílias brasileiras, principalmente para a população de baixa renda e rural. Quando o uso do uniforme escolar torna-se obrigatório, além de aumentar a produção do produto e torná-lo popular, a campanha também tinha uma mensagem subliminar de haver um

controle e identificação das crianças que frequentavam as escolas, persuadindo-as, desta forma, a obedecer às regras e as autoridades escolares (SILVA, 2007).

Por volta dos anos 1960, empresa investe em solado borracha, lançando o “Sete Vidas” um calçado similar às alpargatas, porém com a vantagem da borracha substituir os solado de corda. A marca Sete Vidas, fazia uma analogia ao gato que era símbolo da marca, garantindo resistência e durabilidade. Além disso, era versátil, mais flexível e mais confortável (IVAN, 1987). As propagandas deste modelo tinham o mesmo apelo da alpargata para o uso de toda família (Figura 9).

Figura 9: Propaganda Sete Vidas- 1960



Fonte: Ivan, 1987

Com o sucesso de vendas do “Sete Vidas”, a empresa direcionou neste segmento com outros calçados de solado de borracha e suas campanhas publicitárias sempre empenhadas para o gosto popular. O modelo de alpargata de solado de corda sai da linha de produção na década de 80, passando a ser produzida na filial Argentina. Produzindo no Brasil produtos com solado de borracha e outros segmentos têxteis.

Quase um século depois a empresa Alpargata S/A renova seus produtos e suas campanhas publicitárias, tornando-se líder de mercado novamente e lança a alpargata com solado de borracha (Figura 10), utilizando o mesmo solado das sandálias Havaianas®, mas com a parte superior em tecido. No início surgem campanhas direcionadas ao público feminino e jovem tanto no Brasil como no exterior onde cada vez mais a marca vem conquistando mercados internacionais com seus produtos.

Figura 10: Alpargatas de solado de borracha



Fonte: Khadydja (2014)

Em 2015 a Alpargata lança uma nova peça publicitária para o público jovem masculino e reforçando assim a imagem do produto como unissex (Figura 11).

Figura 11: Campanha masculina Alpargatas Havaianas



Fonte: Inteligencia (2015)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As alpargatas são confeccionadas há anos e parece não querer sair de moda agora. A simplicidade deste sapato torna muito versátil e, portanto, fácil de combinar com todos os tipos de estilos diferentes, que são muitas vezes mais baratas do que outros calçados de verão, com exceção dos modelos com assinatura de designers renomados.

Quanto à história da alpargata no Brasil, pode-se notar que ela vem agregada a grandes investimentos em campanhas de publicidade, fortalecendo o produto — a alpargata — e fazendo inclusive que um produto tornasse o nome de uma empresa que hoje conhecemos: a Alpargatas S/A. A história da alpargata é o início da Fábrica Brasileira de Alpargatas e Calçados que teve e tem uma importância muito significativa na história da moda e consumo no Brasil.

A alpargata contribui para a popularização não apenas do seu modelo, como impulsionou a criação de novos produtos e segmentos nos setores de calçados e vestuários da Fábrica Brasileira de Alpargatas e Calçados. Deixando de ser o produto principal da empresa, pois o calçado de solado de corda perdeu mercado para os novos produtos de solado de borracha.

E esta popularização foi muito bem engendrada pelo marketing da empresa, que sempre soube explorar os veículos de comunicação objetivando o aumento de sua produção. E mesmo quando os produtos da empresa estão perdendo seus consumidores fieis, a empresa Alpargatas S/A novamente reformula seu marketing e continua no posto de líder no mercado de calçados para todo público nacional de todas as classes sociais e gêneros, bem como a expansão para mercados internacionais.

Este artigo constituiu-se na história de um calçado tão flexível, que foi capaz de se adaptar às necessidades e hábitos do mundo atual e contam história com os valores de sustentabilidade que agrega a um estilo de vida urbano.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ESPRADILLE. **Espradille**. Disponível em:<<http://www.espadrilles.ca/>> Acesso 16 de maio de 2013.

FUNDAÇÃO CAJORIOJA. **Exposicion permanente sobre El Calzado de Arnedo**. Disponível em< http://www.fundacion-cajarioja.es/index.php?option=com_content&view=article&id=825:exposicion-permanente-sobre-el-calzado-de-arnedo&catid=23:exposiciones&Itemid=37 > Acesso em 15 de maio de 2014.

INTELIGENCIA. **Campanha masculina Alpargatas Havaianas**. Disponível em> <http://www.inteligencia.com.br/153250/2015/04/22/casais-invertem-papeis-em-primeira-campanha-para-alpargatas-havaianas/>> Acesso em 30 de julho de 2015.

IVAN, Mauro (ed). **80 Anos de Nossa História – Alpagartas**. São Paulo: Mauro Ivan Marketing Editorial Ltda., 1987.

MURCILO, L. **Modelagem e Fabrico de Calçados**. São Paulo: Editora LEP S/A, 1962.

KHADYDJA, D. **Alpargatas de Solado de Borracha**. Disponível em> <http://www.blogdadany.com/2014/08/alpargatas-as-sandalias-do-verao-2014.html>> Acesso em 30 de julho de 2015.

O'KEEFFE, L. **Sapatos: Uma Festa de Sapatos de Salto, Sandálias, Chinelos**. H.F.Ulmann. Edição Portuguesa, 2008.

PROENÇA, L.A. **Anúncio – Alpargatas de Roda- 1951**. Disponível em< <http://caminhososul.blogspot.com.br/2014/03/sociedade-anonyma-fabrica-brazileira-de.html>> Acesso em 30 de julho de 2015.

RAMOS,R. **100 anos de Propaganda no Brasil**. São Paulo: Editora Abril, 1980.

SACADA FASHION. **Alpargatas**. Disponível em:< <http://www.sacadafashion.com.br/sapatos-com-a-cara-do-verao/>> Acesso 16 de maio de 2013.

SILVA, K.N. **“Criança calçada, criança sadia!”: Sobre os Uniformes Escolares no Período de Expansão da Escola Pública Paulista (1950/1970)**. Dissertação de Mestrado em Educação – Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006. Disponível em><http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/48/48134/tde-29062007-152705/pt-br.php>> Acesso em 22 de novembro de 2014.