LUXO

COM DESTAQUE PARA O VALE DA SEDA, NO PARANÁ, BRASIL É O MAIOR PRODUTOR DA MATÉRIA - PRIMA DO OCIDENTE. NO ENTANTO, QUASE 100% DO VOLUME É EXPORTADO

O MELHOR FIO DO MUNDO

LAURA VALENTE

Expoente do mercado de luxo mundial, a francesa Hermès usa apenas a seda brasileira para produzir os famosos lenços e gravatas, desejo que vende nos 48 países onde tem lojas. Para bom entendedor, tamanha exclusividade credencia a excelência da matéria-prima produzida aqui desde o Império, quando dom Pedro relegou aos imigrantes japoneses a licença para trabalhar o fio produzido pelo bicho-da-seda (o que trouxe para a então colônia uma tecnologia de ponta). Curiosidade vem do fato de desde aquela época a fama do produto crescer mais lá fora do que em solo nacional – trajetória em muito justificada por questões como preço do tecido, falta de incentivo fiscal, concorrência e outros entraves. O resultado é que hoje pouca gente sabe da existência dessa cadeia produtiva que gera emprego e renda para agricultores, artesãos, indústria e confecções do país, e poucas grifes nacionais usam a matéria-prima para agregar valor aos seus produtos de moda.

No entanto, pesquisadores e produtores locais tentam alavancar o segmento por meio de redes de cooperação, desenvolvimento do design em torno da produção artesanal, introdução de novos conceitos, como a indicação de procedência de origem para o fio brasileiro. Em iniciativas que também envolvem desfiles em eventos importantes, como a São Paulo Fashion Week (SPFW), eles fiam um capítulo importante da cena têxtil brasileira com o objetivo de ajudar a mudar os rumos dessa história. "O Brasil é o segundo maior exportador de fio de seda do mundo, só perdemos para a China. Então, não é exagero dizer que dominamos a produção ocidental", revela João Berdu Garcia Júnior, presidente e fundador do Instituto Vale da Seda, empresa que surgiu como uma incubadora tecnológica da Universidade Estadual de Maringá (EAD, Paraná) e hoje trabalha para promover a união, o desenvolvimento e o fortalecimento da cadeia produtiva local.

PRODUÇÃO ORGÂNICA O engenheiro-agrônomo explica alguns fatores que fazem da matéria-prima brasileira uma das mais especiais do mundo. A começar pela origem genética do bicho-da-seda, "importado". "A Bratac, maior empresa de tecelagem de seda no país, pertence a imigrantes japoneses que introduziram aqui um banco de raças puras, híbridos que são entregues aos agricultores locais. Essa comunidade, formada por cerca de 2 mil famílias residentes em 174 municípios do Vale, cultiva os insetos alimentado-os com folhas de amoreiras orgânicas e tem a premissa de 'devolver' apenas os casulos perfeitos para a fábrica. Vale dizer que cada um gera, em média, 1, 2 mil metros de um único fio, e que as máquinas chegam a desenrolar cerca de 900 metros de filamento contínuo (sem arrebentar). Reside aí a qualidade da seda brasileira. Há, ainda, a espessura especial: 10 fios juntos ainda são mais finos que um fio de cabelo, o que indica resistência e delicadeza de toque", detalha.

O especialista destaca ainda as características do *terroir* paranaense para o sucesso do cultivo do bicho-da-seda no Brasil. "Um dos nossos objetivos é a indicação de procedência de origem da seda brasileira (tipo de selo de qualidade que atesta a excelência e a singularidade da produção). Diferencial conquistado devido às favoráveis condições climáticas, de solos, do regime de chuvas e do cultivo das amoreiras (instaladas à parte de outras culturas e sem uso de agrotóxicos ou defensivos químicos na lavoura). Por fim, a alta tecnologia trazida pelos imigrantes japoneses e o treinamento e capacitação que dispensaram aos agricultores locais ao longo dos anos respondem pela qualidade superior da seda brasileira."

Apesar da excelência da matéria-prima, o especialista afirma que a exploração da seda pelas confecções locais ainda deixa, em muito, a desejar. "Exportamos cerca de 90% da produção como fio de seda, ou seja, vendemos 'pepitas de ouro brutas no lugar de joias com design'. Com isso, perdemos em preço, não agregamos valor ao produto. Para piorar, no Brasil, o mundo da seda e o das confecções se estranham completamente". Isso porque, segundo ele, salvo raras exceções, as fábricas de moda (e muitas vezes o público) não se dispõem a desembolsar o preço cobrado pelo tecido de seda, cujo metro pode chegar a R$ 150.

EXPERIÊNCIA DE CONSUMO No comércio internacional, ainda que o Brasil se destaque como produtor de seda, o volume produzido é muito pequeno em comparação aos dois grandes *players* mundiais. "China e Índia respondem por 99% da produção de seda do planeta. O 1% restante é dividido entre Uzbequistão, Tailândia, Brasil e Vietnã. Nós respondemos por cerca de 0,3% da produção mundial, mas somos o maior exportador entre os demais países. Até porque eles não exportam o fio e, além de consumir o que produzem, importam da China para dar suporte às respectivas indústrias de produção de tecidos", informa Garcia Júnior.

Aqui, ele lembra que tivemos seis grandes empresas de fiação. Mas, hoje, resiste apenas a Bratac, com sede em Londrina (também no Paraná). "A maior parte da produção é exportada e a Hermès é o maior cliente individual da seda brasileira, matéria-prima explorada na produção das gravatas e lenços, que chegam a custar US$ 650 a unidade", afirma.

A boa notícia é que a partir de séries de iniciativas, o pesquisador e apoiadores têm contribuído para mudar este cenário, e fomentar o consumo da seda por confecções brasileiras. "Precisamos transformar o sucesso de crítica em sucesso de bilheteria. Para tanto, estamos investindo em divulgação por meio de desfiles na SPFW (a tecnologia QR Code leva mais informações ao público) e em outras semanas de moda, e conversando com as confecções locais sobre o valor agregado e diferencial competitivo que a seda confere ao produto de moda. Apostamos ainda no público das novas gerações que tem buscado experiências de consumo baseadas em valores como sustentabilidade para definir uma compra. Com isso, pretendemos aproximar as confecções brasileiras da seda e assim desencadear o maior desenvolvimento de toda a cadeia produtiva", avisa.

FOTOS: O CASULO FELIZ/DIVULGAÇÃO

PRODUÇÃO O CASULO FELIZ

DETALHE DA EXTRAÇÃO DO FIO

JOÃO BERDU DO INSTITUTO VALE DA SEDA

FIO DE SEDA

GUSTAVO ROCHA NO ATELIER O CASULO FELIZ

VITRINE MUNDIAL

Exemplos de sucesso já existem. Lá mesmo, no Paraná, parte da pequena produção de seda que fica no país é matéria-prima para a empresa O Casulo Feliz lançar moda. Há anos, o ateliê é reconhecido por beneficiar o fio descartado para a exportação, criando tecidos autorais por meio de testes de tecelagem. A experimentação envolve ainda um verdadeiro laboratório de tingimento a partir de elementos de origem natural, como mate, clorofila, cebola e café. O proprietário do negócio é Gustavo Augusto Serpa Rocha, zootecnista e ex-professor de sericicultura (criação de bicho-da-seda) da Universidade Estadual de Maringá. "A minha história com a moda começou quando, durante uma aula prática, soube que de 2% a 3% dos casulos de seda brasileira têm imperfeições e são descartados pela indústria. Ali, tive a ideia de usar aquele 'refugo' na fiação manual e, assim, com o pensamento em sustentabilidade, ecologia e reciclagem, agregar valor ao produto". Isso em 1988, ou seja, há quase 30 anos.

Para fortalecer ainda mais a ideia, o empresário escolheu uma região carente da cidade de Maringá para fundar o ateliê e convidou mão de obra local para trabalhar. Com o tempo, investiu também na tecelagem industrial. A princípio, o segmento de decoração era o principal cliente, mas atualmente é a confecção, que absorve cerca de 80% do volume produzido. Há, inclusive, tecidos desenvolvidos com exclusividade para grifes de renome internacional, como Osklen e as mineiras Fabiana Milazzo e Ronaldo Fraga, entre outras. "Estou desenvolvendo um crepe de seda com elastano que foge de tudo o que o mundo está fazendo", exemplifica ele.

Outro cliente é a grife Vanessa Montoro, especialista em modelos de design confeccionados em crochê. "Há 10 anos, a marca trabalha somente com a seda do Vale, que é de extrema qualidade, o que diferencia o nosso produto e nos credencia como uma marca 100% brasileira, inclusive no mercado internacional", afirma a diretora de marketing Giovanna Pirozzi. Ela lembra ainda que valores como sustentabilidade e ética nos mecanismos de produção são pilares da empresa. Com isso, o uso da seda agrega valor ao produto, gera satisfação e um marketing assertivo frente ao público-alvo da grife, mulheres que valorizam o feito a mão e o tecido natural. "Inclusive lá fora", avisa.

Em tempos de crise econômica como a que o país atravessa, o especialista revela que a demanda costuma cair. A concorrência com produtos de qualidade inferior e mistos também representa um entrave para o desenvolvimento do polo brasileiro de seda. Mas, mesmo diante de todos os problemas, Rocha não desanima. "A seda brasileira é um produto de excelência. Então, acredito que temos um tesouro, uma mina têxtil nas mãos, uma matéria-prima de extremo bom gosto, importante e valorizada no mundo todo. Não existe a possibilidade de deixar a peteca cair".

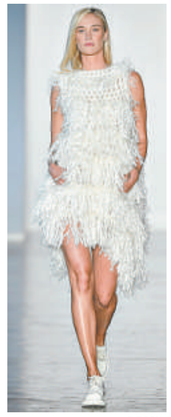
PATRIMÔNIO O patrimônio têxtil protegido pelo empresário encontra mercado também em grifes maiores e que valorizam a matéria-prima como diferencial de criações, bandeira defendida por projetos como o e-Fabrics, da Osklen. Nina Braga, diretora do Instituto-E (braço da empresa responsável pelo programa), destaca a importância socioambiental, econômica e cultural da iniciativa. "Nossa missão é promover o desenvolvimento sustentável da cadeia produtiva para que o país se torne referência mundial em práticas que interferem decisivamente no futuro da humanidade".

O projeto, oficializado em 2007, mapeou todo o país em busca de comunidades e materiais cuja exploração objetiva desenvolver e fortalecer a cadeia produtiva e a mão de obra ecoeficiente. Além da seda orgânica do Paraná, Nina explica que a Osklen trabalha com pele de peixe (pirarucu, na Amazônia e Rondônia), algodão orgânico (Paraíba e Ceará), látex (Pará), e lã (Mato Grosso do Sul). A grife também reaproveita couro, algodão reciclado (em Campinas e em Santa Catarina) e malha de garrafa PET. "Apesar dos problemas de escala, são produtos artesanais, inovadores, de extremo valor agregado. O que falta para que mais empresas olhem para eles é uma política governamental de incentivo, a exemplo da adotada por países como Peru e Turquia, que se tornaram referência na produção de algodão orgânico. Infelizmente, vivemos em uma economia acostumada a vender commodities ou matéria-prima, e não produtos de design. Com isso, corremos um risco permanente de perder o bonde e comprometer o desenvolvimento de uma cadeia fundamental para a sobrevivência de pequenas comunidades, de regiões inteiras, do país".

OSKLEN/DIVULGAÇÃO

OSKLEN

FOTOS:MARCELO SOUBHIA/DIVULGAÇÃO



DESFILE VALE DA SEDA

OSKLEN/DIVULGAÇÃO

OSKLEN