

26/11/2017

Através das redes sociais, a fusão de metais, uma das artes mais antigas da humanidade, ganhou roupagens diferentes que permitiram o desenvolvimento de novos negócios. A joalheria artesanal entrou para o rol de segmentos da indústria criativa do Recife e, aliando design e durabilidade, conquista empreendedores e consumidores de todo o Brasil. A razão para isso não é difícil de compreender, já que os produtos oferecem uma qualidade superior a das bijuterias com um preço muito inferior ao das marcas consolidadas de joias. O resultado é que artesanato em prata e com conceito se tornou a única fonte de renda de alguns pequenos empresários.

Essa é a realidade atual de Manuela Barradas, 32 anos, à frente da Manu Barradas Joias. Formada em publicidade, ela vendia joias importadas prontas, até que começou a se interessar pelo design e há cerca de dois anos e meio decidiu fazer o curso de ourives. “Daí decidi montar meu ateliê em casa mesmo, comprar os equipamentos e comecei a promover pelo Instagram (a rede social de fotos)”, lembra. Sozinha, era ela quem produzia, cuidava da parte nanceira, dos atendimentos e da divulgação, mas o negócio cresceu tanto que a irmã, Fernanda, precisou ajudar. Hoje, a marca é a única fonte de renda de ambas, que mantêm uma produção média de 25 peças por semana, com crescimento de 15% ao ano na produção.

Diferente de Manu, para Sthefany Passos, 24, foi a necessidade como consumidora que levou à criação da Tout. “Querida um acessório mais simples e delicado e não encontrava nada assim, então pensei em criar algo”, explica. No início, a produção era terceirizada, mas diante das limitações para deixar as peças exatamente como imaginava e do custo, decidiu fazer um curso de joalheria artesanal. “Joguei no Google e achei onde fazer”, conta. E assim ela passou das redes sociais para a loja virtual. A produção se expandiu, chegando a 120 peças por semana, gerando a necessidade de que Sthefany contratasse dois funcionários para ajudá-la. Na semana passada, a Tout ganhou uma nova loja física, no RioMar Recife, além dos pontos de venda no bairro do Parnamirim (Zona Norte), em João Pessoa e Brasília.

DESIGN

Mais recente, a marca Maria Duarte Joalheria Contemporânea é fruto do trabalho de conclusão do curso de design na **UFPE** realizado pela dona, que batiza a loja. “Fiz um intercâmbio no

Canadá e lá estudei algumas disciplinas práticas de processos artesanais, inclusive de produção de joias”, detalha Maria. De volta ao Brasil, o catálogo da graduação naturalmente se transformou na sua carta de produtos e, mais uma vez, as redes sociais cumpriram o papel de fazer a conexão com o público. “Percebo que as clientes mais jovens, de 20 anos, compram pela internet e estão mais preocupadas com o conceito das peças. Já as mais velhas, a partir dos 40, são mais atraídas pela durabilidade de uma joia”, analisa Maria.

[Link da Matéria](#)