



AMAGNOLIA - SIMPLE CREATIVITY: ECONOMIA CRIATIVA E ACESSÓRIOS DE MODA BORDADOS A MÃO

*AMAGNOLIA - Simple Creativity: Creative Economy and Fashion Accessories
Embroidered by Hand*

Brandelero, Magda; Mestranda; UDESC, maggbrand@gmail.com¹
Schulte, Neide Köhler, Dr^a.; UDESC, neideschulte@gmail.com²
Rosa, Lucas da, Dr.; UDESC, lucasdrosa@yahoo.com.br³

Resumo: A Economia Criativa ganhou força nos últimos anos no Brasil com produtos mais exclusivos ou feitos em pequenas quantidades, dentro de um modelo economia criativa, compartilhada e colaborativa. O presente trabalho apresenta o desenvolvimento de acessórios de moda da marca AMagnolia com peças inovadoras ressignificando a arte do bordado manual em peças artesanais contemporâneas.

Palavras chave: Acessórios de Moda; Bordado Manual; Economia Criativa.

Abstract: The concept and practice of creative economy has gained momentum in Brazil with exclusive and customised products, within an shared and collaborative economic environment. This paper presents the creation and development of fashion accessories from a brand called AMagnolia, which came up with innovative pieces that completely reshapes the craft of manual embroidery in a contemporary handcraft.

Keywords: Fashion Accessories; Embroidery Manual; Creative Economy.

¹ Professora em Cursos de Extensão. Graduada no Bacharelado em Moda e Mestranda do PPGModa, ambos na UDESC.

² Professora do Bacharelado em Moda e do PPGModa, ambos da UDESC. Doutora pelo Programa de Pós-Graduação de Design, PUC-Rio.

³ Professor do Bacharelado em Moda e do PPGModa, ambos da UDESC. Doutor pelo Programa de Pós-Graduação de Design, PUC-Rio.



1. Introdução

Criar, produzir, comunicar, interagir e comercializar de forma independente ou coletiva são algumas das facilidades geradas pelas novas tecnologias. Embora seja uma ferramenta de extremo valor para a comunicação dos dias atuais, a tecnologia deixou de influenciar diretamente na interface entre a criação de objetos e o contato com os consumidores.

O objetivo deste trabalho é analisar o processo de criação da marca AMagnolia - Simple Creativity, no contexto da bordadeira contemporânea a partir da Economia Criativa. Logo através do ressurgimento da bordadeira, esta arte ganha novos espaços ao se aliar as novas tendências do design, da cultura e da moda vinculados às redes sociais, bem como a um outro modelo de economia.

Pretende-se revisitar e trazer um novo olhar para a profissão da bordadeira para os dias atuais, identificar as novas tendências do bordado manual com jovens bordadeiras a partir do ecodesign verificar o perfil do consumidor no âmbito virtual e em eventos colaborativos e compartilhados, além de observar a interação criador versus consumidor interpretando sinais e tendências nos espaços e eventos que movimentam esse mercado.

Justifica-se este trabalho, uma vez que o "bordado manual" vem ganhando visibilidade nos últimos anos no âmbito, principalmente, das redes sociais e da Economia Criativa. Devido a este movimento crescente, o objetivo é abordar o ressignificado da profissão da bordadeira, ainda de caráter estritamente feminino e desvalorizado nas últimas décadas, mas que aos poucos vem conquistando espaço na decoração de interiores, em roupas e lingerie, além do bordado manual dentro do ecodesign, foco principal do presente estudo. Assim, lança-se um olhar para a marca AMagnolia como forma de empreendimento voltada para inovação entre as novas tecnologias e

2





as artes manuais. A marca foi desenvolvida pensando em como valorizar o bordado manual, a partir de um produto que viabilizasse o tempo e a produção do mesmo. Por isso optou-se por criar pingentes em forma de mini bastidores, que são bordados individualmente. O desenvolvimento da AMagnolia através dos protótipos, produtos e comunicação visual da marca foi viabilizado durante o curso de pós graduação em Especialização em Gestão e Criação em Moda pela Católica de Santa Catarina em Jaraguá do Sul.

Por ser a temática pouco abordado no contexto acadêmico, propõe-se o presente trabalho uma pesquisa direcionada, no que tange a re-visitar a profissão da bordadeira contemporânea no âmbito do desenvolvimento e da produção em pequena escala de acessórios bordados a mão. Por isso na pesquisa exploratória “[...] o objetivo é examinar um tema ou problema de pesquisa pouco estudado, do qual se em muitas dúvidas ou não foi abordado antes [...] ou estudá-lo sob uma nova perspectiva” (SAMPIERI, 2006, p. 99). Neste cenário o estudo de caso referente a marca AMagnolia contribui para novos olhares e perspectivas da temática em questão.

Para tanto como metodologia de pesquisa baseou-se, primeiramente, numa abordagem histórica do bordado e sua técnica, para em seguida contextualizar a bordadeira contemporânea focalizando o ecodesign. Procurou-se enfatizar a pesquisa e desenvolvimento da marca AMagnolia, os materiais utilizados na confecção dos produtos, assim como os processo criativo dos bordados manuais inseridos nos dois primeiros anos de existência da mesma. Por fim a partir do objeto de estudo, buscou-se identificar e interpretar como a partir da Economia Criativa foi divulgado e comercializado os produtos - acessórios bordados - via internet e espaços colaborativo e/ou compartilhados.

2. Fundamentação Teórica



Na busca por resolver questões sobre a técnica do bordado, transmissão e recepção o trabalho traz novas perspectivas e caminhos para pensar a ressignificação da profissão da bordadeira, de suas peças e criações, bem como dos espaços de atuação. Portanto, incita-se uma nova reflexão sobre as bordadeiras que criam através do seu bordado uma nova frente de trabalho impulsionado pela Economia Criativa.

2.1 Revisitando o Ofício de Bordadeira

O bordado surge como forma decorativa e estética, a qual adiciona-se um elemento decorativo a um tecido ou peça de roupa. O material "necessário para suporte é um tecido ou pele de animal, instrumentos pontiagudos, que poderiam ser, espinho, fragmento de ossos ou agulhas, além de fios de origem animal e/ou vegetal" (RIECHEL, 2014, p.27). A temática dos bordados buscava expressar o pensamento, crença, cultura de um determinado povo ou país.

Já no século VII, a prática de bordar torna-se comum na Europa, principalmente nos mosteiros “[...] nesses locais, as mulheres bordavam ornamentos para as igrejas, contribuindo para uma verdadeira indústria de bordados finos e de luxo, pois eram produzidos com fios de ouro e prata” (S. THIAGO; GERN, 2010, p. 4). Durante o século XIX, os trabalhos artísticos das mulheres passam a ser desvalorizados, intelectualmente inferiores, sendo trabalhos menos significativos do que aqueles feitos por homens "geniais", como as grandes telas, monumentos e/ou as esculturas históricas (GARB, 1989). A tapeçaria e o bordado, artes centrais no período da Idade Média, passam a ser poucos representativos, primeiramente, por se tratar de um trabalho exclusivamente feminino e por ser um trabalho manual, tido como desclassificado.

Em 1868 foi criado por uma associação de artesãos o Sindicato da Alta Costura, o qual estabeleceu um conjunto de regras e parâmetros que



determinavam quais as grifes poderiam usar o termo "alta costura" como sinônimo de artesanato de luxo, do feito a mão com técnicas que buscavam a perfeição desde o avesso até os acabamentos finais.

Posteriormente a Segunda Guerra Mundial, em direção contrária a alta-costura, surge as coleções de *prêt-à-porter*, ou seja, roupas "prontas para vestir" que após serem apresentadas em desfiles elas são reproduzidas em maior escala. Esta foi a grande revolução da moda a partir dos anos de 1950, uma vez que as roupas prontas podem ser adquiridas em lojas, sem a necessidade de se costurar e fazer roupas em casa, os bordados confeccionados pelo *prêt-à-porter* passam a ser produzidos em grandes escalas por máquinas industriais.

Recentemente o bordado vem sendo utilizando em outras superfícies, materiais e elementos para sua aplicação. Expressando sentimentos, desejos, sonhos, impondo sua opinião através da ilustração artística, seja ela política, moral ou ética, ressignificando não apenas a profissão da bordadeira, mas a aplicação do bordado em si. Neste caso, devido a escassez do assunto abordado pelas áreas acadêmicas do design, das artes e da moda é que o presente trabalho se propõe a coletar dados sobre estas jovens bordadeiras que criam, bordam, divulgam e empreendem através do bordado, principalmente os mini bordados aplicados na criação do *ecodesign*, como a marca AMagnolia que recria as superfícies do bordado em acessórios bordados manualmente.

2.2 Design de Joalheria e o *Ecodesign*

Homens e mulheres em diferentes espaços e tempo buscaram elementos capazes de os diferenciar, associar, pertencer ou assemelhar-se a um grupo ou cultura. Historicamente, os acessórios, adornos e jóias foram utilizados como objeto simbólico no intuito de representar um discurso entre as relações estabelecidas do criador, possuidor e o usuário. O ornamento, além



do valor estético do embelezamento, também possui a função de sinalizar e direcionar o olhar do observador para uma mensagem simbólica.

Na verdade, o estilo de vida direciona o indivíduo e este não é identificado somente nos locais e espaços em que circula, mas está vinculado a sua maneira de vestir, comer, o que pratica, bem como se comportar nesses diversos contextos, passando a uma estetização do dia a dia contemporâneo. Por isso, as mercadorias indicam seus acessos ao estilo de vida desejado. Neste contexto, aliados às questões da sustentabilidade nas últimas décadas surgiu a preocupação em relação aos materiais e processos utilizados na confecção de roupas e acessórios de moda, nesta corrente materiais alternativos passaram a ser inseridos, testados e explorados no *ecodesign* "polímeros naturais e sintéticos, como fibras, borrachas, sementes, madeiras, conchas e pérolas cultivadas, metais, como o cobre, alumínio e titânio, têm sido usados na joalheria como alternativas, mais ou menos sustentáveis, aos materiais tradicionais (STRALIOTTO, 2017, p. 5)

Partindo da teoria das trocas simbólicas de Pierre Bourdieu, podemos compreender que os acessórios são uma forma de reprodução simbólica, na qual por meio das suas linguagens e representações se constrói uma realidade própria (BOURDIEU, 2001, p. 13). Notadamente, os acessórios de moda destacam-se nas produções, editoriais e campanhas, com objeto de falar ou até mesmo completar o conceito a ser transmitido por determinada marca. Neste sentido é que as combinações entre o artesanato tradicional, mais especificamente o bordado livre, combinado com habilidades modernas no design de joias, na inspiração criativa e na inovação material no campo de joalheria contemporânea, possibilita aos criadores trazer novos impulsos mais criativos e surpreender ainda mais os consumidores que buscam acessórios inusitados através das formas e dos materiais.



2.3 Economia Criativa: bordado contemporâneo

A economia criativa impulsiona o uso dos saberes e fazeres tradicionais, desta perspectiva é possível acompanhar a crescente atuação de profissionais das áreas de design, moda, artes, arquitetura gerando novos produtos e fomentando um novo mercado. Através deste olhar, busca-se revisitar a profissão da bordadeira, que até então era focada ao uso dos saberes e fazeres tradicionais na reprodução dos bordados e refletir como esta profissão ganhou novos sentidos entre mulheres jovens, como por exemplo a marca AMagnolia, a qual cria e desenvolve produtos aliados ao conceito do *ecodesign* que será apresentada no item 3.0.

As bordadeiras contemporâneas surgem com a proposta de ressignificar não apenas a profissão da bordadeira, mas a aplicação do bordado em si, as superfícies mudaram o objeto simbólico representado também. Embora o conteúdo esteja nas redes sociais, em mercados colaborativos, em exposições de trabalhos autorais o assunto ainda é pouco abordado pelas áreas acadêmicas do design, das artes e da moda. Para tanto, o presente trabalho se propõe a analisar a marca AMagnolia, a qual uma jovem bordadeira cria, borda, divulga e empreende através do bordado, principalmente os mini bordados aplicados na criação de acessórios de moda.

As rupturas com os padrões de comportamento, de trabalho, de consumo, de produção possibilitaram novas formas de comércio, de mão de obra, de serviços e empreendimentos. Segundo dados do Ministério da Indústria Criativa no Brasil, o crescimento deste mercado de 2008 a 2013, obteve um crescimento de 6,13%, sendo superior ao crescimento médio anual do PIB brasileiro que foi de 4,3%⁴. Diante desse cenário, é aceitável e

⁴ Dados coletados do Plano da Secretaria da Economia Criativa—Políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014. **Brasília: Ministério da Cultura**, 2011. Disponível em: <file:///D:/2017/P/C3%B3s/Historia%20Moda/secretaria%20economia%20criativa.pdf>. Acessado em: 18/10/2017.



relevante pensar como esta bordadeira contemporânea pode ser absorvida nessa nova economia.

Neste espaço de possibilidades, criatividade e sutilezas a ressignificação da profissão da bordadeira acaba por mudar o foco do produto, mas não da técnica, a qual permanece a mesma. O que se diferencia nos objetos são as novas superfícies, os desenhos, as formas e aplicação do bordado com um olhar voltado para o design e para a inovação com alto valor agregado.

3. AMAGNOLIA: acessórios bordados a mão

A marca AMagnolia nasceu do encanto pelo ato de bordar que é uma construção da memória coletiva como uma atividade essencialmente feminina, em que as anciãs eram as transmissoras desse conhecimento, o qual era aprendido ainda criança. Segundo Riechel (2014) bordar é um movimento presente em suas vidas desde a infância, integrado ao conjunto de saberes recebidos e transmitidos pelas mulheres da família, uma herança que contribui para a manutenção dos vínculos familiares, além de fomentar um status social.

Durante a graduação em Design de Moda pela UDESC, em 2013, a técnica do bordado ressuscitou depois de algum tempo adormecida na vida da acadêmica Magda Brandelero. Deixando a contemplação de lado e percebendo como essa arte poderia fazer parte do trabalho de conclusão de curso, ela passou a enxergar o bordado de outra forma, fornecendo novos significados. Neste contexto, como bolsista do Programa de Extensão Ecomoda, coordenado pela professora Dra. Neide Schulte, foi convidada para dar aulas de bordado manual no Presídio de Florianópolis/SC. Permaneceu nos projetos com reeducandas durante três anos dando aulas de bordado manual e outras técnicas voltadas a arte e educação em Florianópolis e no último ano em Tijucas/SC. Magda percebeu que a prática do bordado era como se fosse uma terapia para as reeducandas no sistema prisional.



Em meados de 2016, formada em Design de Moda e cursando especialização em Gestão e Criação de Moda pela Católica de Santa Catarina um sonho começou a nascer. A marca surgiu do trabalho de criação, produção e desenvolvimento da AMagnolia - *Simple Creativity*, que produz acessórios bordados à mão inspirados nas ilustrações botânicas e nas formas da natureza. Os acessórios são pingentes e broches em formas de mini-bastidores bordados manualmente, os quais são criados em peças únicas e diferenciadas. O conceito da marca inspira-se no movimento *Slow Fashion*, destacando-se pela forma artesanal em que são criados e montados cada um dos acessórios. Assim a beleza dos pontos minúsculos passou de contemplação para uma busca por autoconhecimento.

A pesquisa iniciou sobre os possíveis materiais utilizados para o corte a laser, mas pela limitação dos materiais encontrados optou-se pelo MDF de eucalipto. Enquanto os primeiros protótipos eram cortados, começou-se paralelamente a confeccionar os primeiros bordados e a desenvolver a comunicação da marca. Assim os primeiros pingentes foram bordados sobre tecido de cambraia (100% COS), com linhas de bordado em meadas (100% COS), aplicados aos mini bastidores de MDF cortados a laser e selados com uma camada de verniz semi fosco. O acabamento do verso da peça foi feita por uma lâmina de cortiça, também cortada a laser e que leva a logo da marca.

Para a finalização da peça foi inserido um colar de metal em ouro envelhecido. Atualmente, são criados diversos modelos de bastidores, inclusive modelos que apresentam mais de um bordado na peça, o que diferencia o produto no mercado e agregando inovação. As peças antes cortadas em MDF, agora são feitas em uma placa de madeira em compensado laminado, feita como reaproveitamento em uma fábrica de móveis. Os tecidos em sua grande maioria são de reaproveitamento de tecidos utilizados na confecção de



camisaria comprados em lojas que revendem estes materiais descartados pela indústria. O resultado é apresentado na Figura 1.

Figura 1 - Modelos dos colares bordados em mini bastidores.



Fonte: Autor.

As inspirações para os bordados vêm da contemplação das texturas, cores e formas da natureza, das ilustrações botânicas e pela paixão de caminhar e observar a natureza, por isso os bordados são na sua grande maioria flores, árvores, insetos e cogumelos. Definida a temática, em seguida é feita a cartela de cores que compõe as linhas e os tecidos a serem bordados, depois em um bastidor grande são feitos os bordados. Após os bordados prontos é feita a escolha dos bastidores e seus respectivos bordados. Os bordados manuais são elaborados por temáticas mensais e destacam-se como um diferencial. Além dos bordados já tradicionais que ganharam espaços, como peças atemporais, sendo aqueles que são os mais vendidos e procurados.

4. Resultados

Durante quase dois anos da marca pode-se afirmar que a expansão e posicionamento se deu gradativamente a partir das feiras e eventos em que a marca participou, além do retorno dos consumidores e das vendas diretas.

10



4.1 Reconhecimento do Produto

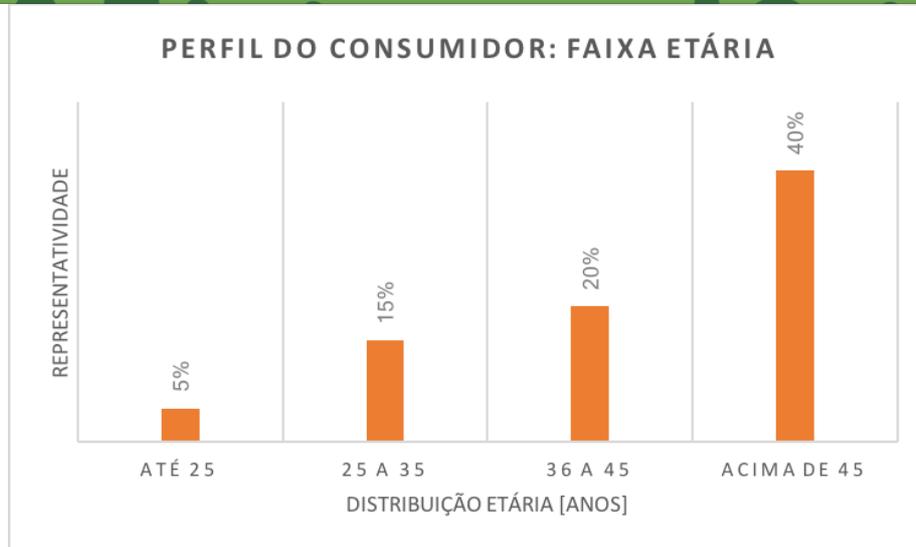
Acredita-se que a participação em nos eventos foi importante, pois uma rede de contatos foi sendo construída. As feiras, mais do que espaços de venda, abrem portas para compartilhamentos de ideias, informações, histórias e experiências que colaboram para o fortalecimento das marcas de artistas, criadores, designer, artesãos e criativos. Além destes espaços de *marketplace* é importante lembrar que esta rede permanece e se amplia a partir do contato e comunicação realizados pelas redes sociais e plataformas online. Foi assim que AMagnolia se posicionou no mercado, principalmente através do *Instagram* e *Facebook*. As novidades, as coleções e a participação das feiras são realizadas via internet. O que de fato é significativo, uma vez que não é gerado impressões para divulgação.

4.2 O Consumidor

Quando a marca estava sendo pensada e criada, imaginava-se um perfil de consumidoras jovens, mas bastou sair e expor os produtos para perceber que havia um engano. A relação de identificação, lembranças e até mesmo nostalgia se deu entre as mulheres acima de quarenta anos, como mostra a Figura 2. Pois são elas que carregam as memórias mais vívidas dos bordados manuais feitos pelas mães, tias, avós, vizinhas e amigas. Além do consumo próprio estas mulheres também consomem no intuito de presentear outras mulheres ou até mesmo netas, sobrinhas e meninas, como forma de imprimir as lembranças e compartilhar o conhecimento por esta técnica/arte já pouco conhecida entre o público jovem.

Figura 3 - Perfil do Consumidor: Faixa etária.





Fonte: Autor, 2018.

Entre um público mais jovem as mulheres identificam-se de formas distintas, mais relacionados ao tempo e a paciência contida em cada detalhe do bordado, poucas vezes é pela memória, mas às vezes pela tomada de consciência que sua geração perdeu tal conhecimento. É importante e cabe aqui salientar a admiração do público masculino que ao olhar as peças ficam admirados pelo tamanho da ilustração ou desenho bordado, como os pontos são mini e cabem em uma peça tão pequena?

Em resumo, o perfil consumidor é basicamente formado por mulheres acima de 36 anos, que compõe 60% do total, porém com uma parcela representativa por mulheres mais jovens e também homens, admiradores de design e familiarizados com ambientes de economia criativa, onde o produto está sendo comercializado.

5. Considerações Finais

O presente artigo buscou apresentar a possibilidade de ressignificação do bordado manual através de um estudo de caso inserido no mercado da



economia criativa. Uma revisão bibliográfica mostra a retrospectiva histórica do bordado, bem como suas tendências atuais. O trabalho então conecta a técnica do bordado com o ecodesign, sendo capaz de propor um produto original e único, que impulsiona a criação da marca AMagnolia, objeto de estudo deste artigo.

A história da marca apresenta a trajetória de planejamento da ideia de negócio, bem como da construção das características do produto. A inovação do bordado inserido em uma ecojoia trouxe desafios de produção.

Dados do primeiro ano de atuação da marca no mercado brasileiro foram coletados, com objetivo de expressar quantitativamente a resposta do público ao produto e o faturamento de vendas da marca. Os principais resultados do trabalho são expostos abaixo:

- O produto desenvolvido pela marca AMagnolia mostrou a possibilidade de integrar a técnica do bordado manual e ecodesign em um produto inovador, sendo o mesmo aceito no ambiente da atual economia criativa;
- O público alvo da marca mostrou-se heterogêneo, porém com um padrão identificável, sendo basicamente mulheres acima de 45 anos que possuem uma conexão afetiva e nostálgica com o trabalho;

O trabalho conclui que é possível ressignificar uma técnica a partir do empreendedorismo aliado a um design inovador. O estudo apresentado aponta quantitativamente o sucesso de uma marca que foi capaz de ressignificar a arte do bordado manual e, ao mesmo tempo, tornar-se um modelo de negócio de sucesso.

Referências

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo, Perspectiva, 2007.

BRASIL. Ministério da Cultura. **Plano da Secretaria da Economia Criativa– Políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014**. Brasília, 2011. Disponível em:

13





file:///D:/2017/P%C3%B3s/Historia%20Moda/secretaria%20economia%20criativ a.pdf. Acessado em: 18/10/2017.

DA FONSECA, Denise Pin Rosalem. **Diaristas e bordadeiras:** Formas de apropriação do trabalho feminino na contemporaneidade. 2014. Tese de Doutorado. PUC-Rio.

DEHEINZELIN, Lala. **Coaching para o Futuro e as Novas Economias:** Viver e produzir na maior Transição da humanidade. Revista Coaching Brasil, edição 46, março de 2017.

GARB, Tamar. “**L’Art féminin: the formation of a critical category in late nine teenth century france**”, Art History (12), London, nº1, março 1989, vol.12.

RIEHEL, Daiana. **Memórias de agulhas:** manifestação artesanal das bordadeiras de Jaraguá do Sul, Santa Catarina. Dissertação de Mestrado em Patrimônio Cultural e Sociedade da Universidade da Região de Joinville (Univille), Joinville, 2014.

SAMPIERI, Roberto Hernández; COLLADO, Carlos Fernández; LUCIO, Pilar Baptista. **Metodologia de Pesquisa.** São Paulo: McGraw-Hill Interamericana do Brasil Ltda, 2006.

STRALIOTTO, Luiz M. **Ecodesign aplicado ao design de jóias.** 13º Colóquio de Moda, anais 2017.

S. THIAGO, Raquel; GERN, Ana. **O bordado em Joinville.** In Projeto Entrelaçando Histórias: Joinville, 2010.

