

MANCHETE



O jeans orgânico chega ao centro da cena

Enquanto parte do mercado internacional avança para a fase de certificação, as empresas brasileiras avaliam o modelo mais viável de produção de tecido e roupas

Mercado

Indústria investe em fibras diferenciadas

As grandes empresas brasileiras avaliam o uso do algodão orgânico, mas até o momento nenhuma delas incluiu o insumo na produção; os projetos em andamento dão preferência a opções com oferta mais abundante, como o poliéster reciclado

Gestão

Modelo integra toda a cadeia produtiva

Do cultivo do algodão à embalagem reciclável do produto, todos os agentes trabalham de forma articulada dando a forma sustentável ao jeans

Vitrine

YD monta produção orgânica de ponta a ponta

A confecção que fornece em regime PL para grifes, como a Cantão, prepara o lançamento da própria marca em janeiro

Vitrine

Justa Trama vende parte da produção

Com produção de 11 toneladas por ano, a marca vai ampliar a linha de produtos com modelos em denim

Marketing

Visual certificado

O uso de selo é importante para atestar a origem do produto para o consumidor final; vários fabricantes internacionais de denim obtiveram certificação para composição de tecido que varia de 1% a 100% de algodão orgânico

Hyperlink

Entidade brasileira emite selos de autenticidade

O certificado do IBD é reconhecido internacionalmente

Oferta

Brasil produziu quase 20 toneladas de algodão orgânico em pluma, em 2006

A safra nacional de 2006/07 da fibra convencional depois de beneficiada alcançou 1,5 milhão de toneladas

∴ **Responsabilidade**

O lado esquecido da sustentabilidade

Além da preservação da biodiversidades e dos recursos naturais, parâmetros econômicos, culturais e sociais também deveriam fazer parte da agenda do futuro

∴ **Insight**

Eco drops

Dicas de corantes e outros insumos naturais

Esta mensagem é enviada a pessoas cadastradas.
Para deixar de receber, envie email para exclua@gbjjeans.com.br

O jeans orgânico chega ao centro da cena

Enquanto parte do mercado internacional avança para a fase de certificação, as empresas brasileiras avaliam o modelo mais viável de produção de tecido e roupas

por Jussara Maturo

No momento em que o mundo discute alternativas sustentáveis de avanço econômico, o jeans orgânico desequilibra a conversa, porque expõe as ambigüidades do processo. Métodos orgânicos de produção, por si só, não determinam a qualidade do produto. Representam uma forma diferente da atual de produzir o mesmo item, dirigido a consumidores que valorizam a iniciativa, seja pelo que tem de solidário ao privilegiar produtos que contenham fibras originadas de pequenas plantações em áreas carentes, seja pelo apelo ecológico, por modismo, ou por todas essas razões combinadas.

São consumidores que vão pagar mais caro por essa opção em função de uma série de



variáveis. A começar pelo descompasso entre a oferta de algodão orgânico, o insumo básico desse processo, e a demanda, que tem inviabilizado o avanço de projetos, como expõe a nova série de reportagens do **Canal Especial**. Embora a produção mundial seja pequena, a dos países da América do Sul juntos não chega a 2% do total. Por isso, a organização Organic Exchange organiza um seminário, no próximo ano, em São Paulo, para discutir formas de aumentar a produção.

Os analistas também esperam que a questão ganhe impulso com a proximidade de 2009, escolhido pela FAO (o organismo das Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação) como o ano das Fibras Naturais. Com o aumento do consumo de insumos como algodão, lã e seda, a ONU espera melhorar a qualidade de vida de camadas da população de países subdesenvolvidos que dependem da produção desse tipo de fibra para sobreviver.

A abordagem desta edição não está focada em produtos ou tendências, a proposta é acompanhar as discussões de como criar um modelo brasileiro de produção orgânica bem sucedido para o jeans.

Expediente

SPPress
editora

Publisher

Sérgio Franco

Editora Executiva

Jussara Maturo

Repórter

Priscila Franco

Pesquisa

Ildede Souza

Projeto Gráfico

Graziela Pinheiro

Fotos

Divulgação / Acervo GBLjeans

Indústria investe em fibras diferenciadas

As grandes empresas brasileiras avaliam o uso do algodão orgânico, mas até o momento nenhuma delas incluiu o insumo na produção; os projetos em andamento dão preferência a opções com oferta mais abundante, como o poliéster reciclado

por Jussara Maturo

Embora a maior parte dos fabricantes brasileiros de denim esteja avaliando a viabilidade de lançar as chamadas linhas orgânicas, os projetos esbarram no ponto crucial: a oferta de algodão orgânico é insuficiente para suportar o volume de produção dessa indústria. Há outros aspectos a considerar, além desse desequilíbrio. De adaptações expressivas na planta produtiva ao preço que o mercado estaria disposto a pagar pelo apelo ecológico.

A constatação não criou impasses. A indústria investe no desenvolvimento de alternativas que trilhem o caminho do ecologicamente correto, evitando a expressão *denim orgânico* (veja o box). "O assunto já entrou em pauta várias vezes, e não é assunto descartado. Chegamos a avaliar, vimos amostras, mas a produção é pequena para atender a demanda industrial da Vicunha e o algodão orgânico tem um preço alto", aponta Patrícia

Ribeiro, coordenadora de desenvolvimento índigo da tecelagem.

A Cedro também avaliou o uso de algodão orgânico. "E chegou à conclusão de que, por

enquanto, não há viabilidade econômica de produzir denim orgânico no mercado brasileiro. Como a produção é pequena, o preço é alto; e o consumidor brasileiro não valoriza. Na Europa, existe um nicho de mercado que dá

valor a esse tipo de produto", diz Cássia Silveira, gerente de marketing da empresa.

Da mesma forma, a Canatiba aponta a falta de oferta de algodão orgânico como o principal motivo para não incluir o lançamento do denim ecológico entre os planos de curto prazo, cita Darci Covolan, diretor da empresa.



Produção ainda pequena

Ao baixo volume da produção orgânica do algodão e o preço alto quando comparado ao algodão convencional, Telma Mendonça, gerente de marketing da Covolan, acrescenta outros fatores.

“Ainda não está claro como resolver o processamento químico próprio da produção do denim”, observa a executiva, contando que a empresa chegou a ir ao mercado para comprar algodão orgânico a fim de realizar testes e não conseguiu.

A Santista Têxtil está engajada no projeto Pure Cotton Brazil, consórcio criado pela empresa juntamente com a Coteminas, a Marisol e a Springs, para implementar as melhores práticas em toda a cadeia têxtil, de forma a garantir excelência em qualidade dos produtos e insumos e sustentação socioambiental.

Os procedimentos passam pela produção de algodão com qualidade premium, dentro de padrões sociais e ambientais reconhecidamente corretos.

Como se trata de processo demorado, a empresa não estabelece prazo para que tecidos fabricados com esse tipo de algodão venham a integrar uma coleção.

Segundo informação da Santista, o consórcio está na fase de identificar produtores que possam fazer parte dessa cadeia.



Alternativas ao orgânico

A indústria trata de avaliar outros insumos. A Cedro faz testes industriais com tecido que usa um tipo de fibra diferenciada, com perspectiva de lançamento para o verão 2009. “É uma fibra que tem caráter rústico, natural”, conta Cássia Silveira, gerente de marketing, sem entrar em detalhes.

Entre as alternativas avaliadas pela Vicunha está desenvolver uma linha usando poliéster reciclado. “A fibra é mais cara que o poliéster convencional, mas a oferta é maior que a do algodão orgânico”, pondera Patrícia Ribeiro, coordenadora de produto índigo da tecelagem. Se aprovado o insumo, o tecido entraria na coleção de inverno 2009. “Ou até antes, dependendo da velocidade dos resultados”, explica ela.



Modelo integra toda a cadeia produtiva

Do cultivo do algodão à embalagem reciclável do produto, todos os agentes trabalham de forma articulada dando a forma sustentável ao jeans

por Jussara Maturo e Priscila Franco



Com as atenções mundiais voltadas para a sustentabilidade e a preservação do planeta, grandes marcas e confecções menores apostam em linhas orgânicas. No Brasil não é diferente. Os modelos de negócios que têm avançado são aqueles que conseguiram fazer a integração de toda a cadeia produtiva - planejamento do produto, produção de algodão orgânico por pequenos agricultores ou grupo deles, fiação, tecido, confecção e venda do produto.

Na moda, a principal motivação tem sido adotar práticas de produção limpa, associando desenvolvimento sustentável apenas com as questões ecológicas.

As empresas que se preocupam e aderem ao movimento, estendem o conceito a todas as etapas, adotam desde embalagens recicláveis até técnicas de tingimento de tecidos que não agredem o meio ambiente. Os exemplos brasileiros mais citados de iniciativas com o algodão orgânico passam, invariavelmente, pela Coexis, em parceria com a YD Confecções, e pela Justa Trama. Apesar de pequena, a produção dessas cadeias tem dado

saltos significativos.

Evolução Internacional

O início da saga envolvendo o jeans orgânico é nebulosa. O giro da Vogue francesa, no início do ano, conta que, em 2004, surgia no cenário a Loomstate, criada por Gregory Rogan e Hahn Scott, com produtos feitos em algodão orgânico.



No ano seguinte, seria a vez de o líder do U2, Bono Vox, e sua mulher, Ali Hewson, lançarem a marca Edun, em parceria com o próprio Rogan.

Aviamentos reciclados

Em meados de 2006, a Levi's Europe anunciava o lançamento da linha Eco, uma das primeiras grifes do mundo a contar com a certificação emitida pela Control Union, uma das principais instituições de acreditação em orgânicos no cenário internacional.

Além do tecido orgânico, os modelos contam com botões, rebites e zíperes reciclados e tingimento com índigo natural.

Mais ou menos na mesma época, a francesa Rica Lewis assinou um acordo com Max Havelaar para fabricar um denim ético a preço recorde, com a expectativa

de comercializar 300 mil jeans solidários em 2008. Outros exemplos recorrentes, são a norte-americana Del Forte e a sueca Nudie.

Mais recentemente, a marca norte-americana Earnest Sewn Jeans, que produz jeans sob encomenda em loja de Nova York, prevê lançar, em novembro, uma linha feita em denim orgânico, a Greencaste, especialmente desenvolvida para a unidade de Nova York da rede Barneys.

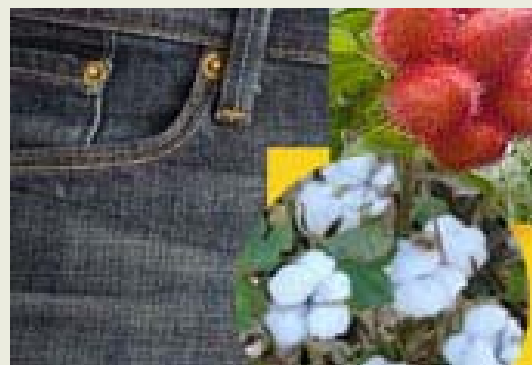
Negócios justos

A holandesa Kuyich apregoa estar entre as primeiras fileiras do que chama de revolução orgânica. Segundo a empresa, a equipe se prepara para, em curto prazo, trabalhar apenas com algodão 100% orgânico. Em 2008, essa

participação será de 70%, infoma a empresa.

Além do uso do algodão produzido pelos métodos sustentáveis, a Kuyich adota o conceito de *fair trade* (negócios justos), que pressupõe o lucro em toda a cadeia.

A companhia compra a produção integral de fazendeiros do Peru, da Turquia e da Índia, que estão organizados pela organização não-governamental holandesa Solidaridad.



YD monta produção orgânica de ponta a ponta

A confecção que fornece em regime PL para grifes, como a Cantão, prepara o lançamento da própria marca em janeiro

por Priscila Franco



Preocupada com a preservação do meio ambiente, a YD Confeções reformulou sua estrutura nos últimos quatro anos e, com isso, iniciou o desenvolvimento de sua cadeia de produção de tecidos orgânicos. Hoje, o material orgânico é todo consumido pela confecção, representando cerca de 5% da produção total da empresa.

A meta é atingir os 35% em um ano e meio. Além disso, a confecção lança no próximo ano sua primeira marca própria. Batizada de Éden, a marca terá todas as peças da coleção feitas com tecido orgânico.

Para a formação da cadeia de produção, a YD elaborou técnicas de fabricação do tecido em parceria com o Programa Orgânico Coaxis, que desenvolve e organiza a rede de produção, dá suporte técnico e prepara as demais

empresas da cadeia para a certificação emitida pela Associação de Certificação Instituto Biodinâmico (IBD), que garante a produção orgânica dos produtos.

“Para que um tecido seja certificado como orgânico, todas as empresas envolvidas na produção têm de ser certificadas”, explica Henrique Spínola, diretor comercial da YD.

A empresa cuida da confecção e do tingimento dos tecidos, enquanto as demais etapas industriais são administradas pelas empresas Universal (fiação), Tecelagem São José e a VMF Malharia.

“Na produção, proprietários rurais familiares recebem as sementes orgânicas e cuidam do plantio com adubos e outros recursos naturais, como o esterco e a ajuda de minhocas.



Vista aérea da fábrica da YD

Nenhum tipo de pesticida ou veneno é usado no processo”, informa Spinola. Em 2005, a confecção comprou cinco toneladas de algodão do núcleo de agricultores da Paraíba, que contava, na época, com 18 agricultores.

“Esses produtores recebem o suporte técnico necessário para o plantio e, além

disso, ganham 30% mais que o valor requerido pelo trabalho, como um incentivo a continuar com trabalhos orgânicos”, conta o diretor.

Preço 30% mais alto

Atualmente, o algodão convencional é comercializado por R\$ 2,60 o quilograma.

Para o tingimento do tecido, alguns cuidados

também são necessários.

A YD trabalha com tecidos orgânicos e tradicionais. Por isso, tem uma área da empresa dedicada exclusivamente à parte natural, para que não haja risco de contaminação do tecido.

O tingimento elaborado pela empresa para trabalhos naturais é patenteado e têm elementos como o urucum e a casca de romã na composição.

Cantão amplia linha verde na coleção de inverno

A Cantão, marca carioca, é outra que aderiu aos tecidos orgânicos em suas produções. A coleção para o verão 2008 da marca abriu espaço a uma nova linha totalmente dedicada aos produtos naturais, batizada de Cantão Verde. Para sua produção, a empresa firmou parceria com a Coexis, criadora do selo Nature Organic World (NOW), que garante a integridade ecológica das peças produzidas. Com modelos em denim e malha orgânicos, além de malha feita com fibras de garrafas PET, a coleção apresenta vestidos, calças, saias e chapéus.

“Hoje, a Cantão Verde não representa um volume tão grande dentro da coleção, tanto que nem todas as lojas da marca contam com esses produtos. No entanto, para o inverno, pretendemos aumentar em 20% essa produção”, conta Yamê Reis, estilista da Cantão. De acordo com ela, a linha



Justa Trama vende parte da produção

Com produção de 11 toneladas por ano, a marca vai ampliar a linha de produtos com modelos em denim

por Priscila Franco

A Justa Trama anuncia, para o próximo ano, a estréia da marca no mercado de denim orgânico. O grupo, que junta todas as etapas da cadeia produtiva orgânica em uma só marca existe há dois anos, e conta com agricultores, fiadores, tecedores e costureiras divididos por todo o Brasil.

A núcleo é formado pela Associação de Desenvolvimento Educacional e Cultura de Tauá, em Fortaleza, Ceará; a Cooperativa Nova Esperança, responsável pela fiação, que fica na Grande São Paulo; a Cooperativa Açaí, localizada em Porto Velho, Rondônia; a Fionobre, da cidade de Itajaí, Santa Catarina; e a Cooperativa de Costureiras Unidas Venceremos, de Porto Alegre, Rio Grande do Sul.

Todas as sementes de algodão utilizadas pelo grupo na fabricação do tecido são recuperadas junto com a Embrapa (Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária), conta Nelsa Nespolo, coordenadora geral do grupo.

No último ano, a Justa Trama produziu 11 toneladas de tecido orgânico, no entanto, nem toda a produção foi empregada em produtos da marca. "Algumas vezes o tecido é vendido para



outras empresas, mas o grupo está sempre envolvido de alguma forma", informa a coordenadora.

Ela conta que até agora só era produzido algodão em diferentes tons de marrom. "A partir da safra atual, iniciaremos as plantações para obter fibra em tons de verde", informa Nelsa.

Atualmente, as coleções da Justa Trama contam com modelos produzidos em malhas, moletons e sarjas orgânicos.



Visual certificado

O uso de selo é importante para atestar a origem do produto para o consumidor final; vários fabricantes internacionais de denim obtiveram certificação para composição de tecido que varia de 1% a 100% de algodão orgânico

por Jussara Maturo

Distinguir a roupa feita com tecido composto de algodão orgânico ou convencional não é fácil para especialistas. Imagine para o consumidor. A saída encontrada foi pregar tags nas roupas atestando a origem da matéria-prima, recurso já empregado para uma série de outros produtos. No caso do denim sustentável, a homologação não é feita pelo fornecedor ou produtor. A emissão do atestado é atribuição de entidades acreditadoras independentes.

“A certificação é necessária porque o algodão é uma cultura que sofre processo de manufatura, o consumidor está longe do produtor. É diferente do que acontece com outros produtos orgânicos, como alimentos, em que se usa o que chamamos de certificação participativa. Não precisa do selo porque os consumidores já conhecem os agricultores”, explica Melchior Batista, pesquisador da Embrapa Algodão, da Paraíba. E, neste caso, eliminam o custo da certificação.

No Brasil, a certificação com validação internacional é realizada pelo IBD (Associação de Certificação Instituto Biodinâmico). No plano internacional, uma das principais certificadoras de têxteis orgânicos, entre os quais os tecidos denim e brim e as roupas deles derivadas, é a Control Union. Até o momento, nenhuma empresa brasileira consta da lista de certificações para a área têxtil.



O algodão orgânico é o ponto de partida do processo. Mas as certificações não se limitam à produção agrícola. Todo o processo industrial é auditado.

Movimento do mercado mundial

Em denim, a maior parte das certificações remetem a empresas do Paquistão, Índia, China, Turquia, países conhecidos como polos de terceirização da produção de marcas e grifes internacionais. Turquia e Índia estão entre os maiores produtores de algodão orgânico. Entre os fabricantes de tecido certi-

ficados estão a Bossa, da Turquia, a Hellenic, da Grécia, a KG Denim, da Índia, e a Orta, da Turquia. A lista inclui até beneficiadores de jeans, como a turca FreshTex.

Nem todas têm o processo certificado como 100% orgânico. A composição de algodão orgânico utilizada no tecido varia de 1% a 100%. A Orta, por exemplo, lançou artigos com 3% de algodão orgânico, enquanto na linha da Bossa a participação é ligeiramente maior, de 5%.

Entre confecções e fabricantes de tecido, aparecem muitas opções em algodão orgânico a 98%, completados com 2% de elastano. Fabricantes como Arvind Mills (Índia), Tsinlien (China) e



PTTy (Indonésia) constam como tendo denim 100% orgânico.

O consórcio Pure Brazil Cotton, formado por quatro empresas - Santista, Coteminas, Marisol e Spring - prevê montar uma cadeia sustentável, sendo que as etapas do plantio das sementes até a venda ao consumidor serão acompanhadas por uma organização independente de auditoria.

“Também os processos das fábricas, da abertura de fardos à tecelagem, beneficiamento, acabamento e produto final serão auditados”, informa o comunicado enviado à imprensa, quando do lançamento do selo brasileiro, em meados do ano.

Entidade brasileira emite selos de autenticidade

Para certificar a produção de tecidos orgânicos e receber o selo de autenticidade dos produtos fabricados, as empresas brasileiras do setor têxtil podem recorrer a uma acreditadora local. A Associação de Certificação Instituto Biodinâmico, mais conhecida por IBD, atua em certificação de produtos desde 1990.

É a única entidade brasileira a credenciar internacionalmente as empresas em acordo com as normas orgânicas, assegura Graziella Baptista (*foto*), gerente de certificação da IBD. “Nesse processo, auditamos todas as etapas de produção do produto, desde o plantio até a confecção e o beneficiamento. Só depois de confirmar que não há chance de contaminação do produto em nenhuma das etapas é que uma empresa pode ser certificada”, explica a especialista.

De acordo com ela, no momento, somente uma empresa conta com a certificação absoluta do processo de produção no Brasil em tecido, a YD. Além da confecção, a APROAP (Águas do Rio Paraná e Piquiri) também é certificada, no entanto, a certificação só diz respeito à produção do algodão, e não ao restante da cadeia produtiva (*Priscila Franco*).

Brasil produziu quase 20 toneladas de algodão orgânico em pluma, em 2006

A safra nacional de 2006/07 da fibra convencional depois de beneficiada alcançou 1,5 milhão de toneladas

por Jussara Maturato



Na moda orgânica, a plantação de algodão sem sementes transgênicas, em solos livres de agrotóxicos convencionais há, pelo menos, três anos, tem monopolizado as discussões em torno do assunto. Citando dados da Organic Exchange, instituição norte-americana, estudo da professora Maria Célia Martins de Souza, do IEA (Instituto de Economia Agrícola), estima que a safra mundial de 2004/05 produziu pouco mais de 25 mil toneladas em 22 países.

O trabalho informa que a Turquia, a Índia, os Estados Unidos e a China seriam responsáveis por quase 80% dessa produção. A América do Sul responderia por 1,7% desse total (425 toneladas), sendo que a maior parte está concentrada no Peru e no Paraguai.

No Brasil, a despeito de projetos de produtores independentes que começam a aparecer, a maior parte da produção está em mãos de pequenos agricultores que, reunidos em projetos regionais, começam a desenhar a viabilidade de suas plantações. As iniciativas mais conhecidas estão no Ceará, na Paraíba, em Pernambuco, no Rio Grande do Norte e no Paraná.

O estudo da pesquisadora indica que a produção brasileira de 2006 teria totalizado 55,6 toneladas de algodão orgânico em rama, volume que corresponde a cerca de 20 toneladas da fibra em pluma (depois da operação de beneficiamento). O algodão branco representa a maior parte do que é produzido no país, mas o nordeste, especialmente a Paraíba, conta com áreas de fibra colorida.

O projeto de algodão orgânico no semi-árido da Paraíba, por exemplo, começou em 2005 com 18 agricultores, com produção experimental. "Em 2006, o grupo vendeu a produção de 5 toneladas para a YD, de São Paulo", conta Melchior Batista, pesquisador da Embrapa Algodão, que apóia a iniciativa. Segundo ele, em 2007, o grupo reúne 53 agricultores que produziram 30 toneladas. Segundo a Conab (Companhia Nacional de Abastecimento), a safra brasileira de algodão convencional de 2006/07 foi de 2,3 milhões de toneladas (em caroço) e na de 2007/08, 2,5 milhões de toneladas, representando aumento de 5,6%.

O lado esquecido da sustentabilidade

Além da preservação da biodiversidades e dos recursos naturais, parâmetros econômicos, culturais e sociais também deveriam fazer parte da agenda do futuro

por Jussara Maturo

Embalado pela repercussão do documentário Uma Verdade Inconveniente, protagonizado pelo ex-vice-presidente dos Estados Unidos, Al Gore, o marketing do mundo inteiro anuncia que contribui para a preservação do meio ambiente. De ações *carbon free*, aquela que a empresa planta em árvores o equivalente ao que emite de gás carbônico, à substituição de matéria-prima poluente e mecanismos para diminuir o impacto negativo sobre a natureza, as iniciativas ditas sustentáveis têm se multiplicado como formiga. Não é diferente na área de moda, menos ainda em jeans.

No entanto, para ser efetivo, o conceito de sustentabilidade vai muito além de ações marketing e não está exclusivamente vinculado à questão ambiental, como faz crer a maior parte das campanhas. Assim como filantropia não tem a ver com responsabilidade corporativa, sustentabilidade implica a construção de uma cadeia de produção e comércio justa - ou seja, em que todos ganhem, inclusive o trabalhador e o consumidor. Sustentabilidade significa que toda a cadeia é capaz de lucrar dentro do cenário de negócios e regras legais (trabalhistas, tributárias, fiscais) vigentes no país.

Dito dessa forma, até parece se tratar de um processo simples. Pela complexidade, a adoção de um programa de sustentabilidade representa ainda um imenso desafio para as empresas do mundo todo. Pesquisa da Intelligence Unit da revista The Economist demonstra que cerca de metade dos entrevistados (46%) acredita que os programas de sustentabilidade ajudam a melhorar o valor da marca de suas empresas e está presente na agenda estratégica. Mas somente 20%

do universo consultado reconhece esses programas como fatores de aumento de rentabilidade porque ainda não encontraram a fórmula comercial, revela o estudo, cujos resultados foram divulgados este mês.



Eco drops

Dicas de corantes e outros insumos naturais

da Redação



Você sabia?

:: tecido composto por fios de poliéster, algodão e garrafas PET privam a natureza dos 300 anos necessários para a decomposição do material



:: sementes de urucum podem servir de base para corante em tons amarelo ou amarelo alaranjado; e quando aquecidas atingem o tom vermelho. Essa variação de cores se deve à combinação de duas substâncias presentes no urucum, a bixina e a orelina

:: jenipapo é a opção de corante natural verde, retirado da polpa. Quanto mais verde o fruto, mais forte a cor vai ficar

:: cascas de jabuticaba fervidas produzem corantes róseos; cascas de uva ou sementes de erva santa rendem tons azulados; sementes de girassol, amarelo

:: gema de ovo, quando misturada ao corante natural funciona como aglutinante caseiro

:: alho em pequenas quantidades funciona como fungicida, e mais concentrado atua como aglutinante



Produção natural

Geralmente, o algodão orgânico é produzido em pequenas propriedades, sem que sejam aplicados agrotóxicos convencionais (inseticidas, fungicidas, pesticidas), nem fertilizantes de alta solubilidade, explica Melchior Batista, da Embrapa Algodão. Os agricultores são estimulados a usar adubos orgânicos, feitos com insumos encontrados na própria área. Outras técnicas prevêm o plantio em épocas diferentes das tradicionais para evitar a ocorrência de pragas comuns; o espaçamento entre as mudas é maior; e na Paraíba, os agricultores intercalam o algodão com outras culturas como girassol, gergelim, amendoim e coentro, que além de servirem de receita adicional, também ajudam no combate às pragas, como a descoberta da propriedade repelente do coentro.