

**Análise da gestão do bordado manual nas empresas de moda de Araranguá-SC, a partir dos estudos sobre economia criativa.**

*Analysis of the management of manual embroidery in the fashion companies of Araranguá-SC, From studies on creative economics*

**Rafaela Bett Soratto, Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Tecnologias da Informação e Comunicação, UFSC**

rafaelasoratto@gmail.com

**Tamires Lucietti, Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Tecnologias da Informação e Comunicação, UFSC**

taah.aru@gmail.com

**Clarice Freitas, Mestranda Programa de Pós-Graduação em Tecnologias da Informação e Comunicação, UFSC**

clarice.freitas@sombrio.ifc.edu.br

**Andréa Cristina Trierweiler, Doutora em Engenharia de Produção, UFSC**

andreatri@gmail.com

**Solange Maria da Silva, Doutora em Engenharia de Produção, UFSC**

solange.silva@ufsc.br

**Resumo**

O artigo abordará a gestão do bordado manual, desenvolvido por grupos e/ou indivíduos que prestam serviços para as empresas de confecção de Araranguá-SC, sob o aspecto da economia criativa. Para tanto, foi realizado um estudo qualitativo e na coleta de dados, foram analisados os atores presentes na dinâmica por meio de, entrevistas com 4 bordadeiras representantes da cidade. Os resultados indicaram a forma de inserção do bordado na moda, analisando aspectos como: gestão e organização do trabalho; elementos que servem de inspiração na criação dos bordados; conhecimento sobre o tema economia criativa; práticas sustentáveis e aspectos quanto a realização do trabalho. Este artigo contribui para tecer um panorama exploratório quanto ao bordado manual inserido nas coleções de moda e relação à economia criativa, sustentabilidade, diversidade cultural e design de moda.

**Palavras-chave:** Economia Criativa; Design de Moda; Bordado Manual; Sustentabilidade.

**Abstract**

*The article addresses a management of the embroidery manual, developed by groups and / or providing services to the garment companies of Araranguá-SC, under the creative economy aspect. For that, a qualitative study was carried out and in the data collection, the results were analyzed in a dynamic through interviews with 4 embroiderers representative of the city. The results indicated a way of insertion of fashionable embroidery, analyzing how: work management and organization; Elements that inspire the creation of embroidery; Knowledge on the topic of creative economics; Sustainable practices and work. This article contributes to a panoramic overview of the manual inserted in the collections of fashion and relation to the creative economy, sustainability, cultural diversity and fashion design.*

**Keywords:** *Creative Economy; Fashion design; Embroidery Manual; Sustainability.*

## **1. Introdução**

O termo “Economia Criativa” se deu no Reino Unido, em 2001, e era usado para designar diversos movimentos mundiais que articulavam a economia com base na criatividade. Este fenômeno, porém, teve origem na Austrália, nos anos 90, tendo como fundamento o conhecimento, o talento individual, a cultura e a tecnologia para a criação de um modelo de desenvolvimento (MARINHO, 2012). Segundo Howkins (2002) em seu livro “*The Creative Economy*”, a economia criativa é a “atividade na qual a criatividade e o capital intelectual são a matéria-prima para a criação, produção e distribuição de bens e serviços”. A economia criativa também pode ser definida como uma forma de transformar a criatividade em resultado, produzindo riqueza e, mais do que isso, de pensar as relações com a comunidade em que está inserida. Neste contexto, a criatividade pode ser entendida como uma atitude motivada ou acionada por uma ideia nova, criadora, podendo ou não se transformar em inovação, de produto ou de processo (SCHUMPETER, 1982). Assim, a inovação e a criatividade, são as matérias-primas da economia criativa, consideradas as ferramentas mais importantes na busca vital do diferencial competitivo, em uma economia globalizada e dinâmica.

A economia criativa, como uma área da economia, vem alavancando progresso na efetivação da criatividade como uma área de conhecimento e mecanismo de promoção do desenvolvimento. Esta temática tem recebido atenção de pesquisadores, pois abrange áreas diversas como moda, artes, design, cinema, turismo, mídia, entre outras. Além disso, tem sido destaque nas discussões internacionais dos últimos anos, pois é considerada fundamental para o desenvolvimento através da lógica das chamadas “indústrias sem chaminés” (MIGUEZ, 2007). A exigência dos consumidores faz com que as empresas se obriguem a dar novas alternativas em produtos e serviços. Afinal, os insumos principais da economia criativa são a criatividade e o conhecimento, exigindo que as empresas busquem atender essas novas demandas (MACHADO, 2012). Contudo, vale destacar que: “A Economia Criativa, ao focar a criatividade, a imaginação e a inovação, não se restringe a produtos, serviços e tecnologias, englobando também processos, modelos de negócios e modelos de gestão, entre outros”.

Para Machado (2012) o Brasil, possui um grande potencial para agregar valor e competitividade nos produtos e processos, utilizando-se da economia criativa, mas a falta de informação e lideranças governamentais e empresariais ainda se fazem presentes.

Conscientizar a sociedade, realizar o mapeamento do setor e formular uma política pública que viabilize as empresas a se tornarem criativas bem como transformarem o setor são desafios. Porém, a economia criativa se apresenta como um grande recurso para o desenvolvimento do país.

### **3. O Sistema de moda nos preceitos da economia criativa**

A moda desempenha papel importante na vida das pessoas, diferentemente de “vestuário”, algo que cobre e protege o corpo (MATHARU, 2001, p. 6), a moda oferece ao consumidor mudanças contínuas de materiais, detalhes e estilo por meio de coleções lançadas, geralmente duas vezes ao ano: primavera/verão e outono/inverno. Dessa forma, a indústria da moda tornou-se um negócio global multimilionário e a entrada nesse mercado é onerosa. Segundo Matharu (2001), as grandes redes de varejo vêm se tornando cada vez mais competitivas, capazes de colocar as últimas tendências de moda em curto espaço de tempo no mercado, sistema que ficou conhecido como “*fast fashion*”.

No atual contexto econômico, em que o consumidor faz suas exigências e as empresas se engalfinham para atender suas necessidades, a economia criativa é um recurso para estímulo/fortalecimento da geração de emprego e renda. Para Machado (2012), a economia criativa não tem apenas esse viés de ganho em termos monetários, mas deve-se destacar sua importância para o desenvolvimento das dimensões sociais, simbólicas e ambientais, como fatores que proporcionam o desenvolvimento sustentável e humano. Os recursos básicos da economia criativa são inesgotáveis: “os países desenvolvidos já perceberam o enorme potencial deste setor e muitos fizeram da economia criativa uma questão de Estado” (p. 95).

Ronaldo Fraga, estilista que incorpora em suas coleções, importantes referências culturais brasileiras, afirma que a economia criativa “Não se trata de um trabalho assistencialista. Envolve a transformação do olhar da comunidade, a capacitação profissional, e a apropriação da técnica e da matéria prima” (FFW, 2012). Suas coleções inspiradas na cultura brasileira, em parceria com cooperativas e grupos de artesãos, por exemplo, são meios de impulsionar a visibilidade e reconhecimento da economia criativa no Brasil. Este estilista apresentou nas passarelas do São Paulo *Fashion Week*, para o verão 2016, o projeto que desenvolveu junto ao grupo de 43 artesãs intitulado Sereias da Penha, em parceria com o SEBRAE, Instituto Federal de Educação da Paraíba e Prefeitura Municipal de João Pessoa, Estado da Paraíba, que através de uma série de oficinas e capacitações, buscou na aculturação do *design*, a excelência no manejo de escamas de peixe e conchas de mariscos, antes descartadas (SEREIAS DA PENHA, 2015). O resultado do projeto, segundo o *site* Sereias da Penha (2015) foi além da confecção de produtos, proporcionando às mulheres artesãs, o estímulo e aprendizagem de um ofício, apropriação cultural, geração de renda, e o mais importante, à autoestima das mulheres que participaram do desfile no São Paulo *Fashion Week* como sereias na vida real.

Os recursos básicos da economia criativa são inesgotáveis, para Machado (2012, p. 95) “os países desenvolvidos já perceberam o enorme potencial deste setor e muitos fizeram da economia criativa uma questão de Estado”. Será necessário, que os setores criativos entendam de gestão bem como os que entendem de negócios, valorizem o trabalho criativo para que se tenham resultados positivos. Assim, os *designers* de moda precisam oferecer

(temporada após temporada), algo novo para seduzir os compradores, além de orientar os rumos criativos e comerciais de uma coleção, podem também, aumentar a demanda em virtude da diferenciação de produtos, objetivando novos mercados e influenciando a demanda por produtos existentes.

### **3.1 A sustentabilidade na cadeia produtiva da moda**

A moda é por costume uma área muito breve, pois acompanha tendências o que por efeito resulta na necessidade de um ritmo de limite de vida útil muito rápido, ocasionando na recusa de produtos de forma prematura, estando os mesmos muitas vezes em ótimo estado de conservação. (MARTINS E SANTOS, 2008). O *fast fashion*, como é. Conhecido esse movimento, é definido pela destreza de produção a preços muito baixos e novidades contínuas. Muitos magazines vêm trabalhando dessa forma. Para que estas empresas alcancem seus objetivos, os designers das mesmas precisam desenvolver coleções na qual prevaleçam os produtos de maior sucesso para alcançar o seu objetivo maior, a eficácia de vendas contínuas. (CIETTA, 2010).

Diferente do *fast-fashion*, o *slow fashion*, advém do termo *slow design* criado pelo autor Fuad-Luke (2010). O *slow fashion* sugere que a moda diminua seu ritmo, com peças contínuas, que permaneçam para serem usadas mais que uma estação. É o movimento que defende as peças duráveis, de qualidade, para serem guardadas, usadas e reusadas e não simplesmente descartadas. (SOUSA; PINTO, 2015).

Fletcher e Grose (2011) conceituam o movimento *slow fashion* em conceber, produzir, consumir e viver melhor, principalmente no que diz respeito à qualidade, pois requer uma combinação de mudanças criativas, de expressão de moda e de valores. Sendo assim, o *slow fashion*, permite uma interação entre o designer, os produtos e o usuário, “um forte laço de relacionamento é formado, que vai muito além da cadeia de fabricação de vestuário” (FLETCHER e GROSE, 2007 p.128). Valoriza muito a qualidade deixando de lado a quantidade, retira a pressão do tempo sobre as coleções de moda, tanto no desenvolvimento quanto na produção e comercialização. Isso permite um maior planejamento na empresa em longo prazo e dá há ela tempo para construir relações mutuamente benéficas.

Um conceito que vem ganhando importância é o *upcycling*, que significa o reaproveitamento de um material já utilizado ou o resíduo de um produto da maneira com que foi encontrado, sem que seja realizada a reciclagem. (MCDONOUGH; BRAUNGART, 2002, p.53). Aliado ao *slow fashion*, o *upcycling* é a prática de transformar algo que está no término de sua vida útil, ou que iria ser descartado como lixo, em algo de maior utilidade e valor, visando à redução do desperdício de matérias-primas virgens. O objetivo é modificar aquilo que está no fim do ciclo de uso em alguma coisa nova, valorizada e sem passar por uma reciclagem, afinal o material é usado como ele é. Em síntese, *upcycling* é a reintrodução, nos processos produtivos, de materiais que teriam como único destino final o lixo, para criar novos produtos. (SHOUP, 2008).

### **3.2 O bordado manual como diferenciação na moda**

Originária do francês *artisanat*, a palavra artesanato é definida como uma atividade manual desenvolvida com objetivo comercial, todavia, os produtores são autônomos, não têm vínculo empregatício, participam de todas as etapas de produção, desde a obtenção da matéria-prima até o produto acabado (SANTOS, 2007). Segundo Silva (2009), o artesanato é uma atividade herdada desde a colonização que veio ao longo dos séculos sendo transmitida de geração em geração. Hoje, o Brasil possui um rico legado artístico e artesanal, onde boa parte dessa herança cultural está nas regiões do Nordeste, no Ceará. No contexto de diferenciação, o artesanato, serve como elemento para distinguir alguns grupos ou indivíduos por meio de suas significações simbólicas. O mesmo autor salienta que ele é utilizado principalmente pelas elites, como um fator de diferenciação social como forma de mostrar um “nível de intelectualidade ou superioridade cultural em relação aos outros grupos sociais” (p. 02).

O artesanato passou a significar um trabalhador manual que desempenha um trabalho com instrumentos rudimentares por sua própria conta, sozinho, com a ajuda da família ou de alguns aprendizes. É importante notar que, por se tratar de um trabalho cauteloso e lento, o artesão se quiser obter um retorno financeiro razoável, precisa de outros ajudantes. Essa necessidade gera a transmissão do conhecimento. Há um tipo de transmissão que possui um peso especial na carreira de um artista: A tradição da arte na família.

Para Barroso (2002), o maior problema do artesanato doméstico é seu caráter de atividade secundária, complementar, individual, descontinuada e de difícil organização. O desafio é promovê-lo a real condição de produto artesanal dando-lhe profissionalismo e eficiência. O artesão como fabricante de artefatos, se sujeita às regras do mercado, tem de ser criativo para atender às expectativas deste. Precisa considerar as leis da oferta e da procura em função de se tratar de um produto com valor de troca. Assim, é importante perceber a necessidade de renovação e reformulação dos produtos artesanais, por interferência do design, cujos principais objetivos são potencializar as relações comerciais e o mercado, bem como incrementar o trabalho e a geração de renda.

A conexão entre quem cria e o consumo estão intimamente atrelados ao processo criativo e seu não esgotamento pela lógica de criar novos produtos que o fenômeno moda é impulsionado há cada estação, meses ou até mesmo diariamente Poderia artesãos/artistas carregados de conhecimentos e práticas populares ressurgir novas coleções de moda, ou ainda incrementar a produção industrial com seus conhecimentos já que é características destes profissionais a criatividade despreendida dos modismos, mas atrelado à memória das práticas do fazer. Como definir uma linha produtos de baixa ou alta complexidade carregados em contrapartida de um gotejamento de produtos globalizados. (FONSECA; SIQUEIRA, 2015, p.57). Segundo Caldas *et al* (2015), tanto as roupas como outros produtos podem ser valorizados superficialmente por meio de bordados executados à mão. O bordado é uma arte que transporta o poder de inventar e se reinventar, o que o torna relevante para aplicação em produtos de Moda. Usado hoje como forma de diferenciação, apresenta-se como produto de luxo das marcas conceituadas no mercado.

Para competir no mercado com outras empresas faz-se necessário ter um diferencial, “a inserção da moda na economia criativa propõe ao setor uma nova concepção na criação e desenvolvimento de produtos” (SOUZA; ABREU, 2015 p.2). Para isso uma parceria entre o artesanato e a confecção industrial pode ser uma saída para originar produtos diferenciais com amplos significados, revestindo dessa forma as indústrias de moda de uma diversidade

cultural brasileira e viabilizando o artesanato que compõe o escopo dos setores criativos, uma oportunidade com fins econômicos e mercadológicos.

#### 4. Procedimentos Metodológicos

O setor do vestuário no município de Araranguá-SC é um dos maiores empregadores de mão de obra e compreende indústrias de confecção de pequeno e micro porte, indústrias de tecelagem e, ainda, pequenos prestadores de serviços de façções para essas empresas. Além disso, a área comercial da cidade, que comporta 391 estabelecimentos comerciais de artigos de vestuário, acessórios e calçados, existe dois *shoppings* de varejo e atacado com mais de 120 (cento e vinte) lojas (IFSC/CEPE, 2014).

Essa pesquisa tem natureza qualitativa, descritiva, exploratória e de campo. Realizou-se uma análise da atuação das bordadeiras de Araranguá-SC e que têm relação, direta ou indireta, com a inserção do bordado ao segmento de moda-vestuário da região. Nesse estudo, utilizaram-se técnicas de entrevistas com 4 (quatro) representantes. Para cada bordadeira entrevistada, foram aplicadas perguntas já elaboradas previamente e a duração média foi de 60min por entrevista. O quadro 1 apresenta e identifica as bordadeiras entrevistadas quanto ao seu nome ou nome da empresa, faturamento mensal e qual a forma de contratação.

Nome / Nome da Empresa	Faturamento Mensal	Contratação	ID (Identificação)
Melissa Thiessen	R\$5.001,00 a R\$7.000,00	Autônomo com empresa registrada.	B1
Ateliê Pauli Duarte	Acima de R\$10.000,00	Autônomo com empresa registrada.	B2
Letícia Anastácio da Silva	R\$800,00 a R\$1.000,00	Contratado de maneira informal por empresa de moda	B3
Keila Elias de Souza	R\$800,00 a R\$1.000,00	Contratado de maneira informal por empresa de moda	B4

**Quadro 1: Identificação das bordadeiras entrevistas. Fonte: Elaborado pelos autores**

Percebe-se na apresentação das entrevistadas, que aquelas cujo contratação ocorre de maneira informal prestando serviço as empresas de moda, que a renda média fica entre um salário mínimo. Já para as que mantêm empresa registrada, o seu ganho fica acima de 6 salários. O quadro 2 apresenta de que forma elas começaram no ofício e a quanto tempo, elas atuam com bordados. Cada entrevistada pode contar um pouco sobre a sua história.

ID	História e a quanto tempo atua como bordadeira
B1	Há 5 anos abriu o atelier, fez curso técnico em produção de moda no IFSC. Após concluir o seu estudo, trabalhou em duas empresas como estilista. Morou em São Paulo por um tempo para cuidar do seu pai que estava doente e lá, teve a oportunidade de ver muitos desfiles de estilistas renomados o que a inspirou, ter várias ideias assim que retornasse para sua terra natal Araranguá. Ao voltar, deixou alguns cartões de visita e uma cliente solicitou que ela fizesse o seu vestido de noiva. Ela o fez e expos, na vitrine de uma loja no centro da cidade na qual a proprietária é sua amiga. Ela deixou dois vestidos expostos na vitrine da loja e alguns cartões, a procura pelo seu trabalho foi tão grande que isso impulsionou a abertura do seu ateliê que até hoje, tem bastante movimento. Fez vários cursos profissionalizantes para aprimorar o seu trabalho e cursa o superior em Design de Moda no IFSC. Ela consegue executar todos os processos dentro do seu ateliê desde a criação, o corte, a costura, o bordado e o acabamento das peças. Aprendeu o ofício sozinha por que diz ser muito curiosa e ter ânsia em fazer as coisas acontecerem. Ela afirma que “hoje não tem medo de fazer

	modelo algum, como é exclusivo te dá liberdade para pensar e fazer o diferente sem medo do desafio”.
B2	Atua na área desde 2012, aprendeu o ofício sozinha e não teve esse conhecimento na faculdade de Design de Moda na qual cursou. Começou a trabalhar com o seu ateliê após se formar e afirma que primeiro ela contratava todos os serviços terceirizados mas que em seguida, começou a bordar e não parou mais. Hoje atua em todos os setores do processo se necessário, mas se dedica mesmo na criação e no bordado quando o pedido é grande.
B3	O seu primeiro bordado foi há 5 anos ao bordar o seu próprio vestido dos 15 anos. Antes disso, bordava de forma caseira pois aprendeu com a sua mãe que é costureira e modelista. Se profissionalizou depois que entrou no ateliê da Melissa Thiessen, na qual aprendeu diversas técnicas e formas de bordar. Mesmo formada como técnica em Produção de Moda pelo IFSC e cursando superior em Design de Moda também pela mesma instituição, a entrevistada afirma que não aprendeu esse trabalho manual nos cursos e sim, com sua mãe em casa e sozinha.
B4	Começou a trabalhar com bordados quando entrou no ateliê de Melissa Thiessen, no decorrer do ano de 2013. Ela fazia os vestidos para formaturas, baile de debutantes, noivas, casamentos, madrinhas. Toda a confecção do vestido era feito por ela e pelas demais funcionárias desde a criação, aplicação, costura e bordado. A entrevistada afirma que “normalmente a cliente já vinha com alguma ideia e na primeira entrevista fazíamos pesquisas sobre cores e tendências até montar o vestido ideal para o corpo e gosto da mesma, combinando cores e bordados variados. Continuei trabalhando lá até setembro de 2014”. Atualmente, continua exercendo o ofício do bordado quando solicitada, a mesma tem formação técnica em Produção de Moda pelo IFSC e não aprendeu o ofício durante o curso.

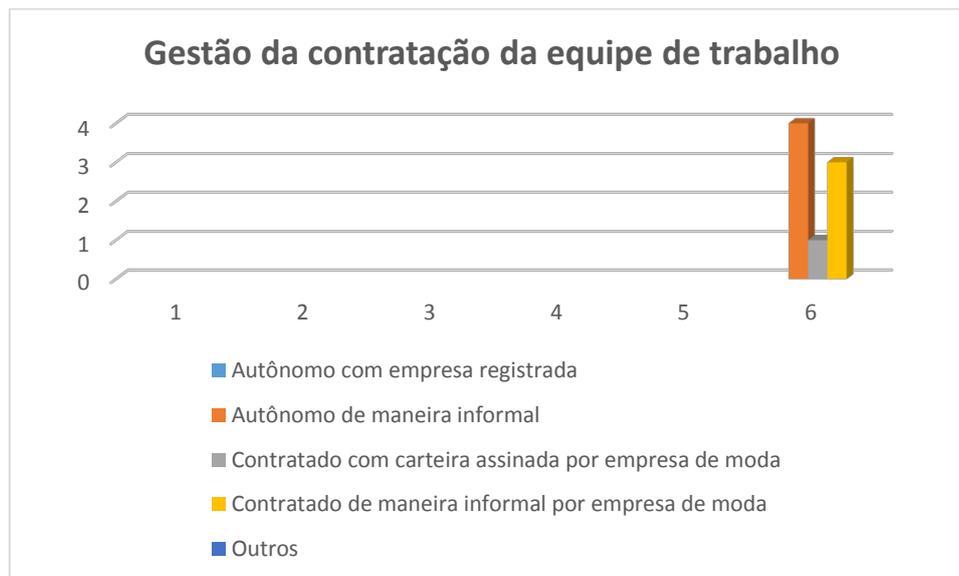
**Quadro 2: História das bordadeiras entrevistadas. Fonte: Elaborado pelos autores**

A maioria das entrevistadas começou bordando por conta própria experimentando e executando de forma caseira, apenas uma entrevistada, aprendeu a bordar no ateliê na qual foi ensinada e iniciou o seu trabalho que hoje permanece na ativa. O quadro 3 procurou-se investigar, sobre a gestão da equipe que compunha o trabalho quanto a forma de organização, como ele é gerenciado e quantas pessoas colaboram.

ID	Forma de Organização do seu trabalho?	Trabalha sozinho ou em equipe?	Quantas pessoas compõem sua equipe de trabalho?
B1	“Tenho uma equipe dentro do ateliê e a equipe das bordadeiras que preferem trabalhar em casa”.	EQUIPE	“Tenho 1 costureira fixa e 2 bordadeiras fixas que fazem de tudo ali dentro do ateliê, tenho em torno de 5 bordadeiras terceirizadas conforme a demanda de trabalho e eu também faço costura e bordados”.
B2	“Tenho uma equipe composta com 1 modelista, 1 no financeiro, 1 costureira e eu na criação. Tudo se concentra em mim, a carga horária é de 8 horas e quando não dou conta terceirizo os serviços de bordados.	EQUIPE	“Minha equipe é composta por 5 funcionárias mais a bordadeira terceirizada”.
B3	“Trabalhamos com prazo de entrega dependendo de cada pedido (vestido), carga horária de 8hr por dia”	EQUIPE	“Composta por 3 pessoas fixas mais algumas terceirizadas conforme a demanda do ateliê”
B4	“Trabalhamos 8hr por dia, com prazo de entrega”.	EQUIPE	“Trabalhamos em três pessoas. Uma na costura e aplicação e duas em bordados. Em alguns momentos quando tem muitas encomendas, chamamos uma terceira pessoa como reforço de forma temporária”.

**Quadro 3: Organização do trabalho. Fonte: Elaborado pelos autores**

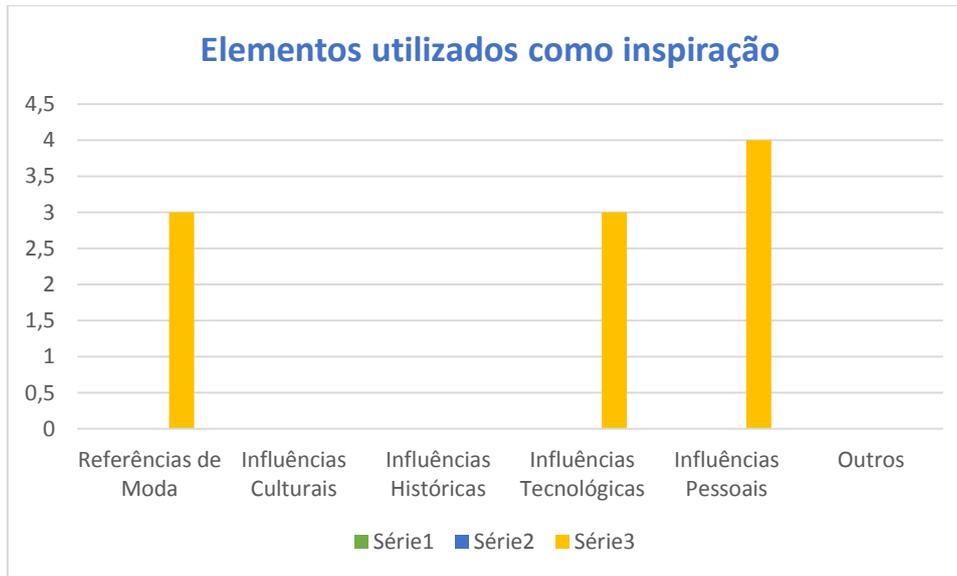
Analisa-se que todas responderam “trabalhar em equipe” e citaram que o ofício das demais colaboradoras não se concentrando somente no bordado e sim, em outras funções até a conclusão do pedido. Percebe-se a importância da contratação dos serviços terceirizados para o mesmo, quando se tem uma grande demanda de trabalho. Analisou-se também, como é a forma de contratação dos funcionários que colaboram na sua equipe de trabalho tais como: a) Autônomo com empresa registrada; b) Autônomo de maneira informal; c) Contratado com carteira assinada por empresa de moda; d) Contratado de maneira informal por empresa de moda; e) Outro com espaço para a entrevistada citar quais as opções.



**Gráfico 1: Gestão da contratação da equipe de trabalho. Fonte: Elaborado pelos autores**

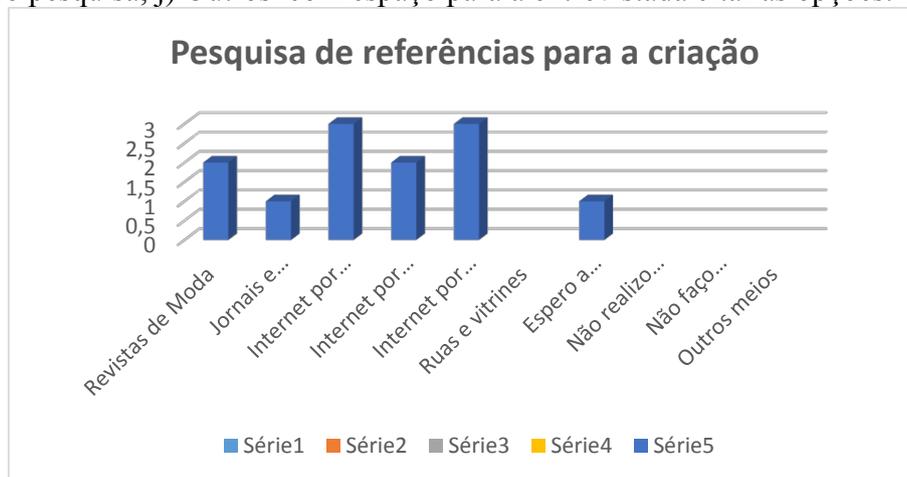
Analisa-se que a contratação de autônomos de maneira informal se sobressai nesse setor, à entrevistada B1 justifica que “muitas bordadeiras, preferem ser contratadas dessa forma porque trabalham em casa e tem liberdade de executar o ofício na madrugada ou nos momentos que não se encontram ocupadas cuidando da casa e dos filhos”. As respostas que indicam contratação com carteira assinada foi respondida pela entrevistada B2 que mantém outras funcionárias auxiliando no trabalho tais como costureira e modelista. Já a respostas “contratadas de maneira informal” a entrevistada B1 salienta que “não compensa contratar com carteira assinada, porque o giro de funcionárias é muito rápido e muitas acabam não ficando, por ser uma empresa familiar quando necessito de ajuda chamo minha irmã, minha mãe e o meu marido para colaborar”.

No Gráfico 2 analisou-se o aspecto dos elementos importantes que servem de inspiração no momento criação dos bordados e o elemento mais citado foi “influências pessoais seguido de “influências tecnológicas” e “referências de moda”.



**Gráfico 2: Elementos importantes como inspiração para criar. Fonte: Elaborado pelos autores.**

No gráfico 3, analisou-se quais referências elas utilizam no momento da pesquisa para a criação dos seus bordados dentre eles forma listados: a) Revistas de Moda; b) Jornais e revistas customizadas; c) Internet por meio de buscas como o *google*; d) Internet por meio das redes sociais como Facebook, Instagram, SnapChat e outros; e) Internet por meio de redes sociais voltados à moda como o Pinterest; f) Nas ruas e vitrines; g) Espero as novidades chegar nas lojas de “armarinho”; h) Não realizo pesquisa, faço apenas o que me é solicitado, i) Não faço pesquisa; j) Outros com espaço para a entrevistada citar as opções.



**Gráfico 3: Pesquisa das referências para a criação dos bordados. Fonte: Elaborado pelos autores**

Os resultados mostraram, como a influência da internet é crescente por meio de buscas no *google* através dos desfiles de moda que hoje tornou-se possível assistir ao vivo, bem como as redes sociais *facebook*, *instagram*, *snapchat* e redes sociais de moda como o *pinterest*. As revistas de moda também são meios de pesquisa e a entrevistada B2 salientou que “como é muito difícil encontrar pedrarias novas em Araranguá-SC, peço pelo correio por meio das lojas físicas da cidade e quando estou no estabelecimento escolhendo e olhando as novidades, penso na hora em ‘tal’ cliente e isso me ajuda no momento da pesquisa e me dá inspiração para criar”. Ao serem questionadas sobre o “uso da diversidade cultural” nas coleções de moda, somente uma desconhecia sobre o uso, as demais já conheciam. Sobre a

inserção da diversidade cultural como elemento de criação dos bordados já foi utilizado pelas entrevistadas, obteve-se como reposta:

ID	Já utilizou a diversidade cultural na criação?	Relato sobre a experiência
B1	SIM	“Já fiz alguns vestidos inspirados na história da rainha Elizabeth, sobre a influência do Ethno e no estilo Gipsy”.
B2	SIM	“No ateliê já fiz coleções passadas utilizando a diversidade cultural com influência indígena, confeccionei a capa da Nossa Senhora Mãe dos Homens padroeira de Araranguá-SC e já utilizei também referências de artistas como Edgar Degas que pinta bailarinas. Acho mais fácil trabalhar com temas quando os pedidos são para a produção de miss, nos demais já fica mais enrijecido o trabalho”.
B3	NÃO	“Trabalho de acordo com a vontade dos clientes e com o que me é solicitado levando em consideração a exclusividade”
B4	NÃO	Não opinou

**Quando 4: Uso da diversidade cultural nas coleções de moda. Fonte: Elaborado pelos autores**

Quando inqueridas sobre o conhecimento da economia criativa, duas conheciam o termo e duas desconheciam. As que já ouviram falar se depararam que, praticam os preceitos da economia criativa de forma inconsciente. A bordadeira B1 relata que “faz de forma inconsciente, muito mais intuitivo e por necessidade do que por projeto. Tenho vontade, mas ainda não consigo desenvolver ações em função do tempo e assim que me formar, pretendo trabalhar com projetos nas penitenciárias qualificando as mulheres para o ofício da profissão”. A entrevistada B2 diz que “trabalhar com as bordadeiras é algo muito automático que ainda necessita, de clareza e esclarecimentos para elas que ofertam a mão-de-obra com um conhecimento muitas vezes passado de geração para geração”.

Na pergunta sobre o que elas consideram importante quanto à “realização” do seu trabalho, as bordadeiras avaliaram os seguintes itens: a) reconhecimento; b) valor econômico; c) sustentabilidade; d) inclusão social; e) todos os itens citados acima; f) outros com espaço para a entrevistada citar as opções. Todas as entrevistadas responderam “todos os itens citados”. Para B1 o retorno financeiro faz-se importante, mas o que a motivou continuar foi o reconhecimento. A B2 afirma que no início “somos sonhadores” e que considerava somente o reconhecimento algo importante, mas que hoje, ela entende que outro valor faz-se necessários como o valor econômico. A entrevistada B3, coloca que “todos os itens são importantes, mas, o reconhecimento pelo trabalho ainda é o melhor, somente quem borda sabe o tempo que se leva para um vestido por exemplo ficar pronto, podendo chegar há um mês de trabalho”.

Quando questionadas quanto à organização do trabalho e divisão das tarefas e aonde, cada uma e sua equipe desempenham o trabalho dos bordados. Todas responderam que ele acontece em “estabelecimento próprio” com a equipe fixa e “em casa” com as bordadeiras terceirizadas. No aspecto da sustentabilidade, foi inquerido se elas reutilizavam e ou reaproveitavam materiais, que seriam considerados descarte para serem utilizados nos seus bordados? Todas responderam que “Sim”, o quadro abaixo nos mostra a forma que elas conduzem esse processo:

ID	Processo de reutilização e ou reaproveitamento de materiais
B1	“Cada pedacinho de renda que sobra eu faço lindos bordados, tenho uma caixa só de restos de renda e tecidos. Minhas blusas sou eu quem faço com esses restos. O sistema de aluguel de vestidos também é uma prática de reutilização porque outras pessoas alugam vestidos que foram criados a partir do gosto de outras pessoas. Essa prática foi um pedido das próprias clientes que deu muito certo”.

B2	“Aproveitamos os restos de tecidos, rendas e pedrarias que sobram. Tudo é guardado, mas como meu espaço as vezes não comporta nós começamos a doar alguns materiais para o Haiti por meio de uma tia que participa de um grupo de senhoras aposentadas. Doamos também para o Lions Clube que reaproveitam os materiais. Iniciamos com a prática dos vestidos para aluguel, que também é um processo sustentável onde o cliente aluga uma peça ao invés de confeccionar uma nova”.
B3	“Aproveitamos todos os restos de rendas porque sempre servem em algum ‘lugarzinho’, temos o hábito de guardar por menos que seja o material porque ele sempre será aproveitado”.
B4	“Aproveitamos ao máximo todas as rendas e materiais que sobram, nada é descartado.”

**Quadro 5: A reutilização e/ou reaproveitamento nos bordados. Fonte: Elaborado pelos autores.**

Analisou-se pelos resultados que, algumas práticas sustentáveis são praticadas pelas bordadeiras tais como o reaproveitamento dos materiais que sobram no decorrer do processo na confecção das roupas. Outro meio é o aluguel de roupas prontas, proporcionando aos clientes alugar um vestido que será usado somente em um dia evitando a confecção de uma peça nova.

## 6. Considerações Finais

Em linhas gerais, este artigo apresentou uma análise na gestão do bordado manual nas empresas de moda de Araranguá-SC, a partir dos estudos sobre economia criativa. Foram entrevistadas, 4 bordadeiras da cidade que trabalham ou prestam serviços para as empresas de moda da região. Através de uma busca bibliográfica, exploratória e de campo, foi possível compreender a forma de organização e gestão dos trabalhos, uma média de faturamento mensal e a realização das bordadeiras no desenvolvimento do ofício. Por meio da pesquisa, foi possível identificar quais os meios, que elas utilizam como forma de inspiração no processo dos bordados e o conhecimento, sobre o tema da economia criativa que apresentou uma carência quanto a esclarecimentos sobre a temática. Outro fator questionado foi quanto a prática da sustentabilidade no trabalho o que permitiu conhecer que todas se preocupam com esse tema e executam simples ações como: guardar as sobras de materiais e reutilizando em novos trabalhos, e ampliaram seus negócios através de aluguel de roupas usadas visando a rotatividade de peças já existentes, sem precisar novas confecções de roupas. O estudo também aconteceu por meio de bibliografias na contextualização do tema.

## 6. Referências:

CHIAVENATO, Idalberto. Introdução à teoria geral da administração. 4. ed., São Paulo: Makron Books, 1993.

CIETTA, Enrico. A revolução do fast-fashion: estratégias e modelos organizativos para competir nas indústrias híbridas. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

DAVIS, Mark M. Fundamentos da administração da produção. 3ª ed., Porto Alegre: Bookman, 2001.

EXAME. John Howkins. *Economia criativa precisa de pessoas malucas*. Brasil, 2012. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/economia/noticias/john-howkins-economia-criativa-precisa-de-pessoas-malucas>>. Acesso em: 16 mar. 2016.

FFW. *Moda*. 2015. Disponível em: <<http://ffw.com.br/noticias/moda/12-topicos-que-voce-precisa-saber-sobre-o-desfile-de-ronaldo-fraga-034/>> Acesso em: 10 ago. 2016.

FLETCHER, K; GROSE L. **Moda & Sustentabilidade. Design para mudança.** São Paulo: SENAC, 2011.

FLORESTA, Cleide. Moda Bordado e Exclusividade, 2011. Disponível em:  
<[http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/7-Coloquio-de-Moda-2011/GT08/GT/GT\\_89885-Moda-bordado-e-exclusividade.pdf](http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/7-Coloquio-de-Moda-2011/GT08/GT/GT_89885-Moda-bordado-e-exclusividade.pdf)> Acesso em: 04 dez. 2016.

FUAD-LUKE, Alastair. EcoDesign: The Sourcebook. São Francisco, CA: Chronicle Books, 2010.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

IFSC/CEPE. *Projeto de Curso Técnico Concomitante em Produção de Moda.* Brasil, 2014. Disponível em:  
<[http://cs.ifsc.edu.br/portal/files/CEPE2014/Ararangua\\_%20Reest%20Conc%20Moda.pdf](http://cs.ifsc.edu.br/portal/files/CEPE2014/Ararangua_%20Reest%20Conc%20Moda.pdf)>. Acesso em: 11 maio 2016.

INFOPIEDIA - *aculturação* in Dicionário da Língua Portuguesa com Acordo Ortográfico. Porto: Porto Editora, 2003-2016. Disponível na Internet:  
<<http://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/aculturacao>>. Acesso em: 04 abr. 2016.

LUFT, C.P. Minidicionário, 20ª ed, São Paulo: Ática, 2001.p.352.

MACHADO, Luiz Alberto. Economia criativa: definições, impactos e desafios, 2012. 25p. Disponível em:  
<[http://www.fAAP.org/revista\\_faap/rel\\_internacionais/REVISTA\\_ECONOMIA\\_21.pdf#page=85](http://www.fAAP.org/revista_faap/rel_internacionais/REVISTA_ECONOMIA_21.pdf#page=85)>. Acesso em: 10 ago. 2016.

MACHADO, J. P. et al. Empreendedorismo no Brasil. 2009. Curitiba: IBQP, 2010.

MARINHO, H. Economia criativa. In: SEBRAE. Economia criativa do Rio de Janeiro e as MPE: boletim quadrimestral de novembro de 2012. Disponível em <[http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RJ/Menu%20Institucional/Sebrae\\_SET\\_nov12\\_ec\\_crtv.pdf](http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RJ/Menu%20Institucional/Sebrae_SET_nov12_ec_crtv.pdf)>. Acesso em 17 nov. 2016.

MARTINS, Rosane Fonseca de Freitas; MERINO, Eugenio Andrés Díaz. *Gestão de design como estratégia organizacional.* 1ª ed. Londrina: EDUEL, 2008, 250p.

MATHARU, Gurmit. *O que é design de moda?* 1ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2011, 256p.

MCDONOUGH, W.; BRAUNGART, M. Cradle to cradle: remaking the way we make things. New York: North Point Press, 2002.

MIGUEZ, P. Economia criativa: uma discussão preliminar. In: NUSSBAUMER, G. M. (org.). Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares. Salvador: EDUFBA. Coleção CULT, p. 96-97, 2007.

MOZOTA, Brigitte Borja de; KLOPSCH, Cássia; COSTA, Filipe Campelo Xavier da. *Gestão do Design: usando o design para construir valor de marca e inovação corporativa.* 1ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2011, 343p.

NEWBIGIN, John. *A economia criativa: um guia introdutório*. Brasil, 2010. Disponível em: <[http://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Intro\\_guide\\_Portuguese.pdf](http://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Intro_guide_Portuguese.pdf)>. Acesso em: 01 abr. 2016.

ORGANIZAÇÃO para Cooperação e Desenvolvimento Econômico. *Manual de Oslo: Diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação*. 3.ed. Paris: OCDE, 2005.

PINTO, Adriana; SOUSA, Cyntia Malaguti de Sousa. *Roupas feitas de roupas*. São Paulo, 2015.

PROJETODRAFT. *John Howkins entrevista economia criativa*. 2014. Disponível em: <<http://projetodraft.com/john-howkins-entrevista-economia-criativa/>> Acesso em: 19 ago. 2016.

REZENDE, José R. *Organização e administração no esporte*. Rio de Janeiro: Sprint, 2000.

SALADVISITA. *Projeto sereias da penha*. 2016. Disponível em: <<http://www.saladvisita.com.br/noticia.php?id=298&projeto-sereias-da-penha>> Acesso em: 10 ago. 2016.

SCHUMPETER, Joseph. *A Teoria do Desenvolvimento Econômico*. Trad. port., São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SEBRAE. *Obtenha informações sobre o que é economia criativa e sobre este modelo de economia no Brasil e no mundo*. Brasil, 2015. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/O-que-é-Economia-Criativa>>. Acesso em: 27 abr. 2016.

SEC. *Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014*. Brasília: Ministério da Cultura, 2012. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/documents/10913/636523/PLANO+DA+SECRETARIA+D+A+ECONOMIA+CRIATIVA/81dd57b6-e43b-43ec-93cf-2a29be1dd071>>. Acesso em: 28 abr. 2016.

SEREIASDAPENHA. *Coleção sereias da penha*. 2015. Disponível em: <<https://sereiasdapenha.wordpress.com/2015/04/12/colecao-sereias-da-penha/>> Acesso em: 10 ago. 2016.

SHOUP, K. **Rubbish!** Reuse your Refuse. New Jersey: Wiley Publishing, 2008.

HOWKINS, John. *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin UK, 2002.

SOUZA, Lígia Carla de Lima; ABREU, Mônica Cavalcanti Sá de Abreu, 2015. Disponível em: <<http://sistema.semead.com.br/18semead/resultado/trabalhosPDF/694.pdf>> Acesso em: 04 dez. 2016.

UNESCO. *Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais*. 2005. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001502/150224por.pdf>> Acesso em: 23 maio 2016.

UNESCO. Representação da UNESCO no Brasil. *Avaliando o impacto da Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais*.

UNESCOPRESS 18.12.2015. Disponível em:

<[http://www.unesco.org/new/pt/brasil/about-this-office/single-view/news/first\\_global\\_report\\_evaluating\\_the\\_impact\\_of\\_the\\_convention\\_on\\_the\\_protection\\_and\\_promotion\\_of\\_the\\_diversity\\_of\\_cultural\\_expressions/#.V37497grKM8](http://www.unesco.org/new/pt/brasil/about-this-office/single-view/news/first_global_report_evaluating_the_impact_of_the_convention_on_the_protection_and_promotion_of_the_diversity_of_cultural_expressions/#.V37497grKM8)>

Acesso em: 07 jul. 2016.

ZUPI. *Ronaldo Fraga recebe prêmio da moda na primeira edição evento fashion sunsets. Brasil*, 2016. Disponível em: <<http://www.zupi.com.br/ronaldo-fraga-recebe-premio-icone-da-moda-na-primeira-edicao-evento-fashion-sunsets/>>. Acesso em: 10 ago. 2016.