

Ética e responsável

Fundada há um ano pela joalheira Julia Blini e pela stylist Luna Nigro, a marca de joias paulistana **Gaem** utiliza exclusivamente diamantes cultivados em laboratório *por Vivian Sotocórno*
fotos Lucas Sant'ana styling Sam Tavares



28

KODAK PORTRA 400

17

KODAK PORTRA 400

Daqui a algumas décadas, talvez seja difícil lembrar que houve um tempo no qual a única maneira de conseguir um diamante era extraíndo-o da natureza. Aperfeiçoados ao longo dos últimos anos e possuindo a exata mesmíssima composição das gemas mineradas, os diamantes cultivados em laboratório (também conhecidos como *lab-grown diamonds*, ou LGD) já representam 7% das vendas de joias nos Estados Unidos, de acordo com pesquisas da Edahn Golan Diamond Research.

Essa porcentagem é mais do que o dobro de dois anos atrás e promete seguir aumentando em progressão geométrica, graças a aderência de pesos-pesados da indústria, como o grupo LVMH e a De Beers. É que, enquanto as pedras de origem natural muitas vezes são extraídas em zonas de conflito e costumam gerar contaminação do solo, os LGDs despontam como uma resposta sustentável e tecnológica para uma clientela preocupada com a pegada ambiental e social dos diamantes minerados. No Brasil, a pioneira neste universo é

a Gaem (fala-se “gá-êm”), marca paulistana fundada há um ano pela joalheira Julia Blini e pela stylist Luna Nigro, que utiliza exclusivamente diamantes cultivados em laboratório e acaba de ser certificada pelo Sistema B, única marca brasileira de joias chancelada com o selo (por ainda possuir um ano, trata-se do selo “Pendente”, que mostra que, apesar de a empresa ser recente, tem interesse nas boas práticas e está caminhando para um dia conseguir a certificação efetiva).

Amigas há quase duas décadas, Julia e Luna se conheceram enquanto estudavam moda no Studio Berçot, em Paris, em 2005. Luna seguiu carreira como stylist e despertou pela primeira vez para a importância da sustentabilidade ao ter aulas sobre o tema na Central Saint Martins. Já Julia ingressou na indústria da moda trabalhando com design de sapatos na Jimmy Choo (em Londres) e na Alexandre Birman. Após cursar gemologia no conceituado Gemology Institute of America (GIA), desde 2014 comandava uma marca de joias batizada com seu nome, cujas atividades foram encerradas

Beleza: Julia Bachesque com produtos Chanel e Nars



Acima, pulseira (R\$ 3.890) e brincos (R\$ 3.980), tudo de ouro certificado ou de reúso e lab-grown diamonds, da Gaem. Na pág. ao lado, a partir da esq., as sócias Julia Blini e Luna Nigro com joias Gaem. Looks Chloé

KODAK PORTRA 400

para dar início à Gaem. “Com os anos, passou a me incomodar profundamente não saber a procedência exata do meu ouro, da pedra. Como eu poderia conversar sobre valores em casa com minhas filhas sem saber se a matéria-prima devastava a Amazônia, enchendo um rio de mercúrio”, diz Julia.

No fim de 2019, a dupla resolveu se unir e ressignificar suas carreiras. “Estávamos inquietas, queríamos recalculiar a rota e encontrar um caminho que trouxesse um impacto positivo para o planeta”, diz Luna. A primeira ideia foi criar uma espécie de Goop da beleza, mas, após muita troca, pesquisas e estudo, chegaram ao formato dos *lab-grown diamonds*. “Com eles, há a certeza de que há não trabalho infantil ou escravo, contrabando ou outras práticas ilícitas envolvidas; nem que milhões de toneladas de terra serão removidas e fontes de abastecimento de água contaminadas, implicando na destruição dos habitats selvagens que estão em torno das minas de diamantes. Queremos minimizar o impacto ambiental e humanitário causado pela extração de diamantes no Brasil e no mundo.”

Diamantes naturais e de laboratório compartilham a mesma composição química e estrutura física e são opticamente idênticos. Enquanto os naturais se formam abaixo da superfície da Terra ao longo de milhões de anos, os LGDs “crescem” em laboratório em poucas semanas. Ao replicar o processo natural da terra dentro de um laboratório, é possível criar diamantes idênticos aos extraídos do solo. “Costumo comparar o *lab-grown* ao gelo formado dentro do freezer: é gelo assim como o da água que congela na natureza, só muda a sua origem”, explica Julia. Tudo começa com átomos de carbono, que, dentro de uma câmara vedada, é submetida a pressão e calor extremamente altos, semelhantes aos que os diamantes naturais experimentam na terra. Uma outra maneira de realizar o processo é por meio de uma câmara de gás, usando temperaturas moderadas (700°C a 1.300°C) e pressões mais baixas. Cerca de sete semanas depois, um diamante bruto está formado. Ele é então lapidado e polido exatamente da mesma maneira que um diamante extraído em uma mina. Os métodos vêm sendo desenvolvidos e aperfeiçoados desde os anos 50, e foi só em meados dos anos 2010 que os LGDs começaram a chegar em quantidades comerciais ao mercado.

Outra vantagem dos *lab-grown* é seu preço, em média 30% mais acessível que uma pedra minerada da mesma qualidade, diferença que ainda cresce quanto maior for a gema, visto que diamantes grandes e perfeitos são mais raros de serem encontrados na natureza. Da mesma maneira que os diamantes naturais são classificados de acordo com os chamados “4 Cs” - *carat* (o peso em quilates), *color* (sua cor), *clarity* (grau de pureza) e *cut* (lapidação) -, as pedras de laboratório podem ser desenvolvidas com diferentes níveis de cor e pureza. Ou seja, há diamantes de diferentes qualidades na natureza, e também de laboratório. “Além de correto, tem o preço mais competitivo. É o futuro”, acredita Luna.

Com um processo criativo que acontece a quatro mãos, Julia e Luna começaram apostando em joias mais minimalistas para o dia a dia, compostas de ouro amarelo (certificado ou de reúso) e diamantes. “Buscamos trabalhar o brilhante de uma maneira que não seja muito tradicional, mais *edgy*. São joias jovens, leves, despojadas, para serem usadas 24 horas, em diferentes composições, misturadas ao que você já tem”, contam. Agora, já sentiram que há abertura para itens mais importantes (como um colar riviara que soma quase cinco quilates e custa R\$ 65 mil) e vêm sendo procuradas para desenhar joias sob medida, incluindo anéis de noivado. “Um diamante geralmente representa um momento especial, então é bacana saber que esse momento também é lindo por trás. Sempre haverá mercado para o diamante minerado, mas estamos oferecendo uma alternativa inteligente para quem se preocupa, e quer mais da marca do que apenas o produto. Uma compra que você saiba exatamente o que está adquirindo”, diz Luna. As peças estão à venda no e-commerce (gaem.com.br) e pelo perfil no Instagram (@shop.gaem) ou com hora marcada no escritório da Gaem no Itaim, em São Paulo. A maior parte da clientela da marca tem menos de 45 anos (“temos clientes mais velhos também, mas esses geralmente vêm pelo design”), seguindo o comportamento que se manifesta em diferentes setores da moda, com millenials e gen Z preocupados com transparência, procedência e propósito. (Continua na página 200)