

Pele de peixe vira sapato no Amazonas

Professor passou 10 anos desenvolvendo a tecnologia e demanda é muito grande

PRISCILA NÉRI

MANAUAS – Em sele-
 tas galerias de luxo
 de Manaus, já é pos-
 sível comprar a última novi-
 dade da moda regional: sapa-
 tos, bolsas, cintos e acessó-
 rios feitos de pele de peixe
 curtida, ou couro de peixe.
 Com enorme apelo turístico
 e ambiental, trata-se de um
 nicho de negócios que ganha
 força a cada dia. Só no Esta-
 do do Amazonas, cerca de 10
 toneladas de pele de peixe
 são desperdiçadas por mês.

A pele é o subproduto do
 peixe menos aproveitado em
 escala comercial no País. De
 outros subprodutos, como a
 escama e a mucosa, é possí-
 vel extrair desde farinha até
 fertilizante agrícola e maté-
 ria-prima para produtos far-
 macêuticos. “A Bacia Ama-
 zônia concentra o maior po-
 tencial de desenvolvimento
 (dos subprodutos do pei-
 xe)”, disse o ministro da
 Aquicultura e Pesca, José
 Fritsch. “E, só por serem da
 Amazônia, os peixes têm
 muito mais peso internacio-
 nal, porque a Amazônia é
 uma marca por si só.”

O professor José Jorge Re-
 bello, pesquisador do Institu-
 to Nacional de Pesquisas da
 Amazônia (Inpa), passou 10
 anos desenvolvendo a tecno-
 logia para o couro do peixe.
 “A viabilidade econômica
 do couro do peixe é inquestio-
 nável”, diz Rebello. “Só falta
 encontrar um empresário que
 tenha condições de atender à
 demanda porque a procura é
 muito grande.”



Sapatos, bolsas, cintos e acessórios: apelo turístico e ambiental

A Amazônia tem mais de 2
 mil tipos de peixe, 15 dos
 quais já foram testados e
 transforma-
 dos em cou-
 ro. O projeto
 é um dos des-
 taques da
 AmazonTech 2003, feira
 promovida
 pelo Sebrae
 de ciência,
 tecnologia e
 negócios sus-
 tentáveis,
 que termina
 hoje em Ma-
 naus.

Depois de
 começar a
 trabalhar com couro de peixe,
 a Green Obsession, uma mi-
 croempresa de Manaus do ra-
 mo de calçados, abandonou
 seu carro-chefe – sandálias de
 couro sintético – e passou a se
 dedicar apenas ao couro de
 peixe, que hoje representa

80% das vendas da empresa.
 Voltada para o mercado ex-
 terno (daí o nome em inglês),
 a empresa tem a meta de tri-
 plicar seu faturamento (hoje
 cerca de R\$ 20 mil mensal)
 até o fim do ano. “Estamos
 investindo na divulgação e
 pretende-
 mos aumen-
 tar a nossa
 produção
 de 150 pares/
 mês para
 500 pares/
 mês até de-
 zembro”, ga-
 rante a ge-
 rente de pro-
 dução, He-
 lem Poncia-
 no. “Sandá-
 lia de couro
 de peixe é
 um produto
 exclusivo

“Sandália de couro de peixe é um produto exclusivo porque não tem nenhum peixe igual ao outro”

Helem Ponciano, da Green Obsession

porque não tem nenhum pei-
 xe igual ao outro. Essa exclu-
 sividade e o apelo ecológico
 do reaproveitamento da pe-
 le, agrega valor ao produto.”

■ A repórter viajou a convite do Sebrae