

O acervo do Museu Nacional do Calçado e as representações da cidade de Novo Hamburgo - RS

Alessander Kerber^{*}

Cleber Cristiano Prodanov^{**}

Claudia Schemes^{***}

Resumo

Neste artigo, procuramos analisar o acervo do Museu Nacional do Calçado, localizado em Novo Hamburgo - RS, na perspectiva de observar as suas relações com a construção de uma versão sobre a identidade dessa cidade. As identidades que envolvem a definição de um determinado espaço geográfico, ou seja, as identidades nacionais, regionais e de cidades, são privilegiadas na definição de determinadas construções ou objetos como patrimônio, exercendo sobre estes uma legislação e políticas de conservação para preservar estes signos identitários. A análise deste patrimônio nos permite caracterizar a própria identidade que se representa por meio dele. A cidade de Novo Hamburgo caracterizou-se desde sua emancipação, em 1927, pelo desenvolvimento da indústria calçadista, a qual iniciou um processo massivo

de exportações na década de 1960, ao mesmo tempo em que se apresentou nacionalmente como Capital do Calçado através da Fenac. Na década de 1990, no mesmo contexto em que se observa a crise deste setor na cidade, ocorre a constituição do museu.

Palavras-chave: Patrimônio. Identidade. Cidade.

* Doutor em História (UFRGS), professor e pesquisador do Centro Universitário Feevale.

** Doutor em História (USP), pro-reitor de Pesquisa e pesquisador do Centro Universitário Feevale.

*** Doutora em História (PUCRS), professora e pesquisadora do Centro Universitário Feevale.

O museu e a cidade

No presente artigo pretendemos realizar uma análise da construção da identidade da cidade de Novo Hamburgo¹ no Rio Grande do Sul, por meio de seu patrimônio cultural, especificamente, o do Museu Nacional do Calçado,² que conta com um acervo de mais de vinte mil peças, entre sapatos, acessórios, fotos, vestuário, máquinas, molduras, quadros, todos ligados ao setor coureiro-calçadista. Neste trabalho procuramos analisar a relação existente entre patrimônio e identidade da cidade.

Entendemos a identidade como autorrepresentação, sempre construída em relação à representação dos “outros”, da alteridade. Recentemente, vários autores têm se dedicado a pensar o conceito de representação, dentre os quais referimos, especialmente, Roger Chartier (1990) e Pierre Bourdieu (1989). Para se relacionar com o mundo real, cada cultura se constrói por práticas sociais, representações, as quais acabam orientando novamente as suas práticas sociais. As representações são, assim, a forma de conhecimento da realidade que cada sociedade constrói e reelabora por meio de lutas constantes. Considerando que diversas representações convergem e divergem num mesmo tempo e espaço, o imaginário social é, justamente, um campo de lutas entre representações.

Para a compreensão do real há um processo de significação e associação com símbolos já existentes no imaginário daquele grupo, sendo até o desconhecido pensado segundo símbolos já conhecidos. Uma realidade, assim, nunca é apreendi-

da de forma pura, mas sempre apropriada e simbolizada, consciente ou inconscientemente, pelos grupos que dela se aproximam. É nessa atribuição de sentido que percebemos que as representações não são “ingênuas”. Apesar de se proporem a uma aproximação com a realidade, sempre são influenciadas pelos interesses do grupo que as produz. Afirma Roger Chartier:

As representações do mundo social assim construídas, embora aspirem à universalidade, de um diagnóstico fundado na razão, são sempre determinadas pelos interesses de grupo que as forjam. Daí, para cada caso, o necessário relacionamento dos discursos proferidos com a posição de quem o utiliza. As percepções do social não são, de forma alguma, discursos neutros: produzem estratégias e práticas (sociais, escolares, políticas) que tendem a impor uma autoridade à custa de outros, por elas menosprezados, a legitimar um projeto reformador ou a justificar, para os próprios indivíduos, as suas escolhas e condutas. Por isso, esta investigação sobre as representações supõe-nas como estando sempre colocadas num campo de concorrências e de competições cujos desafios se enunciam em termos de poder e de dominação. As lutas de representações têm tanta importância como as lutas econômicas para compreender os mecanismos pelos quais um grupo impõe ou tenta impor a sua concepção do mundo social, os valores que são os seus e o seu domínio. (1990, p. 17).

Outro elemento importante a salientar sobre as representações é que não precisam seguir um rigor científico que comprove a sua veracidade. A sua força não está na comprovação científica como verdade, mas na capacidade de mobilização.³ Certos signos se tornam representações de

determinadas identidades e o poder simbólico se mostra na defesa destes como se fossem o que representam. Dessa forma, adotamos o conceito de signo conforme proposto por Roland Barthes:

[...] toda a semiologia postula uma relação entre dois termos, um significante e um significado [...]. É preciso não esquecer que, contrariamente ao que se sucede na linguagem comum, que me diz simplesmente que o significante exprime o significado, devem-se considerar em todo o sistema semiológico não apenas dois, mas três termos diferentes; pois o que se apreende não é absolutamente um termo, um após o outro, mas a correlação que os une: temos portanto o significante, o significado e o signo, que é o total associativo dos dois primeiros termos. Tomemos um ramo de rosas: *faço-o significar* minha paixão. Não existem apenas aqui um significante e um significado, as rosas e a minha paixão? Nem sequer isso: pra dizer a verdade só existem rosas ‘passionalizadas’. Mas, no plano da análise, estamos perante três termos; pois estas rosas carregadas de paixão deixam-se perfeita e adequadamente decompor em rosas e em paixão: esta e aquelas existiam antes de se juntarem e formarem este terceiro objeto, que é o signo. Do mesmo modo que, no plano da experiência, do vivido, não posso dissociar as rosas da mensagem que transportam, assim no plano da análise não posso confundir as rosas como significante e as rosas como signo: o significante é vazio, o signo é pleno, é um sentido. (1999, p. 134-135).

É nessa possibilidade que tem o signo de se confundir com o que representa, de “ser” o próprio representado, que está o seu poder mobilizador, o que leva, por exemplo, a que o soldado morra para manter sua bandeira erguida, como exemplo dado por Ruben Oliven. (1992).

É exatamente na perspectiva da definição de signos como representantes de determinadas identidades que na era contemporânea se constituiu a noção de patrimônio. A construção das identidades na Europa do século XIX produziu o processo de maior amplitude e escala na definição do patrimônio histórico e cultural, pois as nações precisavam de símbolos para a construção de suas identidades. Assim também aconteceu em regiões periféricas como no sul do Brasil, onde o modelo se reproduziu na formação das regionalidades e na formação dos municípios que se tornavam autônomos de suas sedes.

Uma identidade nacional se forma por meio de um sentimento e ideia de pertencimento a uma nação. Benedict Anderson define nação como

[...] uma comunidade política imaginada – e imaginada como implicitamente limitada e soberana. Ela é *imaginada* porque nem mesmo os membros das menores nações jamais conhecerão a maioria dos seus compatriotas, nem os encontrarão, nem sequer ouvirão falar deles, embora na mente de cada um esteja viva a imagem de sua comunhão [...] é imaginada como *limitada*, porque até mesmo a maior delas, que abarca talvez um bilhão de seres humanos, possui fronteiras finitas, ainda que elásticas, para além das quais encontram-se as outras nações. Nenhuma nação se imagina coextensiva com a humanidade [...]. É imaginada como *soberana*, porque o conceito nasceu numa época em que o Iluminismo e a Revolução estavam destruindo a legitimidade do reino dinástico hierárquico divinamente instituído. [...] é imaginada como comunidade porque, sem considerar a desigualdade e exploração que atualmente prevalecem em todas elas, a

nação é sempre concebida como um companheirismo profundo e horizontal. Em última análise, essa fraternidade é que torna possível, no correr dos últimos dois séculos, que tantos milhões de pessoas, não só se matem, mas morram voluntariamente por imaginações tão limitadas. (1989, p. 14-16).

Essa comunidade imaginada se identifica com base numa série de símbolos. Segundo Anne-Marie Thiesse (2001/2002, p. 8-9), existe uma *check list*, um código de símbolos internacionais, que define o que todas as nações devem ter: uma história estabelecendo a continuidade da nação; uma série de heróis modelos dos valores nacionais; uma língua; monumentos culturais; um folclore; lugares memoráveis e uma paisagem típica; uma mentalidade particular; identificações pitorescas – costumes, especialidades culinárias ou animal emblemático. Esses símbolos não são apenas uma superficial lista de adornos, mas são essenciais para a autorrepresentação das pessoas que se identificam com a nação.

Na perspectiva de definição de vários desses elementos da *check list*, as nações definiram determinados objetos, imagens, construções como patrimônio, como assinala Thiesse:

A emergência da idéia de nação gera uma nova concepção: aquela de *patrimônio material coletivo* (grifo nosso). Prejudicar esta herança, como bem diz o termo “vandalismo” inventado pelo abade Gregório, é ser um bárbaro alheio à nação [...]. Deve-se, ainda, determinar a composição deste patrimônio nacional e divulgá-la. Portanto, é feito todo um trabalho ligando prédios à história nacional e dotando-os de um valor específico. (2001/2002, p. 13).

Nessa perspectiva, construíram-se historicamente vários grupos de edificações, objetos, imagens, entre outros, definidos como patrimônio cultural “enquanto herança e identidade cultural que não se quer perder. Ou enquanto identidade nacional que se quer afirmar ou reafirmar”. (CAMARGO, 2002, p. 15).

Nesse sentido, ao analisarmos a definição de um determinado patrimônio histórico, estamos analisando a construção de determinada identidade. Apesar de as identidades nacionais terem sido pioneiras e dominantes na definição do patrimônio histórico, outras identidades também seguiram esta mesma forma de escolha simbólica, “inventando tradições”⁴ que a justificassem.

Como analisa Eric Hobsbawm, não há contexto histórico em que não tenha havido invenção de tradições. Contudo, o desenvolvimento das sociedades após a Revolução Industrial, especialmente com os meios de comunicação de massa, ocasionou uma grande transformação nas sociedades tradicionais e a construção de uma série de novas identidades, especialmente das voltadas para as novas formas de organização dos Estados nacionais modernos (as identidades nacionais, regionais e das cidades) numa dinâmica nunca antes vista. (HOBSBAWM, 2006, p. 12). Esse processo pode ser visualizado na invenção da identidade da cidade de Novo Hamburgo.

A formação da cidade e de sua identidade

No decorrer do século XX formou-se no Brasil um grande número de museus vinculados às identidades regionais, às identidades da cidade, às identidades étnicas e de classe, entre outras. Focalizamos o Museu Nacional do Calçado (Fig. 1), da cidade de Novo Hamburgo, Rio Grande do Sul, criado em 1998 e instalado nas dependências do Centro Universitário Feevale,⁵ onde ainda permanece. O museu transformou-se num referencial nacional para pesquisa e investigação sobre tendências de moda, *design* e modelos construtivos em couro e calçados e, nos últimos anos, como fonte de informação para aqueles que estudam o crescimento local e regional, especialmente nos aspectos históricos e sociais.

A criação de um espaço museológico que abrangesse a cultura material local, regional e nacional sempre esteve presente na cidade de Novo Hamburgo. Houve várias tentativas frustradas para a criação de um museu do calçado, especialmente pelo sentimento de incapacidade de documentar a evolução do mais importante setor regional. Finalmente, no final da década de 1990, uma proposta mais ampla e dinâmica possibilitou a implantação do Museu Nacional do Calçado (MNC). Naquele momento, foi criado pelo decreto municipal nº 159/98 de 20, de outubro de 1998, com o propósito de ser um ator cultural, educacional e de pesquisa relacionada ao setor produtivo, sua cultura material e da comunidade. Essa proposta estava calcada

numa fundamentação história e social, articulando-se como veio comunicante entre gerações passadas e futuras. Esse ato do poder público, com apoio da universidade e das entidades empresariais, permitiu que em setembro de 1999 se desse a sua inauguração.

O MNC possui uma estrutura de acervo com preocupação didático-pedagógica e propõe-se promover exposições, cursos, seminários, palestras, encontros, concursos, lançamentos de moda e visitas dirigidas, como um espaço dinâmico e interativo. Além disso, apresenta como compromisso a estratégia da inovação, a abrangência e o desenvolvimento ao agregar valor aos produtos do *cluster*⁶ coureiro-calçadista, ampliando a competência dos profissionais da área.

Entre os diversos públicos que frequentam o museu, muitos são professores, que se valem desse acervo como fonte de pesquisa ou como ponto de partida de seus projetos em arte-educação. Este grupo, juntamente com os profissionais de empresas e os alunos, tem transformado o museu num grande espaço de consulta, pesquisa e interação entre a cultura material, o mundo do trabalho, a arte e a criação. Nesse sentido, sua experiência de implementação tem demonstrado possuir um enorme apelo tanto daqueles que se dedicam aos produtos quanto dos que fazem da educação e da arte seu espaço de atuação.



Foto: Alessander Kerber.

Figura 1 – Vista parcial do Museu Nacional do Calçado

Até a década de 1970 a visão predominante na historiografia brasileira acerca do processo de industrialização apontava que no Brasil o capitalismo industrial não tinha conhecido as fases de artesanato e manufatura. Retomando autores como Sérgio Silva, Agnaldo de Sousa Barbosa aponta para esta historiografia que se esforçava em comprovar que no Brasil a atividade fabril já nascera tendo na grande indústria seu principal sustentáculo. Todavia, ao focar o desenvolvimento da indústria calçadista em Franca - SP, Barbosa encontra a origem do empresariado do calçado em modestos empreendimentos iniciados por artesãos e pequenos comerciantes. (2005, p. 1-2).

A história da cidade de Novo Hamburgo, outro polo que se desenvolveu principalmente em relação à indústria calçadista, ainda não foi devidamente analisada, porém o desenvolvimento da indústria na região também teve origem em pequenas fábricas com baixo capital de investimento. Em relação a essa cidade, existe ape-

nas uma obra que se propõe uma “história geral de Novo Hamburgo”, de autoria do primeiro prefeito do município, Leopoldo Petry (1959), que nas décadas de 1940 e 1950 compilou informações sobre a cidade e sua formação. Alguns estudos posteriores basicamente reproduziram os dados de Petry, inclusive com algumas incorreções próprias do descuido com os levantamentos feitos anteriormente.

Conforme Leopoldo Petry, é possível estabelecer a seguinte periodização para narrar a trajetória do município: o primeiro período iniciaria na época da fundação de Hamburger-Berg⁷ e iria até o início do tráfego ferroviário (1824-1876); o segundo teria início com o tráfego ferroviário e se estenderia ao começo da industrialização (1876-1900); o terceiro começa com a industrialização e se estende à emancipação (1900-1927); o quarto e último inicia-se com a emancipação e continua até a data da elaboração de seu livro (1927-1959). (PETRY, 1959, p. 6).

Perceba-se que o autor faz uma divisão focalizando essencialmente os aspectos econômicos (com exceção da emancipação, que seria um aspecto político). Nessa perspectiva, analisa o início do desenvolvimento de um centro comercial que futuramente comporia o município de Novo Hamburgo, ao redor do qual se estabeleceria um pequeno povoado. Cita a chegada da estrada de ferro que ligava Porto Alegre a Novo Hamburgo, o que veio a impulsionar mais ainda o desenvolvimento comercial da região, marcando o início do processo de desenvolvimento da indústria coureiro-calçadista.

Seguindo essa linha de pensamento econômico para dividir em períodos da história do município, poderíamos fazer mais duas divisões. Leopoldo Petry escreveu o livro em 1959, ainda antes do grande *boom* das exportações, que foi o período da década de 1960 à de 1980, o de maior crescimento econômico e, conseqüentemente, populacional da cidade. Poderíamos chamar a este, que seria o quinto período da história da cidade, de “época de ouro”, o qual foi caracterizado pela emergência simbólica da cidade em âmbito nacional ao ser produzida e largamente divulgada a Feira Nacional do Calçado (Fenac).

Ainda seguindo a linha de pensamento econômica de Leopoldo Petry, poderíamos considerar a existência de um sexto período na história de Novo Hamburgo, o qual se iniciaria com a crise das exportações, marcada pelo *boom* das exportações calçadistas chinesas e pela supervalorização da moeda brasileira a partir do Plano Real, na década de 1990, e se estenderia até os dias atuais. Poderíamos chamar a este período de “época da crise”.

Nesse sentido, tem-se um elemento de ordem econômica associado à identidade da cidade: a indústria calçadista. Este elemento já nos dá indícios dos motivos que levaram à construção do Museu Nacional do Calçado. Perceba-se que a criação do museu já se deu num contexto de crise da economia calçadista na região. Nesse sentido, a mobilização em torno da criação do museu parece ter tido um caráter econômico, com vistas a fortalecer a ideia da associação da identidade da comunidade e a indústria.

Mais do que isso, a ideia da importância da preservação de tal patrimônio parece estar ligada à da preservação mesmo da própria indústria na região. Constrói-se uma tradição histórica ligando o calçado à cidade para legitimar a manutenção da indústria na região.⁸ Ao identificar, por exemplo, as imagens presentes nas fotos do acervo do Museu do Calçado, percebemos que formam algumas categorias bem distintas e pontuais. Uma parte muito grande das fotografias retrata as fábricas de calçado, os curtumes e as máquinas, os bancos e as lojas que simbolizam o desenvolvimento industrial e comercial, perseguido pelas lideranças políticas e econômicas da cidade.

Essa identificação categorizada já nos dá indícios sobre a forma como se representava a cidade e a imagem que se construía sobre ela. Ao longo do tempo, com a criação de inúmeras empresas industriais em vários segmentos, especialmente o coureiro-calçadista, agregaram-se outros elementos a essa identidade inicial, como o da prosperidade, a industrialização, o pioneirismo e o progresso.

Entre a segunda metade do século XIX e o início do século XX ocorreram grandes transformações, que mudaram as concepções de tempo no Ocidente. Impulsionado pela “revolução científico-tecnológica”, que gerou uma grande inovação nas mais diversas ciências, e pelo surgimento de uma série de novas tecnologias, este período foi caracterizado pela definição de elementos como “ciência”, “progresso”, “razão”, “ordem” e “civilização” como paradigmas da “modernidade”. (BERMAN, 1996, p. 15).

Os elementos citados por Berman são representados por meio de uma série de construções urbanas. Os prédios construídos para o estabelecimento de fábricas (Fig. 2) tornam-se símbolos desta modernidade. No caso de uma cidade como Novo Hamburgo, em que a indústria calçadista se torna elemento fundamental nessa construção identitária associada à modernidade, os prédios construídos para o estabelecimento de curtumes e depósitos de couro também se tornam representações significativas (Fig. 3).

Em Novo Hamburgo a modernidade tornou-se mais importante que em outras cidades para a definição da sua identidade. Isso se põe pela própria identificação como a cidade do “novo”, em oposição à do “velho”, representado por São Leopoldo, o berço da colonização alemã no Brasil.



Figura 2 – Fábrica de Calçados Sul Rio-Grandense (1901) – 25 cm x 40 cm – Anônimo – acervo digital do Museu Nacional do Calçado

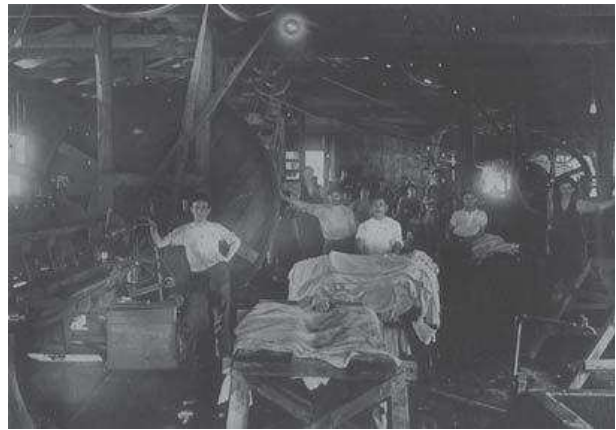


Figura 3 – Curtume Momberger (1920) – 10 cm x 15 cm – Anônimo – acervo Museu Nacional do Calçado

A incipiente industrialização do município vinha acompanhada da ilusão da modernidade. Logo após a emancipação de Novo Hamburgo, em 1927, a cidade ansiava pelo progresso. Assim, a modernidade tinha de superar o passado e o espaço urbano deveria ser totalmente remodelado, o que reafirmaria a sua identidade inicial e diferencial. À medida que Novo Hamburgo se tornou autônoma e pôde se desenvolver pelas próprias forças, o discurso do trabalho e da modernidade preponderou na cidade. Essa retórica é perceptível, por exemplo, na preocupação com a urbanização, os detalhes arquitetônicos e a qualidade dos prédios públicos e privados.

Essa visão progressista vinha acompanhada de um discurso de enaltecimento do trabalhador por seu espírito ordeiro e disciplinado, o qual vinha ao encontro do mito da ascensão social do operário, ou seja, com seu esforço e labor ele conseguiria se tornar patrão, ideia muito difundida nos discursos das lideranças políticas e empresariais da cidade.

O mundo do trabalho era retratado de uma forma bastante estática. Os trabalhadores eram um componente muito importante, mas sua aparição se dava no espaço do trabalho, de forma ordeira, posada e sem movimento; muitas vezes, eles apareciam na frente das fábricas, juntamente com seus empregadores, ou durante a realização das tarefas, sob a supervisão de suas chefias imediatas.

Temos a impressão de um espaço de trabalho silencioso e disciplinado (Fig. 4 e 5), aspecto que pode ser reforçado pelo baixo número de greves ao longo da história, principalmente antes da década de 1960, além do pouco espaço que detinham na mídia local, especialmente nos jornais. Nesse espaço eram exaltados como trabalhadores “ordeiros”, que tinham seu trabalho reconhecido pelos “patrões”. As imagens que temos dos operários dentro das fábricas reforçam essa ideia.



Figura 4 – Empresa de calçados (1920) – 10 cm x 15 cm – anônimo - acervo Museu Nacional do Calçado



Figura 5 – Empresa de calçados (1920) - 10 cm x 15 cm – anônimo - acervo Museu Nacional do Calçado

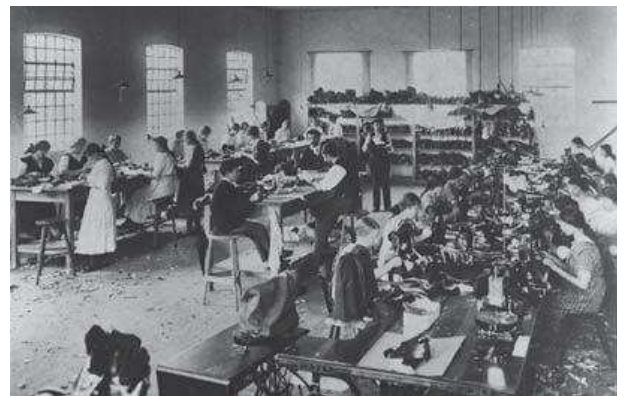


Figura 6 – Empresa de calçados (1920) – 10 cm x 15 cm – anônimo - acervo Museu Nacional do Calçado

Ao mesmo tempo em que o acervo do Museu Nacional do Calçado apresenta uma grande quantidade de signos que remetem à modernidade, também apresenta signos que remetem ao antigo. No acervo encontram-se calçados, réplicas e originais de todos os séculos, desde a Antiguidade e dos vários continentes.

Vários desses calçados do acervo são utilizados em exposições (Fig. 6 e 7) e poderiam nos fazer pensar que apresentam uma contradição com as representações da modernidade que indicamos anteriormen-

te. Em nossa leitura, porém, concluímos que a presença deste material justamente reforça a ideia de modernidade da cidade. Cada um desses calçados é disposto com explicações que remetem ao século de sua confecção e país de origem. Nesse sentido, o que se apresenta é uma representação da alteridade da identidade de Novo Hamburgo.

Ao mesmo tempo que representam essa alteridade, parece-nos que a inserção desses calçados no acervo apresenta uma perspectiva de agregação de capital simbólico, como o define Bourdieu (1989). Assim, Novo Hamburgo apresenta-se como o moderno de um amplo processo histórico de produção de calçados que remete à Antiguidade (mesmo que o município tenha surgido apenas em 1927).



Foto: Alessander Kerber.

Figura 7 – Exposição de réplicas de calçados da Grécia Antiga e da Europa Medieval



Foto: Alessander Kerber.

Figura 8 – Expositor com calçados de diversas partes do mundo

As transformações na cidade são perceptíveis por meio desses documentos, os quais salientam algumas características que reforçam a construção de uma identidade ligada ao progresso e à modernidade. Um exemplo disso foi o papel que os meios de transporte tiveram para o crescimento do município. Num primeiro momento, a presença do trem na cidade rompia o isolamento e escoava os bens coloniais e industriais produzidos (Fig. 9). Entretanto, logo o automóvel se tornaria uma paixão, uma obsessão e um importante instrumento de trabalho.



Figura 9 – Trem cortando o centro da cidade (1920) – 10 cm x 15 cm – anônimo – Acervo Museu Nacional do Calçado



Figura 10 – Representantes comerciais (1950) – 10 cm x 15 cm – anônimo – acervo Museu Nacional do Calçado



Figura 11 – Representantes comerciais (1950) – 10 cm x 15 cm – anônimo – acervo Museu Nacional do Calçado

Esse é um tipo muito constante nas fotos das empresas e retrata o importante papel que os representantes desempenharam na venda dos produtos pelo interior do país. Os automóveis na cidade são um dos símbolos da modernidade, tornando-se o primeiro plano nesta foto para representar pujança e prosperidade (Fig. 10 e 11).

À medida que Novo Hamburgo se tornou autônoma e pôde se desenvolver pelas próprias forças, o discurso do trabalho e da modernidade preponderou na cidade. Essa retórica é perceptível, por exemplo, na preocupação com a urbanização, os detalhes arquitetônicos e a qualidade dos prédios públicos e privados. Essa ideia de modernidade, progresso e trabalho seria reafirmada com a criação da Feira Nacional do Calçado, que ao longo da sua existência passou a ser uma entidade que não apenas promovia feiras de calçado, mas procurava divulgar a produção local e regional, habilitando-se como um grande representante setorial no país e no exterior.

Apesar do surgimento mais tardio, na década de 1960, a Fenac foi um dos elementos chave para a transposição das fronteiras brasileiras, tornando o calçado de Novo Hamburgo um produto internacional. Essa organização não surgiu do nada, mas é fruto de toda uma retórica que remonta às primeiras décadas do século XX, quando alguns empresários, como Pedro Adams Filho, um dos pioneiros do processo industrial, propagavam as vantagens competitivas do calçado hamburguense e a possibilidade de negócios fora do país, na época em mercados como Alemanha e Inglaterra.

O espaço da cidade que surge é dominado pelo homem e apresentado de forma estética, que agrada aos olhos de um mundo moderno, ordeiro, disciplinado, digno de uma comunidade “civilizada” e trabalhadora. Esses adjetivos foram usados nos discursos que motivaram a emancipação, reproduzidos nos jornais e estampados nas fotografias ao longo do século XX.



Foto: Alessandro Kerber.

Figura 12 – Exposição que busca retratar a época em que a confecção de calçados era feita de forma artesanal

Entretanto, o discurso que se apresenta nas exposições do museu liga a história da cidade com a história mundial de produção do calçado, reforçando a afirmação de “Capital do Calçado” presente nela desde os inícios da Fenac. O elo de ligação

entre o moderno industrial da cidade e o antigo apresenta-se na figura do sapateiro, também representada no museu (Fig. 12). Esta figura remete ao momento em que Novo Hamburgo, entre o final do século XIX e início do XX, já iniciava sua produção calçadista com as técnicas trazidas pelos imigrantes. O calçado, assim, apresenta-se como parte integrante da cidade muito antes do desenvolvimento da moderna indústria, sendo este mais um motivo que legitima o discurso que apresenta Novo Hamburgo como a “Capital do Calçado”.

The acquis of the National Museum of Footwear and the representatios of Novo Hamburgo - RS city

Abstract

In this article we try to analyze the collection of Museu Nacional do Calçado, in Novo Hamburgo - RS, in order to analyze the relation with it and a new version about the identity by that city. Many identities defined, in its construction, a group of signs that getting be its representatives and then characterized and get meaning to them. The identities that envolved and defined a geographic place, or, the national identities, region and cities get more specific advantages in constructions or objects as patrimony, getting about these, a kind of laws collection and laws conservation by politics in order to keep that identities sign. The analysis of this patrimony allow us to do our identity characterization that represented through it. Novo Hamburgo city

got a important characterization since its emancipation, in 1927 by shoes industry development, that began a amazing trial exportation in 60's, the same time that appeared as national capital shoes by FENAC (international shoes fair). In 90's when the same context that crisis got this sector in Novo Hamburgo city, the constitution of this Museum appear.

Key words: Patrimony. Identity. City.

Notas

- ¹ Novo Hamburgo é uma cidade inserida na região metropolitana de Porto Alegre - RS, fundada por imigrantes alemães ao longo dos séculos XIX e XX e que se tornou emancipada politicamente em 1927. Por suas atividades ligadas ao setor coureiro-calçadista com expressão nacional e internacional, é conhecida como a Capital Nacional do Calçado.
- ² O Museu Nacional do Calçado (MNC) foi criado pelo decreto municipal nº 159 da cidade de Novo Hamburgo em 20 de outubro de 1998, iniciando suas atividades em setembro de 1999. “Entre ‘seus objetivos macros, encontra-se a preocupação de’ conservar a memória da atividade coureiro calçadista”. Nesse sentido, além de peças específicas sobre sapatos, acessórios, couros e ferramentas, o MNC tem recebido doações de fotografias e outros elementos da cultura material local e nacional.
- ³ Como afirma Bourdieu: “A força das idéias [...] mede-se, não como no terreno da ciência, pelo seu valor de verdade (mesmo que elas devam uma parte da sua força à sua capacidade para convencer que ele detém a verdade), mas sim pela força de mobilização que elas encerram, quer dizer, pela força do grupo que as reconhece, nem que seja pelo silêncio ou pela ausência de desmentido, e que ele pode manifestar recolhendo as suas vozes ou reunindo-as no espaço.” (1989, p. 185).
- ⁴ Adotamos as reflexões de Eric Hobsbawm, que define uma “tradição inventada” como “um conjunto de práticas, normalmente reguladas por regras tácita ou abertamente aceitas; tais práticas, de natureza ritual ou simbólica, visam

inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição, o que implica, automaticamente, uma continuidade em relação ao passado”. (2006, p. 9).

- ⁵ O museu encontra-se no Centro Universitário Feevale e tem como apoiadores a Prefeitura Municipal de Novo Hamburgo, a Associação Pró-Ensino Superior em Novo Hamburgo (Aspeur), a Associação Brasileira das Indústrias de Máquinas e Equipamentos para os Setores de Couro, Calçados e Afins (Abremaq), a Associação Brasileira de Componentes para Couro e Calçados e Artefatos (Assintecal), a Associação das Indústrias de Curtumes do Rio Grande do Sul (Aicsul), a Associação Comercial, Industrial e de Serviços de Novo Hamburgo (ACI-NH), a Associação Brasileira de Estilistas de Calçados (Abeca), a Associação Brasileira das Indústrias de Calçado (Abicalçados) e a Feira Nacional de Calçados (Fenac).
- ⁶ Utilizamos o conceito de *cluster* como grupos, agrupamentos e aglomerados, que, na verdade, são concentrações geográficas de empresas de determinado setor de atividade e organizações correlatas, um conceito muito próximo do que nos fala Michel Porter, especialista em estratégia empresarial.
- ⁷ O bairro antigo da cidade.
- ⁸ A partir do final da década de 1980 ocorreu o processo de emigração da indústria calçadista de Novo Hamburgo para outras partes do país. Na década de 1990 ocorreu uma emigração muito acentuada para a China.

Referências bibliográficas

- BACKZO, B. A imaginação social. In: ROMANO, Ruggiero. *Enciclopédia EUNAU- di*. Lisboa: Imprensa Nacional, 1985. v. 5. p. 296-331.
- BARBOSA, Agnaldo de Sousa. Uma burguesia de pés descalços: a trajetória do empresariado do calçado no interior paulista. *Histórica* – revista Eletrônica do Arquivo do Estado, São Paulo: Governo do Estado de São Paulo, n. 6, 2005. Disponível em: <http://historica.arquivoestado.sp.gov.br/materiais/ anteriores/edicao06/materia3/>. Acesso em: 23 abr. 2007.
- BARTHES, Roland. *Mitologias*. São Paulo: Bertrand Brasil, 1999.

- BERMAN, Marshall. *Tudo que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- BOIA, Lucian. *Pour une histoire de l'imaginaire*. Paris: Belles Lettres, 1998.
- BOSI, Ecléa. *Memória e sociedade: lembranças de velhos*. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.
- BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Lisboa: Bertrand/Difel, 1989.
- CAMARGO, Haroldo Leitão. *Patrimônio histórico e cultural*. São Paulo: Aleph, 2002.
- CHARTIER, Roger. *A história cultural entre práticas e representações*. Lisboa: Difel, 1987.
- GERTZ, René. O integralismo na zona colonial alemão. In: DACANAL, José Hildebrando (Org.). *RS: Imigração e colonização*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1980.
- _____. *O aviador e o carroceiro*. Política, etnia e religião no Rio Grande do Sul dos anos 1920. Porto Alegre: Edipucrs, 2002.
- JORNAL *O 5 de Abril*, Novo Hamburgo, 1927-1935.
- MUSEU NACIONAL DO CALÇADO. Site que disponibiliza informações sobre exposições e acervo do MNC. Disponível em: <http://www.mncalcado.br>. Acesso em: 28 out. 2008.
- OLIVEN, Ruben George. *Urbanização e mudança social no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1988.
- _____. *Violência e cultura no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1989.
- _____. *A parte e o todo: a diversidade cultural no Brasil-Nação*. Petrópolis: Vozes, 1992.
- ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural*. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- PAZIANI, Rodrigo Ribeiro. Outras leituras da cidade: experiências urbanas da população de Ribeirão Preto durante a Primeira República. *Tempo*, Rio de Janeiro: UFF, n. 19, p. 175-200, 2005.
- PESAVENTO, Sandra Jatahy. Memória, história e cidade? Lugares no tempo, momentos no espaço. *ArtCultura*, Uberlândia: UFU, v. 4, n. 4. p. 23-35, jun. 2002.
- _____. *O imaginário da cidade: visões literárias do urbano – Paris, Rio de Janeiro, Porto Alegre*. Porto Alegre: Ed UFRGS, 1999.
- PETRY, Leopoldo. *O município de Novo Hamburgo*. Monografia. Porto Alegre: Edições A Nação, 1959.
- RANGER, Terence (Org.). *A invenção das tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2006. p. 9-24.
- SCHEMES, Claudia. *Pedro Adams Filho: empreendedorismo, indústria calçadista e emancipação de Novo Hamburgo (1901-1935)*. 2006. Tese (Doutorado em História) - PUCRS, Porto Alegre, 2006.
- SCHEMES, Claudia et al. *Memória do setor coureiro-calçadista: pioneiros e empreendedores do Vale do Rio dos Sinos*. Novo Hamburgo: Editora Feevale, 2005.
- SCHEMES, Claudia; PRODANOV, Cleber C. *Memória do setor coureiro-calçadista: um acervo fotográfico (recurso eletrônico)*. Novo Hamburgo: Editora Feevale, 2006. CD-ROM.
- SELBACH, Jeferson. *Pegadas urbanas – Novo Hamburgo como palco do flâneur*. Cachoeira do Sul: Ed. do Autor, 2006.
- SILVA, Tathianni Cristini da. *O patrimônio cultural do Centro Histórico de Florianópolis*. Dissertação (Mestrado) - UFSC, Florianópolis, 2004.
- THIESSE, Anne-Marie. Ficções criadoras: as identidades nacionais. *Anos 90*, Porto Alegre: UFRGS, n. 15, 2001/2002.
- WEBER, Roswithia. *As comemorações da imigração alemã no Rio Grande do Sul – o “25 de Julho” em São Leopoldo, 1924-1949*. Novo Hamburgo: Editora Feevale, 2004.