

BUREL: GUARDIÃ DE CONHECIMENTO



NÃO ALIMENTAR

TEXTO Carina Rodrigues
FOTOS D.R.

Manter o património vivo é o desígnio da Burel. Tudo o que faz tem por detrás uma história. Em 2006, graças a um hotel, Isabel Costa e o João Tomás descobriram o burel, tecido de lã que é tradicionalmente usado pelos pastores da Serra da Estrela. E, com o burel, descobriram a fábrica da Lanifícios Império, que se encontrava em processo de insolvência. Surgiu assim uma missão em forma de projeto empresarial: a da recuperação de todo um património material e imaterial. Hoje, com lojas em Lisboa, no Porto e em Manteigas e um catálogo diverso, das mantas à moda, passando pela decoração e a arquitetura de interiores, a Burel é um dos maiores empregadores de Manteigas. Mas, mais importante ainda, é guardiã de conhecimento. Recuperou máquinas antigas e colocou, lado a lado, mestres e aprendizes em perfeita simbiose. A mesma simbiose, entre o respeito pela tradição e a aposta na inovação, caracteriza a marca que se assume como sinónimo de vida pela vida que injetou nesta indústria, naquela vila, naquele saber ancestral e na vida das próprias pessoas que, por sua vez, dão vida aos seus produtos.

T

udo começou com a descoberta de um sanatório antigo, nas Penhas Douradas, que decidiu recuperar e que é, hoje, o seu primeiro hotel, a Casa das Penhas Douradas. Corria o ano de 2006. Na sua recuperação, procurou ir ao encontro de elementos que representassem a cultura local e foi assim que Isabel Costa descobriu o burel, a fábrica e todo o património que lá tinha, material e imaterial. *“Quando nos apercebemos que estava insolvente e em risco de desaparecer, avançámos com um projeto de recuperação. A fábrica era dos poucos sustentos da população da vila de Manteigas, que tinha uma elevada taxa de desemprego. Pouco depois, fizemos um plano estratégico, com vários ‘padrinhos’, para criar microproyectos, de forma a ‘exportar’ o que ali se produzia. Inscreveram-se 21 ideias e o burel foi uma delas. Recuperámos as máquinas, algumas do século XIX, e a paixão de voltar a pô-las a trabalhar”,* introduz a fundadora da Burel Mountain Originals. Uma paixão partilha que é, mais do que tudo, um projeto de comunidade e de recuperação do património. A ideia, desde o início, foi a de revitalizar métodos de produção ancestrais e devolvê-los às famílias que deles dependiam e cujos nomes ainda se encontram gravados em grandes lajes nas paredes na entrada da fábrica, onde chegaram a trabalhar cerca de 700 pessoas nos anos 1980. E que se revestiu de um certo carácter de urgência, para salvaguardar que quem conhecia as máquinas ainda estivesse vivo, capaz e pudesse ajudar. Impôs-se a transmissão daquele saber ancestral, com os antigos mestres a ensinar a sua arte. O resto é uma história que continua até hoje. *“Todos os nossos projetos de hotelaria*



ou de indústria são totalmente centrados na recuperação dos patrimónios arquitetónicos, culturais, industriais (máquinas e arquivos) e imateriais (conhecimento). As máquinas, que são peças únicas, muito antigas, que já não se fazem e que devem ser preservadas vivas e funcionais. O conhecimento ainda mais, porque é empírico, transmitido dos mais velhos para os mais novos e, como tal, não deve parar, deve ser passado entre as gerações, aperfeiçoado, moldado ao presente sem esquecer o passado que o teceu”, sublinha Isabel Costa.



Os teares mais antigos da Burel Factory são do século XX, mas a carda e fiação datam do século XIX. Isabel Costa não duvida de que todo esse patrimônio já não existiria, tal como existe hoje, a trabalhar, caso o projeto não tivesse arrancado naquela altura. *“Teria sido transformado em sucata, talvez sim! Mas o pior é pensar no que seria da população de Manteigas, que sempre viu nas fábricas uma forma vida, de aplicar e materializar o seu conhecimento tão antigo, bem como na perda do conhecimento”*, sustenta. Esse é, talvez, o elemento que melhor caracteriza todo este projeto. A par da criação de emprego, a Burel Factory faz também um grande esforço em termos de formação, colocando mestres a trabalhar lado a lado com aprendizes. *“Esse esforço é, provavelmente, o melhor que retiramos de todo o nosso trabalho. É ver que o conhecimento que recuperámos e mantivemos vivo se continua a disseminar e a ter abordagens distintas, dependendo da pessoa que o aplica. É um saber que não se ensina nas escolas, que tem de ser partilhado pelas gerações que o aprenderam com os antigos*

mestres dos teares. E é tão enriquecedor ver alguém mais novo a pôr em prática algo que lhe transmitiram. É uma das nossas principais missões, acrescento”.

Missão

Sendo certo que a Burel Factory não é a única na Serra da Estrela, e até em Manteigas, a produzir burel, diferencia-se pela sua missão: salvar patrimónios, respeitar as comunidades locais, as culturas e os produtos endógenos, como a lã. *“Dar e ser vida”*, caracteriza Isabel Costa.

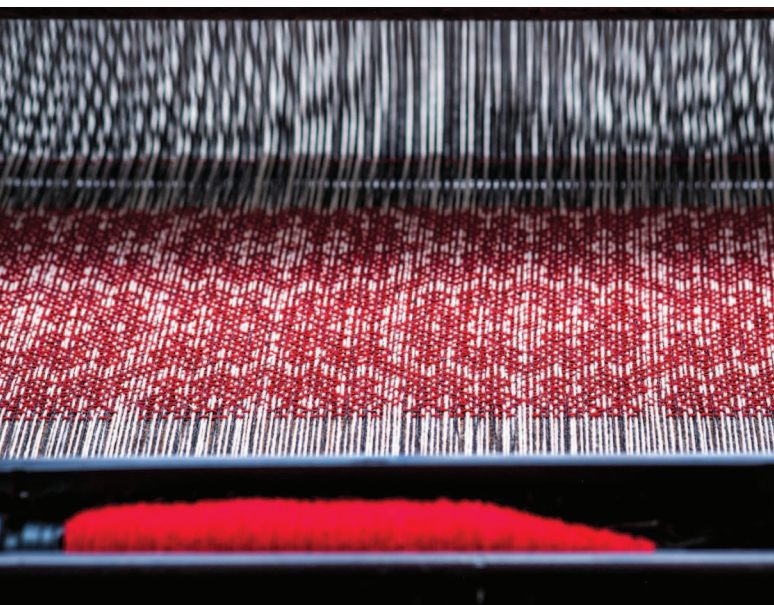
Desde o início que este projeto representa um enorme desafio, que obriga a uma total e enorme dedicação e que elevou, em quem o promove, um verdadeiro espírito de missão. No caso de Isabel Costa, implicou o desafio acrescido do que representa passar de um grande grupo para um projeto assumidamente de nicho. *“Quando me propus a recuperar todo o património do burel, sabia que tinha muito trabalho pela frente, porque não foi só recuperá-lo, foi inventar um negócio para o manter vivo. Tal como já referi, uma missão de vida. Dar vida! E agora um novo e difícil desafio, a recuperação de mais uma fábrica falida na Covilhã. Começamos há um mês e já parece que estou lá há anos. É muito intenso”*.

Estar no interior do país pode, no seu entender, trazer algumas dificuldades, nomeadamente, ao nível da capacidade de atrair as populações, principalmente, jovens formados e de, em contrapartida, combater a saída de gente qualificada. *“Essas condições passam por criar e manter um tecido empresarial e industrial atrativos, porque isso é condição essencial para tudo o resto. Daí advém emprego, dinheiro, bem-estar para a população e, com isso, as coisas vão aparecendo e as pessoas vão ficando. A maior das injustiças, neste caso, é a ‘igualdade’, é tratar todas as regiões por igual. Temos que conseguir discriminar positivamente o interior do país”*, defende.

Mas a paixão em fazer acontecer tem permitido ultrapassar todas as dificuldades. Isabel Costa confessa-se muito feliz com o alcançado e não esconde o orgulho na equipa, no reconhecimento dos clientes e no que tem vindo a ser desenvolvido em termos de valorização do burel.

Negócio

Na Burel Mountain Originals, trabalham cerca de 112 pessoas: 54 na Burel Mountain Hotels, 42 na Burel Factory e 16 n'A Transformadora. Juntam-se ainda colaboradores externos, entre designers e arquitetos, com os quais se estabeleceu parcerias ativas para o desenvolvimento de propostas em conjunto.





O produto mais vendido é, precisamente, o que dá nome à marca, o burel. Depois, são as mantas de lã, juntamente com várias peças de decoração feitas em burel, assim como moda e acessórios. Nos últimos anos, tem havido uma forte aposta na arquitetura de interiores, com propostas de revestimentos, painéis, tetos e peças de arte. “É uma área em que decidimos reforçar o investimento, quando nos apercebemos que o burel é um tecido

SENDO CERTO QUE A BUREL FACTORY NÃO É A ÚNICA NA SERRA DA ESTRELA, E ATÉ EM MANTEIGAS, A PRODUZIR BUREL, DIFERENCIA-SE PELA SUA MISSÃO: SALVAR PATRIMÓNIOS, RESPEITAR AS COMUNIDADES LOCAIS, AS CULTURAS E OS PRODUTOS ENDÓGENOS, COMO A LÃ. “DAR E SER VIDA”, CARACTERIZA ISABEL COSTA

perfeito para isso, porque, ao impacto visual, pela cor e pelas formas tridimensionais que o tecido possibilita, juntam-se características bastante valorizadas no campo da arquitetura de interiores: isolamento acústico e térmico. É esta a área em que investimos mais, ultimamente, porque há aqui ainda um mundo de possibilidades a explorar e isso é um desafio muito enriquecedor”, avança.

O burel começou a ser usado na decoração do hotel nas Penhas Douradas e nas lojas próprias, mas eis que, em 2011, chegou o pedido da Microsoft para um projeto para a sua sede portuguesa, em Lisboa. Este foi um dos principais catalisadores para, na altura, se alargar a escala de produção, para além de ter aberto o caminho para a arquitetura de interiores que hoje a Burel continua a percorrer. “Já colaborámos com projetos de design de interiores e revestimentos para a sede da OLX, Deloitte, Federação Portuguesa de Futebol, Nokia, BPI, Novo Banco, Google, Tabaqueira, vários escritórios de advogados e vários restaurantes, entre outros. O nosso novo hotel, Casa de São Lourenço, é um verdadeiro ‘show-live’ nesta área, tal como o showroom na Rua do Ferragial, em Lisboa”.

Os produtos são comercializados através das lojas físicas que a Burel possui em Lisboa, no Porto e em Manteigas, no site www.burelfactory.com, nos hotéis do grupo e em alguns parceiros nacionais e internacionais. A procura é maioritariamente nacional, apesar do mercado internacional ter um bom peso e continuar a dar sinais de crescimento. Os mercados mais importantes são os países nórdicos, a Alemanha, a Suíça e a França. “Depois, vêm dois dos nossos principais mercados, os Estados Unidos e o Japão, que nos procuram pela autenticidade, qualidade e originalidade das nossas peças, razão pela qual também mantemos a presença em feiras da especialidade sempre que nos é possível”.

Tendo em conta a natureza do projeto, a internacionalização era incontornável, não só por uma questão de estratégia financeira, mas também para se conseguir atingir um dos objetivos presentes desde o início do projeto: promover a cultura do burel, tão portuguesa e original, mostrando ao mundo o que Portugal tem de melhor. “Os segmentos de nicho não conseguem sobreviver se apenas estiverem presentes em Portugal”, acredita Isabel Costa.

A vantagem competitiva da Burel nunca poderá ser a escala. Distingue-se, sim, pela autenticida-





TENDO EM CONTA A NATUREZA DO PROJETO, A INTERNACIONALIZAÇÃO ERA INCONTORNÁVEL, NÃO SÓ POR UMA QUESTÃO DE ESTRATÉGIA FINANCEIRA, MAS TAMBÉM PARA SE CONSEGUIR ATINGIR UM DOS OBJETIVOS PRESENTES DESDE O INÍCIO DO PROJETO: PROMOVER A CULTURA DO BUREL, TÃO PORTUGUESA E ORIGINAL, MOSTRANDO AO MUNDO O QUE PORTUGAL TEM DE MELHOR. “OS SEGMENTOS DE NICHO NÃO CONSEGUEM SOBREVIVER SE APENAS ESTIVEREM PRESENTES EM PORTUGAL”, ACREDITA

de e qualidade do produto, pela sua versatilidade, pela inovação e valorização do tecido e da lã Bordaleira e pela sua história. *“É um produto que tem um contexto histórico e cultural muito grande, mas que, ao mesmo tempo, se adequa, se continua a reinventar, a surpreender e acrescentar novas e sustentáveis soluções ao mercado atual”.*

Futuro

As marcas Burel Factory e Burel Mountain Originals têm tido uma projeção e crescimento muito acima das expectativas, no entanto, a empresária não esconde a ambição e o querer ir ainda mais além: *“mais inovação, reforçar o posicionamento, estar sempre em construção, em processo de desenvolvimento e de aperfeiçoamento”.*

Se é certo que 2020 e todas as dificuldades a si associadas tiveram algum impacto na evolução do negócio, principalmente, porque parte do ano foi passado com as lojas fechadas, tal foi contrabalançado pelo reforço da aposta no digital, para tornar a marca mais global e acessível.

Um trabalho com continuidade neste ano de 2021, em que a Burel perspectiva regressar, e quem sabe superar, os números de 2019. *“Quando começou a pandemia, previmos três anos de retrocesso. Se só for um, o de 2020, será um grande feito”, conclui.*

Este conteúdo
foi produzido em
parceria com:

