EBOOK · IMERSÃO JOIA DE ATLÂNTIDA

Quem compra uma joia de cerâmica?

O mercado que já existe para o que as suas mãos estão aprendendo a fazer — e onde ele está.

Por Marcia Campetti

A pergunta que vem junto

A PEÇA NASCE. E A PERGUNTA NASCE JUNTO.

Toda mulher que cria com as mãos conhece esse momento. A peça está ali, pronta, e ela é bonita. E junto com o orgulho chega uma pergunta, quase num sussurro:

“Mas quem pagaria por isso?”

Essa pergunta não é insegurança. É o contrário: é a pergunta de quem está levando a sério. Quem pergunta “quem compra?” já parou de olhar para a própria criação como passatempo — e começou a olhar como artista.

> **A dúvida sobre quem compra não é o fim do sonho. É o começo do olhar profissional.**



O que mudou lá fora

O consumidor cansou do igual.

Durante muito tempo, o mercado foi dominado pela produção em massa: grandes volumes, peças parecidas, a mesma vitrine repetida em todas as cidades.

Mas o comportamento de quem compra mudou profundamente. Hoje cresce, ano após ano, o interesse por peças com **história, origem, intenção e assinatura** — o interesse pelo que foi feito por alguém, e não por uma esteira.

> **As pessoas não querem apenas um objeto. Elas querem sentir que existe verdade naquilo que escolhem.**

Não é modinha

Um movimento que veio para ficar.

O feito à mão deixou de ser “alternativo”. Os sinais estão em toda parte, para quem olha:

I. **As feiras autorais se multiplicaram**
Eventos de design e curadoria reúnem criadores e um público que vai lá exatamente para encontrar o que não existe em shopping.

II. **As lojas colaborativas viraram vitrine**
Espaços que selecionam a peça única e fazem questão de contar a história de quem fez.

III. **O autoral foi para o centro**
O que era visto como “coisa de bazar” virou diferencial que as vitrines mais exigentes procuram.

IV. **A origem entrou na conversa**
Quem compra quer saber de onde vem, quem fez e o que aquela peça representa.



IMERSÃO JOIA DE ATLÂNTIDA

Preto no branco

Um mercado que cresce em bilhões.

A valorização do feito à mão não é impressão. É medida:

US$ 739 bilhões

O tamanho do mercado mundial do feito à mão em 2024.

US$ 983 bilhões

A projeção para 2030 — crescendo 4,9% ao ano.

R$ 50 bilhões

O que o artesanato movimenta por ano no Brasil.

77%

Dos artesãos brasileiros são mulheres. Esse mercado é feito por mãos como as suas.

Fontes: Grand View Research (2024) · Sebrae

Outra lógica, outro valor

A JOIA DE CERÂMICA NÃO DISPUTA COM A INDÚSTRIA.

Enquanto o mercado de massa disputa volume e preço, a peça autoral disputa outra coisa: **significado, presença e identidade**. E a joia de cerâmica tem qualidades que nenhuma fábrica alcança:

Toque único

Cada peça carrega a mão de quem fez. Nenhuma sai igual à outra.

Textura viva

A cerâmica tem qualidades visuais e táteis impossíveis de copiar em série.

Pequenas séries

A exclusividade é real: quem compra sabe que quase ninguém tem igual.

Outra beleza

Ela não imita o que já existe. Tem força porque apresenta uma beleza própria.

História no corpo

Quem usa carrega uma criação com raiz — não um código de barras.

Assinatura

A peça diz quem a fez. E é por isso que ela vale.



IMERSÃO JOIA DE ATLÂNTIDA

Ela já existe

Quem é a mulher que compra.

Ela não é personagem de livro de marketing. Você já cruzou com ela.

É a amiga que volta de viagem com uma peça feita à mão “porque tem história”. É a mulher que para na feira, pega o brinco, vira, pergunta quem fez. É quem procura um presente **que ninguém mais tem** quando quer dizer a alguém que ele é especial.

Ela não compra porque falta acessório na gaveta. Ela compra significado. Escolhe presença. E quando encontra uma peça com verdade, o preço não é a primeira coisa que ela olha.

> **Ela não está procurando o mais barato. Está procurando o que tem alma — e valoriza quem faz.**

Mais perto do que parece

O seu primeiro mercado mora perto de você.

Ele não começa numa multidão. Começa em círculos — do menor para o maior:

I. **O convívio**
A peça no seu pescoço, na sua orelha, na sua mesa. Quem vê de perto, pergunta.

II. **O presente**
Uma peça dada vira mostruário: quem recebe mostra, quem vê encomenda. É assim que se espalha.

III. **A feira da sua cidade**
Às vezes vende pouco na hora — e rende clientes que procuram depois. A feira planta.

IV. **As vitrines locais — e mais adiante**
A loja de artesã, a colaborativa, o salão de beleza. Depois, internet e encomendas — cada canal tem o seu tempo.

Do tamanho do primeiro passo

Isso sempre funcionou assim.

Vender o feito à mão em círculos próximos não é ideia nova, nem aposta. Quantas mulheres você já viu complementarem a renda vendendo acessórios onde trabalham, onde convivem, para quem já as conhece? Numa sala de professores, num escritório, num salão?

Uma vendedora de acessórios que começou exatamente assim — e hoje tem 3 lojas — resume o segredo numa frase:

> **“Eu só preciso abrir o estojo.**
> **O resto se vende sozinho.”**

Quando a peça tem presença, ela faz a parte difícil. O trabalho de quem cria é colocá-la no campo de visão de quem sabe reconhecer.

O que esse mercado pede

Um mercado que não pede juventude.

Esse mercado não exige pressa, diploma nem juventude. Exige **visão, repertório e sensibilidade** — e repertório é uma coisa que se constrói vivendo.

A mulher que chega à joia de cerâmica depois dos 50 não chega atrasada. Chega com o olhar pronto: décadas de casas arrumadas, cores combinadas, presentes escolhidos, beleza percebida. A maturidade estética é um ativo — e esse mercado paga por ela.

Numa das turmas da Marcia, uma participante escreveu no chat da aula:

> **“Tenho 77 anos e estou pronta pra vender minhas joias.”**

A conta que fecha

O mercado já existe. Falta a sua peça.

Tudo o que você leu até aqui já está de pé: o movimento, a compradora, os lugares. Nada disso depende de você para existir. Já existe — e cresce.

A única coisa que ainda não existe nesse mercado é a peça com a **sua** assinatura circulando nele. E essa parte ninguém pode fazer por você.

> **A resposta para "quem compra?" é simples: gente que já está comprando. Só ainda não de você.**

ESTE MATERIAL É PARTE INTEGRANTE DA

IMERSÃO JOIA DE ATLÂNTIDA

por Marcia Campetti