A História dos Isqueiros Zippo





Mesmo se você é novato no cachimbo (como eu*), provavelmente você já ouviu falar dos isqueiros Zippo. Uma vez onipresente no dia a dia, o instrumento despretensioso com o nome mal-humorado transcendeu os caminhos da vida, sem mencionar as gerações. Poxa vida, a maioria das pessoas com mais de uma certa idade provavelmente lhe dirá que é uma peça icônica da história americana, semelhante à Les Paul (guitarra*) e ao Corvette (se precisar esclarecer fica difícil né rsrs*).

Durante a adolescência, o Zippo estava entre alguns objetos que meu avô me deu, que eu valorizei e mantive por perto – e continuo a fazê-lo até hoje. O isqueiro era velho, mas ainda tinha brilho o suficiente para chamar minha atenção um dia enquanto eu brincava em sua loja. Era uma coisa estranha para a mente de criança mirrada – uma bugiganga reluzente de uma época passada. Naturalmente, eu implorei para ele desse o dito-cujo, provavelmente por essas duas razões acima mencionadas, e depois de alguma chatice minha, ele cedeu.



Anos mais tarde, descobri que foi feito em 1967. A informação não era exatamente chocante para mim, embora a descoberta da maioria dos Zippos datáveis até o ano exato fosse bem legal (para não mencionar o sonho de um colecionador). Quando eu digo que a informação não foi chocante, quero dizer que eu tinha visto filmes suficientes neste momento para ter pelo menos um conhecimento superficial da história da Zippo. Isso quer dizer que eu sabia que era uma empresa antiga e que era sobre isso.

Fazendo uma pequena pesquisa, descobri que, a partir de 1933, a empresa – iniciada por George Blaisdell em Bradford, Pensilvânia com o único propósito de produzir isqueiros que funcionavam bem com o vento – recebeu seu nome familiar baseado em sua semelhança com a palavra “zíper.” Ele achou que soava “moderno” e, embora a

empresa tenha tido algum sucesso em meados dos anos 30, não foi até a Segunda Guerra Mundial que a marca solidificou seu status em todo o mundo. Em 1941 a Zippo suspendeu a produção de varejo para concentrar-se exclusivamente em isqueiros para os militares dos EUA, resultando no desenvolvimento do modelo de caixa de aço com um acabamento crepitado preto, projetado para suportar os rigores do combate. Esses projetos utilitários não eram úteis apenas para o exterior quase indestrutível, mas também para acomodar uma variedade de fontes de combustível – tudo, do diesel à bebida alcoólica – como se pode ver na réplica do isqueiro militar americano de 1941.



Se foi um movimento patriótico ou um insight de marketing, o fato de milhões de militares terem transportado esses isqueiros para o exterior certamente ajudou na apresentação do projeto para o mercado global. Além disso, a necessidade de produção ajudou a manter a empresa na lida até depois da guerra. Sem mesmo descansar sobre seus louros, Blaisdell imaginou uma nova campanha promocional. Ele encomendou um Chrysler Saratoga 1947 modificado com isqueiros Zippo gigantes,

completo com chamas de neon removíveis escondidas por tampas articuladas que podiam ser fechadas quando na estrada. Com seu agora famoso nome estampado em cada porta em tinta dourada de 24 quilates, o Zippo Car viajou pelo país, chegando a 48 estados dentro de dois anos.



Tendo obtido amplo reconhecimento através da campanha de Blaisdell, a Zippo voltou seu foco de marketing para o controle de qualidade e serviço ao cliente, garantindo a satisfação do cliente através de uma impressionante garantia vitalícia. A empresa declara simplesmente que, em 85 anos, “ninguém jamais gastou um centavo na reparação mecânica de um isqueiro Zippo, independentemente de … idade ou condição”.

Dali em diante, os anais da contribuição da Zippo para a cultura pop falam por si mesmos; de concertos e capas de álbuns a filmes de Hollywood e programas de televisão, o famoso isqueiro é agora um símbolo. Para alguns, isso pode significar resiliência e durabilidade – para outros, antiguidade ou até mesmo uma declaração de moda – mas de qualquer forma, o Zippo certamente será reconhecido, mesmo para as gerações vindouras.

Tradução livre por JC Pereira, o novato.

Original por Daniel Bumgardner para o smokingpipes.com

Fumaça confrades!

————–

* *notas do tradutor.*