

A SIMBIOSE ENTRE TURISMO INDUSTRIAL E TURISMO LITERÁRIO: NA ROTA DA CHAPELARIA COM OS «UNHAS NEGRAS»

ANA CLAUDIA SALGUEIRO DA SILVA
Universidade do Algarve CIAC-UAlg / CEL-UÉ

RESUMO: O presente artigo visa pôr em destaque a diversidade do património cultural português, nomeadamente, as vivências relacionadas com o património industrial e literário, perpetuadores de memórias. O cerne deste estudo concentra-se na cidade de S. João da Madeira, em particular, na indústria e no museu da chapelaria e numa obra que apresenta o quotidiano destes operários — *Unhas Negras* — da autoria de João da Silva Correia. O desenvolvimento do turismo industrial, aliado ao turismo literário, representa uma matéria emergente na sociedade atual, porquanto é necessário valorizar duas áreas relevantes no âmbito cultural. Para evidenciar esta simbiose entre ambos os «turismos», a viagem mescla-se com o romance *Unhas Negras* (através do levantamento das citações mais ilustrativas), o qual homenageia todos aqueles que fizeram da chapelaria uma das atividades mais importantes da cidade.

PALAVRAS-CHAVE: património cultural; turismo industrial; turismo literário; *Unhas Negras*; João da Silva Correia.

LA SIMBIOSI ENTRE TURISME INDUSTRIAL I TURISME LITERARI:
A LA RUTA DE LA BARRETERIA AMB ELS «UNGLÉS NEGRES»

RESUM: Aquest article crida l'atenció sobre la diversitat del patrimoni cultural portuguès, especialment pel que fa a les vivències relacionades amb el patrimoni industrial i literari, perpetuadors de records. L'origen d'aquest estudi es concentra a la ciutat de S. João da Madeira, en particular a la indústria i al museu dels barrets, i en una obra que presenta la quotidianitat dels obrers: *Unhas Negras*, de João da Silva Correia. El desenvolupament del turisme industrial, aliat del turisme literari, representa una qüestió emergent a la societat actual; per tant, cal valorar dues àrees rellevants en l'àmbit cultural. Per evidenciar aquesta simbiosi entre tots dos «turismes», el viatge es barreja amb la novel·la *Unhas Negras* (a través d'algunes citacions il·lustratives), la qual cosa homenatja tots els qui van fer de la fabricació de barrets una de les activitats més importants de la ciutat.

PARAULES CLAU: patrimoni cultural; turisme industrial; turisme literari; *Unhas Negras*; João da Silva Correia.

SYMBIOSIS BETWEEN INDUSTRIAL TOURISM AND LITERARY TOURISM:
THE HEADGEAR ROUTE WITH THE “BLACK NAILS”

ABSTRACT: This article aims to highlight the diversity of Portuguese cultural heritage, namely, experiences related to industrial and literary heritage, perpetuators of memories. The core of this study focuses on the city of S. João da Madeira, in particular, on the hat industry and museum and on a work that presents the daily lives of these workers—*Black Nails (Unhas Negras)*—by João da Silva Correia. The development of industrial tourism, together with literary tourism, represents an emerging matter in today’s society, as it is necessary to value two relevant areas in the cultural sphere. To show this symbiosis between both “tourisms”, the trip merges with the novel *Black Nails* (through the survey of the most illustrative quotes), which pays tribute to all those who made headgear one of the most important activities in the city.

KEYWORDS: Cultural heritage; industrial tourism; literary tourism; *Unhas Negras*; João da Silva Correia.

INTRODUÇÃO

Apostar no desenvolvimento do turismo industrial, aliado ao turismo literário, representa uma matéria emergente na sociedade portuguesa atual, porquanto é necessário valorizar estas duas áreas relevantes no âmbito do património cultural.

Com efeito, o turismo constitui uma vertente muito pertinente para o progresso do país, destacando-se também a cultura como motor de atração turística. E cultura abrange uma infinidade de contextos que, neste caso, se concretiza no estímulo concedido à indústria e à literatura, através da partilha entre passado e futuro, em que lugares e acontecimentos proporcionam novos olhares e novas experiências.

Assim, o cerne deste estudo centra-se na cidade de S. João da Madeira, na sua indústria e no museu da chapelaria e numa obra que revela o quotidiano destes operários — *Unhas Negras* — de João da Silva Correia.

1. O TURISMO COMO MOTOR DE DESENVOLVIMENTO E DE DIVERSIDADE: O TURISMO INDUSTRIAL E O TURISMO LITERÁRIO

Atualmente, o turismo, como movimento que permite a deslocação de pessoas e a sua permanência transitória em lugares distintos daqueles que são os seus locais de trabalho e de residência, constitui uma parcela muito relevante para a economia nacional.

Derivado do inglês *turn*¹ (utilizado até meados do século XVIII: *to take a turn*) ou *tour* (usado depois daquela data: *to make a tour*), ambos procedentes do latim *tornu* com o significado de «volta ou giro», no sentido de viagem («tornando») ao ponto de partida), o turismo foi ganhando importância, surgindo como área transversal.

De facto, o turismo contempla uma diversidade de modalidades, sucessivamente adequadas às exigências e aos perfis dos turistas que revelam mais informação e mais experiência, procurando novos produtos turísticos.

Dentre as diferentes tipologias, podemos destacar o turismo industrial e o turismo literário, os quais, oferecendo uma variante de desenvolvimento cultural, estimulam o envolvimento dos turistas com os destinos, fomentando a vivência de práticas diferenciadas.

Havendo necessidade de competir num mundo cada vez mais globalizado e sendo Portugal um dos territórios mais visitados, urge diversificar a oferta turística através de uma multiplicidade de produtos e serviços, impulsionadores de descoberta e exploração dos lugares: «Mais do que compatíveis, estas duas áreas [o turismo e os valores culturais das regiões recetoras de fluxos de visitantes] estão fortemente interligadas e o seu sucesso individual depende da relação de uma com a outra» (Costa 2005: 287).

Sobrevém, deste modo, o turismo industrial que envolve a visita a empresas ativas e a património industrial histórico. Esta modalidade

¹ O vocábulo também poderia ter tido origem na palavra *tur* do hebreu antigo que correspondia a «viagem de descoberta, reconhecimento ou exploração».

oferece aos visitantes a possibilidade de usufruírem de uma experiência relacionada com os produtos, os processos de produção e a história das empresas:

Assim, busca-se apresentar a cultura e identidade de uma organização através da «turistificação» dos seus espaços produtivos. Neste segmento turístico, estão presentes não somente empresas do setor industrial, mas também empresas administrativas, comerciais, agrícolas, artesanais e de serviço [...], sem negligenciar suas interfaces com os demais setores sociais, ecológicos e culturais de uma localidade (Fois-Braga 2008: 5).

Aliando a motivação cultural com a preservação, a fruição e a história do património industrial, este tipo de turismo fundamenta-se no interesse dos turistas em conhecer as atividades que impulsionam o desenvolvimento económico das localidades, integrando, simultaneamente, o conjunto do património edificado nesses mesmos locais. Por conseguinte, estas ações permitem a envolvimento dos visitantes com a comunidade local e com os trabalhadores, o que valoriza, tanto os lugares através das suas iniciativas industriais, culturais e turísticas, como as suas profissões, tradições e património.

É, pois, objetivo do turismo industrial divulgar as empresas e os seus processos industriais, favoráveis a um enriquecimento coletivo que propicia conhecer o passado, compreender o presente e apostar no futuro.

Quanto ao turismo literário, trata-se de uma modalidade que possibilita aos turistas visitar os cenários onde se ambientam as obras literárias, bem como percorrer os lugares que serviram de inspiração aos autores.

Relacionando o interesse pelo património e o gosto pela literatura, os turistas literários (re)descobrem espaços, conhecem outras épocas e vivências, desvendam paisagens, memórias e tradições, sendo que

[...] os textos literários tomam a forma de guias turísticos, criando e assinalando lugares a visitar e a conhecer, desenhando mapas a partir dos

quais o turista/leitor pode orientar-se e realizar diversos tipos de percursos (mesmo que não tenha sido essa a intenção do autor) (Quinteiro e Baleiro 2017: 71).

Proporcionando aos turistas uma experiência intercultural, o turismo literário contribui para a intensificação do património cultural, possibilitando a interligação dos textos literários com os espaços reais.

Assim, os turistas literários exploram a interação entre lugares e escrita, sendo que a sua motivação assenta, principalmente, na descoberta e no conhecimento dos lugares que serviram de base aos escritores, podendo viajar pelos espaços onde decorrem as narrativas e compreender a relação existente entre esses locais e as vivências reais. Consequentemente, esta relação permite que as obras literárias se mantenham vivas, tornando também os destinos turisticamente atraentes.

Ao agregar estas duas vertentes, o turismo potencia a valorização do património que se converte em recurso de progresso, como sucede no mais pequeno município português em área (com apenas 8km²), com uma única freguesia e que se situa no distrito de Aveiro.

Instituído como concelho em 1926 e elevado a cidade em 1984, S. João da Madeira² recebeu, em 2010, o prémio de melhor município para se viver em Portugal, destacando-se pelo dinamismo decorrente da sua intensa atividade fabril. Em 2012, introduziu, em Portugal, o conceito de turismo industrial.

Na verdade, o lema de S. João da Madeira é «Labor – Cidade do Trabalho», cuja herança constitui, hoje em dia, um amplo património que retrata a nossa história, os nossos valores e as nossas tradições, o que contribui para o desenvolvimento socioeconómico, associado à dimensão educativa e cultural.

Ao promover a indústria da região, que passa pela diversidade de produtos, como o calçado, os lápis, os colchões ou os chapéus, este

² A designação provém de «Uilla Sancto Ioanne que dicent de mateira», que reproduz a primeira referência escrita conhecida a S. João da Madeira, datada de 1088.

município tem sido reconhecido pela sua exemplaridade no que diz respeito à metodologia de trabalho local e à qualidade do produto turístico final. Por isso, de ano para ano, a cidade tem assistido a um aumento gradual e significativo de visitantes, reforçando as suas iniciativas, no âmbito do turismo industrial, como por exemplo, o programa «Visitas à Hora Certa» que, ao dia e à hora certa, relembra o apito das suas unidades fabris, recebendo os turistas através de visitas regulares.

2. HOMENAGEM AOS OPERÁRIOS CHAPELEIROS – OS «UNHAS NEGRAS»

O património de S. João da Madeira concentra-se na existência de fábricas como espaços de aprendizagem, de criatividade e de experimentação, pelo que o município tem apostado na criação de circuitos baseados na visita às unidades fabris e museológicas ali existentes.

Uma dessas frações é a chapelaria que tornou esta cidade num dos principais centros industriais, contribuindo para a sua evolução local. Destaca-se, no conjunto do seu património cultural, o romance *Unhas Negras*³ (1953) do jornalista e escritor sanjoanense, João da Silva Correia.⁴

Imortalizando a história da sua terra e eternizando a vida dos operários do setor, *Unhas Negras* narra o quotidiano e as condições difíceis dos chapeleiros, na primeira metade do século xx, nomeadamente, da-

³ Em 2021, foi lançada uma nova edição do romance, o que denota o reconhecimento do autor, assim como o desejo de valorização da indústria da chapelaria.

⁴ João da Silva Correia nasceu em 1896 e faleceu em 1973. Autodidata na leitura, começou, desde muito novo, a escrever, tendo colaborado na imprensa local e regional, assim como na imprensa diária de Lisboa e do Porto. Defendendo a ideia de um mundo melhor, a sua obra expressa solidariedade para com os fracos, existindo um prémio literário e uma escola secundária com o seu nome.



Figura 1. Romance *Unhas Negras*

Fonte: <https://www.cm-sjm.pt/pt/noticias/7-municipio/1471-camara-lanca-nova-edicao-do-romance-unhas-negras> (consultado a 30/8/2021).

queles que ficavam com as unhas deterioradas e escurecidas pela imersão dos feltros em caldeiras de vapores com elevadas doses de mercúrio — as fulas.

Segundo o testemunho de um antigo chapeleiro, «eram umas maceiras muito grandes [...], estava a água a ferver e tinha uma pessoa, sempre com uma pá a mexer, de manhã à noite» (Malaquias 2002: 5556).

Antigamente, o feltro era tratado com produtos químicos muito tóxicos que provocavam a «doença dos chapeleiros», ou seja, envenenamento pelos vapores de mercúrio, o que degenerava em problemas neurológicos, levando inclusivamente à morte. Tratava-se da secção dos «unhas negras», expressão que, durante muito tempo, designou o ofício de chapeleiro, o qual esteve na génese da identidade sanjoanense e de cujo trabalho, tenacidade e perseverança resultou a emancipação concelhia de S. João da Madeira. Hoje em dia, esses produtos foram substituídos por outros inofensivos, sendo que os feltros são agora tingidos em máquinas.

Unhas Negras desenrola-se nesta cidade, afigurando-se como um roteiro geográfico da localidade e das freguesias circundantes, ao mes-

mo tempo que reflete os sacrifícios dos trabalhadores e das suas famílias, como é o caso de Gonçalo Pimpão, um «unhas negras», de 67 anos.

De facto, os operários responsáveis pelo *grosso* (a lâ), contrariamente aos do *fino* (o pelo), trabalhavam cerca de catorze horas, devendo «entrar de plantão ao primeiro minuto da madrugada de cada quinta-feira e cada sábado» (Correia 1984: 96-97).

Guiando os leitores desde a taberna de Francisco Neiva, onde se detém antes do início da dura jornada, até à fábrica de chapéus, Pimpão, depois de tantos anos como chapeleiro, começa a sentir o peso da idade, acabando a carregar lenha para as caldeiras. A vergonha da despromoção afeta-o profundamente, sendo que a sua principal preocupação é não perder o emprego. Por isso, numa assembleia entre chapeleiros de S. João da Madeira, Porto, Braga e Trofa, defende, para além das oito horas de trabalho e da melhoria dos salários, a assistência na doença e na velhice.

Saindo da sede da Associação dos Operários Chapeleiros, os trabalhadores

[...] dirigiram-se para o sul, a acompanhar os camaradas visitantes a uma casa da Quintã [...]. Na estrada, rente ao muro do Passal, ao seguir do grupo, ouviu-se restolhada em cima, no campo [...]. Alguns dos operários desataram a correr à volta, pela porta do senhor Francisquinho Neiva, alameda das acácias arriba, direitos ao cemitério [...]. Outros faziam pé atrás, botavam pelas Laranjeiras (Correia 1984: 59).

Perante a sua incapacidade, Gonçalo pede o despedimento, revelando alguma esperança em poder vir a trabalhar em Beja, juntamente com Manuel Ferreira, presidente da referida Associação que, entretanto, se dirigira àquela localidade, com o objetivo de alcançar melhores condições de vida. Para tal, Gonçalo escreve-lhe uma carta, ansiando por notícias:

Palpando agora na algibeira a carta que acabara de receber, Gonçalo principiou a sentir como que calafrios [...]. Numa indecisão cruciante, pôs-se a caminhar sem tino, ao mando das pernas. E deu consigo Caminho do Souto além. À porta da farmácia estava o senhor Camilo Palmeira [...]. Além, ao atravessar o adro, sentiu mais viva a curiosidade, quanto ao conteúdo da carta [...]. Se lesse ali mesmo? (Correia 1984: 209-210).

Traçando um itinerário específico, em que se destacam zonas características da cidade sanjoanense, o autor convida os leitores a partilharem as vivências da personagem, acompanhando-a no seu trajeto.

E prossegue:

No dia seguinte, depois de apitarem as fábricas à *uma hora*, Pimpão, contra o seu hábito depois que estava desempregado, saiu de casa. Palmillhou a congosta do Urreiro, à Quintã torceu à esquerda e tomou pela Carreira dos Sobreiros. Atravessou o Adro, renteou o cemitério, e logo arribou ao Largo do Souto (Correia 1984: 251-252).

Dando conta do dinamismo industrial e delimitando a ação em locais fulcrais do centro, como a farmácia e a igreja — pontos de referência espacial —, passando por ruelas e sítios, João da Silva Correia apresenta-nos S. João da Madeira com as suas peculiaridades.

Desanimado pela expectativa que alimentara relativamente a um novo emprego (que acaba por não se concretizar) e face à sua situação de penúria, Gonçalo Pimpão suicida-se, representando o sofrimento dos «unhas negras» que «eram axioma incontroverso de uma vida, que vinha de ser, de morigeração e sacrifícios» (Correia 1984: 255).

3. O MUSEU DA CHAPELARIA: UM MUSEU DE SE LHE TIRAR O CHAPÉU!

Reinventado ao longo das décadas, patenteando uma multiplicidade de modelos (chapéu de coco, *floppy* ou *pillbox*) e de materiais de fabrico,

como o feltro de pelo de coelho ou de castor, o feltro de lã ou o tecido, o chapéu⁵ transformou-se num símbolo especial, emergindo como essência de singularidade e de autenticidade de cada indivíduo.

Citando o escritor brasileiro Machado de Assis, no conto «Capítulo dos Chapéus», incluído na coletânea *Histórias sem Data* (1884), «o chapéu é a integração do homem, um prolongamento da cabeça, um complemento decretado *ab eterno*; ninguém o póde trocar sem mutilação» (Assis 1884: 91), concedendo ao ser humano a possibilidade de se poder distinguir. Cada sujeito é um ser individualizado e o chapéu permite-lhe representar essa peculiaridade, atribuindo-lhe um sentido e um significado.

Deste modo, homenageando todos os que fizeram da chapelaria uma das atividades mais importantes de S. João da Madeira, o ponto de paragem é o Museu da Chapelaria. Este museu é único na Península Ibérica, nascendo de uma antiga fábrica de chapéus — a Empresa Industrial de Chapelaria —, também conhecida por «Fábrica Nova» e que revolucionou o setor, ao introduzir a produção mecanizada de chapéus. No entanto, a sua instalação causou controvérsia, que resultou numa rebelião dos operários chapeleiros, retratada em *Unhas Negras*:

No dia em que a Fábrica Nova puser a funcionar a tal maquinaria moderníssima vinda lá da Alemanha ou dos infernos, que vomita chapéus impecáveis às dezenas ou até às centenas por fornada, quase que sem encargos de mão-de-obra, nesse dia que já não vem longe, o que nós todos temos a fazer, meu caro Manuel Ferreira, mas *todos*, já não é tratar de um hipotético horário de oito horas de trabalho. A coisa fica resolvida por natureza! E o que temos a fazer é amarrar as mãos na cabeça e deixarmo-nos ir para o fundo (Correia 1984: 67).

⁵ O termo deriva do latim *cappellu* (diminutivo de *cappa* que significa «cobertura da cabeça»), surgindo como proteção contra as condições climáticas e constituindo um privilégio exclusivamente masculino. Ao longo do tempo, o formato do chapéu foi evoluindo, convertendo-se num adereço de poder, num indicador de hierarquias e tradições culturais e numa marca de identidade, estendendo-se ao uso feminino.

A fala pertence a José Sarmento, um dos industriais do setor, que marca uma reunião com Manuel Ferreira, o qual segue para a fábrica, delineando o seguinte trajeto: «Além mercado, à Fonte de Santo António, ao lado de enorme tanque com a água emborralhada do sabão [...]. Logo a seguir, na capela, em cima, rezava-se a missa» (Correia 1984: 61).

Representando os patrões, Sarmento incita o operário a propor a todos os chapeleiros a destruição da maquinaria da Fábrica Nova, uma vez que a mesma afetaria operários (redução da mão-de-obra), assim como todos os donos das fábricas de chapéus, que não dispunham dos novos recursos.

Como tal, no dia da chegada da maquinaria, os operários juntam-se ao toque do sino — «das bandas da Devesa Velha ao alto da Mourisca» (Correia 1984: 98) —, gritando, sucessivamente, «Abaixo as máquinas!».

Temendo o desemprego, os operários revoltam-se, sendo que Paulo Cerqueira, o sócio principal que representa António José Oliveira Júnior (fundador da Empresa Industrial de Chapelaria), consegue acalmá-los com a promessa de que não ficariam sem trabalho. Antigo operário, Paulo Cerqueira compreende as dificuldades da classe, assegurando-lhes que eram necessários para o funcionamento das novas máquinas.

Inspirado num facto verídico, o assalto à Fábrica Nova constitui um dos episódios mais dramáticos da história da chapelaria, representando a luta dos «unhas negras» por melhores condições de trabalho e de vida. Acalmados os tumultos, com operários e máquinas a trabalhar conjuntamente, inovando ao nível das técnicas e adaptando-se às necessidades do mercado, a Fábrica Nova principia, em 1914, o fabrico do chapéu de lã merina (lã fina) — o chamado «chapéu da moda» — por ser distinto do antigo chapéu de lã grosseira, o que lhe permitirá deter o monopólio de produção e venda deste produto.

Com a subida do consumo do chapéu, houve aumento da produção, o que levou a que a mão-de-obra normalizasse e a que não houvesse despedimentos. Acompanhando toda a história da indústria da chapelaria em Portugal, desde a sua mecanização no início do século xx, o seu apogeu na década de 40 até ao progressivo declínio a partir da dé-

cada de 50, a Empresa Industrial de Chapelaria acabou por encerrar em 1995, dando lugar ao Museu da Chapelaria:

Os chapeleiros, que durante décadas representaram um grupo profissional relativamente privilegiado e uma aristocracia operária herdeira de um passado próspero, assistiam ao declínio do seu ofício e ao desmantelamento do saber profissional que lhes havia granjeado a posição particular de que gozavam (Costa 1987: 42).

No museu, além da exposição de cartolas, chapéus de *cowboy*, *cloches* ou *capelines*, é explicado ao visitante como era ser chapeleiro, como funcionavam as máquinas e como se fazia um chapéu.

Através de uma viagem no tempo, os turistas podem admirar a maquinaria e as matérias-primas de início de Novecentos, podendo conhecer também a vida destes trabalhadores,⁶ como é o caso de uma ex-operária da Empresa Industrial de Chapelaria que relata episódios da sua vida na fábrica:

Ao visitar o museu, é-se então confrontado com um conjunto diferente de «objetos» que apelam para todos os sentidos, nomeadamente, os sons das máquinas, os rostos e as palavras dos operários, os cheiros e as texturas das matérias-primas e as próprias máquinas (Menezes 2007: 163).

O museu dispõe deste espaço de exposição permanente, apelidada *Do pelo ao chapéu: O mundo mágico dos chapéus*, presente ao longo de três pisos, em que o visitante fica a conhecer todo o processo de fabrico do pelo ao cone, do cone ao chapéu e dos dedos mágicos ao acabamento.

É ainda possível visitar a sala dos usos sociais, dedicada à interpretação dos diferentes contextos socioculturais do uso do chapéu, sendo

⁶ No romance *Unhas Negras*, são retratadas situações particulares, como é o caso da hora de almoço ditada pelo som das sirenes das fábricas, em que mulheres e crianças se encontram com o farnel à espera dos operários.



Figura 2. Museu da Chapelaria

Fontes: <http://museudachapelaria.blogspot.com/> e <https://www.museudachapelaria.pt/pt> (consultado a 30/8/2021).

que, regularmente, são organizadas diferentes exposições, como é o caso de *Chapéus de todo o Mundo*, perspetivada com o fim de promover os valores da tolerância cultural e do respeito pelo pluralismo e pela diferença.

O museu possui uma sala de exposições temporárias e dois núcleos particulares: um, dedicado a Manoel Vieira Araújo que fundou a empresa Vieira Araújo, inicialmente instalada para o fabrico de chapéus e de onde são provenientes objetos e documentos, agora pertencentes ao acervo do museu; outro, que homenageia o já referido António José Oliveira Júnior, fundador da Empresa Industrial de Chapelaria, que dedicou grande parte da sua vida ao desenvolvimento económico, industrial, social e cultural de S. João da Madeira e a quem foi atribuído o diploma de Mérito Industrial e Agrícola.

De referir que, na criação de *Unhas Negras*, João da Silva Correia, para além das referências espaciais e das vivências epocais, retirou, da realidade contemporânea, as figuras mais destacadas da cidade para criar as suas personagens, como é o caso de Oliveira Júnior, elaborando um retrato completo daquela localidade.

Inaugurado em 2005, o Museu da Chapelaria é tutelado pela Câmara Municipal de S. João da Madeira que adquiriu, em 1996, o espólio industrial resultante de várias fábricas de chapéus e que, entretanto, encerraram. Orientado para a explicitação da produção, comercializa-

ção, usos sociais e conservação do chapéu, este museu representa a história de uma região, onde, durante muito tempo, a indústria da chapelaria foi dominante.

Ao promover o conhecimento sobre a identidade sanjoanense, através da variedade de histórias e memórias evocadas, o museu apresenta um conjunto de prémios e distinções, como a Menção Honrosa de Melhor Museu Português, atribuída em 2005, pela Associação Portuguesa de Museologia, e, em 2010, a Menção Honrosa de Melhor Serviço de Extensão Cultural, concedida pela mesma Associação, integrando a Rede Portuguesa de Museus e o registo de Museus Ibero-Americanos.

Criado para o interesse coletivo,⁷ com fins não lucrativos, é um museu vivo que, reunindo bens culturais, os difunde junto de diferentes públicos, constituindo-se como espaço de *ver*, de *aprender* e de *fazer*.

Segundo o designer inglês David Shilling,

[...] não há muitos museus de chapéus no mundo e este, realmente, é de nível superior. O modo como as pessoas podem chegar e conhecer o processo de fabrico é mais claro aqui do que noutros museus. E então o arquivo? É fantástico! («Os chapéus de Ascot – Museu da Chapelaria» 2008: 31).

Para além da loja, do auditório, de locais de conservação e restauro e do centro de documentação, o museu dispõe de um restaurante — *A Fábrica dos Sentidos* —, onde são apresentados pratos tradicionais com a particularidade de alguns menus terem designações relacionadas com a chapelaria, como «chapéu de coco, de palha, de aba larga ou de feltro».

⁷ O museu organiza visitas temáticas e oficinas de trabalho, assim como atividades para as famílias, programas para séniores e ateliers de férias, dispondo, igualmente, de exposições para alugar, como *Os Chapéus dos Meus Heróis*, em que se relaciona o chapéu como imagem de marca das figuras de banda desenhada, do cinema ou da televisão.



Figura 3. Monumento *Unhas Negras*

Fonte: [https://pt.wikipedia.org/wiki/ficheiro:Museu da Chapelaria e Monumento Unhas Negras.jpg](https://pt.wikipedia.org/wiki/ficheiro:Museu_da_Chapelaria_e_Monumento_Unhas_Negras.jpg)

Como forma de homenagear os operários de chapéus e para que S. João da Madeira reconheça a importância das suas raízes, encontra-se, no pátio do museu, o Monumento *Unhas Negras*,⁸ em bronze (1999), da autoria de Baltazar Oliveira.

4. FEPSA: LÍDER MUNDIAL NA PRODUÇÃO DE FELTROS PARA CHAPÉUS!

Não obstante o facto de o chapéu ter começado a ser visto como uma formalidade ultrapassada, o mesmo tem vindo a ganhar protagonismo, sendo presentemente utilizado.

8 O Museu da Chapelaria tem vindo a realizar o espetáculo «O Último Turno», baseado no romance de João da Silva Correia, em que são recriados episódios relacionados com os antigos chapeleiros de S. João da Madeira. Do mesmo modo, em 2014, a primeira edição do festival de *punk rock*, denominado «Unhas Negras», arrancou com uma homenagem aos operários da indústria chapeleira.



Figura 4 – Fepsa – Feltros Portugueses, S.A.

Fontes: <https://www.facebook.com/FEPSAFeltHats/> e

<https://turismoindustrial.cm-sjm.pt/4662> (consultado a 30/8/2021).

Prosseguindo na rota da chapelaria, destacamos a empresa Fepsa — Feltros Portugueses, S.A. —, líder mundial no fabrico de feltros para chapéus. Aqui, o turista tem a possibilidade de vivenciar um dia como o de um trabalhador industrial, podendo conhecer todo o processo de fabrico deste material.

Uma das primeiras atividades industriais a fixar-se em S. João da Madeira foi a chapelaria, ficando a localidade conhecida pelo fabrico artesanal de chapéus de pano ou lã grossa, dos chapéus de aba larga usados no Alentejo e dos pequenos chapéus femininos, de aba revirada, da Beira Litoral.

Durante o século XIX, com a influência decorrente da Revolução Industrial, houve um grande desenvolvimento industrial e económico, o que favoreceu o aumento de fábricas em S. João da Madeira: em 1802, foi fundada a primeira fábrica de chapéus; em 1867, havia seis unidades fabris; em 1891, foi instalada a primeira fábrica com máquinas a vapor para produção de chapéus em pelo de coelho; em 1909, existiam cerca de doze fábricas e, em 1914, foi criada a Empresa Industrial de Chapelaria, já mencionada e que é, hoje, o Museu da Chapelaria.

No romance *Unhas Negras*, o autor também descreve o dinamismo associado a este desenvolvimento:

As grandes chaminés a romper da montanha, na lonjura, pareciam centuriões de fábula. Vomitavam os seus rolos de fumo de algodão-em-rama, naquela serenidade e silêncio em que a distância sempre envolve o que apenas a vista alcança. O fumo alongava-se em linhas transversais e paralelas, ao sabor da viração, cada qual à sua altura (Correia 1984: 260).

Atualmente, e no seguimento da Empresa Industrial de Chapelaria, considerada a maior e mais importante empresa de chapéus da região, resistem duas grandes fábricas: a Cortadoria Nacional de Pelo,⁹ criada em 1943, e que é a única fábrica do país que trabalha os pelos, concentrando todas as cortadorias particulares existentes, e a Fepsa, criada em 1969, através da fusão de fabricantes e apropriagistas¹⁰ que se associaram, com vista à criação de uma empresa especializada no fabrico do feltro que combatesse a crise instalada pelo desuso do chapéu.

Assim, nos primeiros anos, entre 1969 e 1974, a produção de cerca de 350 mil unidades anuais era totalmente comercializada no país, abastecendo as fábricas de acabamento. Todavia, a revolução de 1974 alterou esta estabilidade, sendo que, em 1979, a Fepsa recuperou o equilíbrio, situação que se mantém até ao presente.

Ao longo do tempo, esta empresa assumiu notoriedade mundial, constituindo-se como a segunda maior empresa da Europa e a terceira maior do mundo em termos de quantidade produzida, tornando-se também líder mundial nos produtos de alta gama que são produzidos com pelo, de toque mais fino e com melhores propriedades.

Composta por cerca de duzentos trabalhadores e inovando sempre ao nível das tecnologias, dos processos e dos produtos, a empresa exporta para todo o mundo, sendo que apenas 2% da produção fica em

⁹ A Cortadoria é uma das maiores empresas do setor a nível mundial, tendo obtido a Certificação de Nível Ouro para o pelo de coelho que processa, com vista ao fabrico de chapéus de feltro.

¹⁰ O termo refere-se aos revendedores que compravam às fábricas os chapéus em feltro e os acabavam e vendiam por conta própria, os quais constituíam, segundo João da Silva Correia, «a fidalguia da classe» (Correia 1984: 31).

Portugal. O mercado europeu é o maior cliente, em países como França, a Itália e a Inglaterra, estendendo-se a países mais longínquos, como o Japão, a Austrália e os Estados Unidos da América: «[A Fepsa] tem vindo a aumentar e consolidar a sua penetração no mercado externo, quer europeu, quer americano, conquistando uma carteira de clientes mais diversificados [...] e atingindo um volume de negócios crescente» (Araújo 2002: 40).

Na verdade, os Feltros Portugueses fornecem marcas de alta-costura internacionais e prestigiadas, como as francesas Hermès, Chanel e Dior e as italianas Prada, Borsalino e Armani, sendo que os criadores portugueses têm vindo a introduzir, nas suas coleções, o chapéu como acessório de moda, como é o caso de Nuno Baltazar, cliente da empresa. Também o estilista Miguel Vieira, natural de S. João da Madeira, na apresentação da sua coleção na «Fashion Week de Milão», apresentou propostas com homens a desfilarem de chapéu.

A fábrica portuguesa já produziu para Harrison Ford enquanto Indiana Jones, sendo que o feltro dos cerca de oitenta chapéus usados no filme *Public Enemies* também ali foi produzido; de referir que a cor do feltro do chapéu, usado por Johnny Depp, foi propositadamente criada para a sua personagem — o *black rubby* (vermelho escuro, quase preto).

Desde a série televisiva *Dallas*, nos anos 70, a indústria chapeleira em S. João da Madeira tem vindo a exportar os seus feltros em quantidades crescentes e de elevada qualidade, cujo êxito resulta do sentido de inovação, do conhecimento de feltragem e das inúmeras memórias dos trabalhadores ao longo dos anos. Porém, a indústria cinematográfica não é o mercado mais significativo, uma vez que uma grande parte da exportação mundial é feita para mercados em que são usados chapéus por motivos culturais (como judeus, *cowboys* e tirolezes) e por motivos laborais (fardas da polícia feminina inglesa, da força aérea neozelandesa e dos carteiros suíços). Em Portugal, os mais populares são os chapéus etnográficos, não só do folclore, mas também das confrarias.

A internacionalização destes feltros passa, igualmente, pelo antigo presidente dos Estados Unidos da América, George W. Bush; pelo pre-

sidente da Rússia, Vladimir Putin; pelos atores e produtores de cinema Robert de Niro e Nicolas Cage e por elementos do grupo de hip-hop «The Black Eyed Peas», chegando até aos mais variados chapéus de uso quotidiano. Um dos últimos pedidos especiais foi de um cliente na Itália, que solicitou um feltro de uma cor especial — vermelho-romã — para oferecer ao Papa Francisco.

Sendo o chapéu um adereço indissociável do poeta português Fernando Pessoa, o Turismo de Portugal convidou S. João da Madeira a associar-se à exposição «Pessoa», que esteve patente no Museu Rainha Sofia, em Madrid, até dia 7 de maio de 2018. As réplicas dos chapéus do poeta foram especialmente produzidas para a exposição, pela Fepsa.

Nesta empresa, os visitantes podem conhecer todo o processo de feltragem nas suas várias fases até ao controlo de qualidade. São várias as etapas para a transformação do pelo de coelho em feltro, através da disposição aleatória de fibras animais e da sua feltragem por compressão sob ação de água e calor.

Citando o autor de *Unhas Negras*,

[...] as peças que tanta labuta e tantas atenções mereciam àqueles homens, eram os feltros. Saíam em primeira mão da complicada engrenagem do arco [...], [que] é já hoje geringonça do passado, abolida em definitivo nas mais modernas instalações. Foi deposto por máquina de nome estrangeirado que produz o feltro em uma só peça, e com mais rapidez e perfeição (Correia 1984: 118).

Dos cones gigantes que saem da máquina onde o material é colocado até assumirem a sua forma final, nenhum chapéu passa por um processo de corte. Os tamanhos são definidos por processos mecânicos e os moldes são medidos manualmente, um a um, sendo necessário procurar defeitos, colocar os cones nas respetivas formas e levar as peças à tinturaria, numa articulação equilibrada entre ser humano e máquina.

Na confeção de um chapéu tradicional, composto pela aba (o rebordo proeminente que se projeta para fora da peça), pelo cone ou copa (onde se encaixa a cabeça), pela fita (usada para finalizar o chapéu) e

pela coroa (o topo da peça), é, ulteriormente, colocado o forro e a carneira (a fita de couro que permite proteger o chapéu da transpiração da cabeça), aplicada na parte interna, próximo à aba.

Reconhecida pela qualidade dos seus feltros, a Fepsa possui a Menção Honrosa PME Exportadora de Bens Transacionáveis, concedendo aos seus trabalhadores uma importância além-fronteiras e demonstrando que o sucesso também pode ser português.

CONCLUSÃO

De ânimo industrioso e empreendedor, S. João da Madeira foi o principal centro produtor de chapéus do país, sendo que, nos dias de hoje, se mantêm, em laboração, duas unidades fabris ligadas ao setor, estando o turismo da cidade ligado às máquinas e às memórias a elas associadas.

Assim, este trabalho procura enfatizar o encontro do passado com o futuro, numa partilha de descoberta que possibilita novos olhares, novos valores e novas experiências, pelo que nada melhor do que conjugar a preservação do espólio industrial e literário com a projeção do património cultural, impulsionadores de dinamização turística. Esta articulação permite conhecer, em contexto real, espaços industriais e museológicos, ligados à chapelaria, como principal marca identitária da região, através de uma viagem pela História — a história dos «unhas negras»:

Unhas negras, é certo; mas unhas que têm a sua história de sacrifícios; unhas que se queimaram, ao mesmo tempo que o coração, a trabalhar e a sofrer; unhas negras que constituem um título altíssimo de nobreza, cujos pergaminhos, principiando nas fulas, se explanam pelos tintos, pelas gomas, pelas apropriagens, e vêm a ter o seu epílogo nos cuidados femininos das acabadeiras (Correia 1984: 53).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARAÚJO, Maria Helena Vieira (2002). «O estado da indústria da chapelaria». *I Jornadas de Museologia da Indústria de Chapelaria*. S. João da Madeira: Câmara Municipal de S. João da Madeira, 39-41.
- ASSIS, Machado de (1884). *Histórias sem data*. Rio de Janeiro: Garnier.
- CORREIA, João da Silva (1984). *Unhas Negras*. S. João da Madeira: Câmara Municipal de S. João da Madeira.
- COSTA, Carlos (2005). «Turismo e cultura: avaliação das teorias e práticas culturais do sector do turismo (1990-2000)». *Análise Social*, vol. XL, 175, 279-295.
- COSTA, Luís (1987). *O coração da fábrica: Viagem ao mundo de «Unhas Negras»*. S. João da Madeira: Câmara Municipal de S. João da Madeira.
- FOIS-BRAGA, Humberto (2008). «Turismo industrial: visita de empresa como estratégia de marketing». *V Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Turismo – ANPTUR*. Belo Horizonte, 1-13.
- MALAQUIAS, Pedro (2002). «À conversa com dedos mágicos: histórias de vida de operários da chapelaria». *I Jornadas de Museologia da Indústria de Chapelaria*. S. João da Madeira: Câmara Municipal de S. João da Madeira, 49-57.
- MENEZES, Suzana (2007). «Do seu conceito e programa museológico». *Museologia.pt*, ano I, nº. 1, 158-164.
- «Os chapéus de Ascot – Museu da Chapelaria» (2008). *Boletim Municipal de S. João da Madeira*, 49, 31.
- QUINTEIRO, Sílvia; Baleiro, Rita (2017). *Estudos em literatura e turismo: Conceitos fundamentais*. Lisboa: Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa.



Copyright © 2022. This document is under a Creative Commons Attribution-Noncommercial-No Derivative Works 3.0 Unported License. To see a copy of this license click here <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/legalcode>.