

Relatório Anual Artesol 2016

—



Sumário

—

Apresentação

Missão

Modelos de atuação

*Programas e metodologia
de capacitação*

Giro 2016

Projetos

Comunicação

Sustentabilidade

Demonstrativo Financeiro

Parceiros

Conselho e Equipe



3/30

apresentação

Compartilhar os resultados desse último ano de trabalho à frente da Artesol é uma forma também de dividir com vocês as nossas conquistas, desafios e as nossas expectativas. A principal delas é promover cada vez mais conexões que transformem a tradição, a criatividade e a autenticidade do artesanato brasileiro em desenvolvimento humano e cultural. Para isso, o nosso foco é desenvolver estratégias cada vez mais criativas e contemporâneas para a salvaguardada do artesanato enquanto expressão da nossa cultura vibrante. Isso passa por muitos valores relacionados à economia criativa, à proteção da biodiversidade brasileira, ao comércio justo e à geração de renda, entre outras metas. Nesse contexto, 2016 foi um ano de apostas em que viajamos pelo Brasil, nos inspiramos, fizemos parcerias e trabalhamos arduamente

para plantar o que agora vamos poder colher nesse próximo ciclo. 2017 já se iniciou com sabor de novidades e muitas promessas, especialmente a Rede Artesol, que vai ganhar uma nova dimensão muito mais abrangente, além do fortalecimento dos projetos comerciais e culturais inovadores que a Artesol tem assinado. Isso significa um olhar mais abrangente para a nossa área de atuação, sempre privilegiando as possibilidades de integração entre o artesanato, a arte popular, o design brasileiro, a moda atemporal e todos os aspectos econômicos, socioculturais e ambientais dessas relações. Espero que vocês possam celebrar conosco esses avanços e se contagiar com a nossa vontade de seguir adiante.



Sonia Quintella
Presidente

4/30 apresentação

É sempre uma alegria apresentar o relatório anual da Artesol pois, para elaborá-lo é preciso avaliar todos os processos vividos, detectando os desafios, os erros, os acertos e as conquistas realizadas durante 12 meses de trabalho. É nesse ciclo de aprendizagem que pousamos nossa atenção nesse momento, seja para corrigirmos rotas, reavaliar contextos, validar ações, inovar os projetos, ampliar e consolidar parcerias.

O ano de 2016 foi um ano de semear e cultivar novas ideias e projetos, e como resultado já pudemos colher doces frutos ao longo desse processo. Foi um ano de fortalecer as estruturas de governança onde a diretoria, presidida por Sonia Quintella de Carvalho, criou o Conselho Técnico Consultivo que guiou de forma ainda mais consistente, as reflexões e os movimentos da

organização.

O Conselho Fiscal realizou um excelente trabalho de auditoria contábil e fiscal e com isso, obtivemos resultados ainda mais satisfatórios para garantir uma estrutura de sustentabilidade financeira. A equipe trabalhou motivada e comprometida com o fortalecimento do trabalho em rede de cooperação. Os valores de generosidade e abundância que permearam as nossas práticas, aproximaram da Artesol novos indivíduos e instituições que agregaram conhecimentos e ampliaram a força e o alcance do nosso trabalho para a vitalidade do patrimônio cultural imaterial e material das comunidades por nós apoiadas.

Nossa gratidão a todos os parceiros dessa jornada e nossa profunda admiração e respeito a todas as artesãs e artesãos brasileiros que nutrem de sentido nosso dia a dia de trabalho.



Josiane Masson
Coordenadora executiva

ancestralidade biomás tradição moda design brasileiro patrimônio cultural comercialização conexões

feito a mão

tecnologia inovação ancestralidade

desafios poesia arte ética rede técnicas

Apoiar a salvaguarda do fazer artesanal de tradição cultural. Promovendo a autonomia dos artesãos e o desenvolvimento socioeconômico de suas comunidades.

feito a mão patrimônio cultural economia criativa

histórias

branding protagonismo

técnicas rede ética

comércio justo arte

inovação

comercialização

branding

histórias desenvolvimento socioeconômico comércio justo

economia criativa

6/30

modelo de atuação

—



7/30

programas e metodologia de capacitação

capacitação — Capacitar artesãos e grupos produtivos, estimulando-os a gerir de forma eficiente suas iniciativas e a utilizar novas tecnologias de comunicação e comercialização.

fomento cultural — Inspirar artesãos e mestres a manter vivas tradições relacionadas ao fazer artesanal, realizando exposições, festivais e seminários para o público geral e produzir publicações, documentários para fomentar o objeto artesanal como um bem cultural.

fomento econômico — Apoiar a comercialização da produção artesanal dos grupos, buscando a formação, ampliação e fortalecimento de um mercado consumidor sensível para os princípios do comércio justo.

políticas públicas — Influenciar a criação de políticas públicas para a organização e fortalecimento do setor artesanal.

passo a passo do programa de capacitação técnica

Diagnóstico

Levantamento da identidade cultural das comunidades

Associativismo e Empreendedorismo

Criação e treinamento de associações, cooperativas ou legalização do profissional artesão

Desenvolvimento de produtos

Oficinas guiadas por profissional da área ambiental e por designers para o aperfeiçoamento e inovação de produtos

Produção, Gestão e Comércio Justo

Oficinas sobre a gestão da produção, a gestão administrativa e financeira de negócios e precificação pautada pelo comércio justo

Comunicação

Criação de identidade visual e marca. Oficinas sobre publicidade e marketing. Inclusão digital

Comercial

Plano de comercialização e treinamento em estratégias de venda

jan

Aprovação do projeto **rede nacional do artesanato cultural brasileiro** na Lei de incentivo Rouanet.

Divulgação de conteúdos sobre economia criativa, **comércio justo**, capacitação, moda, arte, decoração, design, comércio justo, tradição, inovação e produtos em suas redes sociais.

Renovação do credenciamento na **Unesco** como organização capaz de promover a **Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial** no Brasil.

mar

Celebração do dia do artesão.

abr

Realização da exposição na **SPFW**, projetando o artesanato brasileiro e seu design atemporal no universo da moda.

mai

Organização do projeto Turismo Cultural.

jun

Idealização dos projetos Artiz e do Festival da Cultura Imaterial no Fazer artesanal.

jul

Viagem cultural: Vale do Jequitinhonha.

ago

Participação na **Craft Design**, apresentando a criação da nova coleção de produtos de bordado de filé do grupo AMUR em Alagoas, estimulando a inovação e a geração de renda.

set

Criação do **Coletivo Artesol**, conectando designers, artistas e artesãos brasileiros através do diálogo entre tradição e inovação.

set

Residência artística **Brasil – Bélgica** no Vale do Jequitinhonha, com o intercâmbio de experiência e o desenvolvimento de peças conceituais.

set

Viagem cultural: Jalapão.

set

Realização do **Jantar Anual Artesol**, reunindo amigos, patrocinadores, incentivadores e entusiastas da arte popular e do artes-

out

Participação do evento **Fio da Meada** no Iguatemi, realizando workshops sobre bordado filé, tecelagem manual e entalhe em madeira ministrados pelas próprias artesãs.

out

Inauguração da **Artiz**, uma pop up store, que é um projeto de curadoria, em um dos shoppings mais elegantes da capital paulista com objetos de **50 comunidades tradicionais**.

nov

Lançamento do livro **Artesol 18 anos** e sua atuação no País!

dez

Captação de recursos para a execução do projeto Rede Nacional do Artesanato Cultural brasileiro.

dez

Comunicação: alcançou **9.319 novos seguidores** na fan page.

dez

Conquista de pauta na **Vogue**, maior revista de moda do País e em mais de uma dezena veículos da imprensa da área de decoração, economia, arquitetura, entre outros.

Projetos

—

Artiz

Renda Rendada

Artesol na SPFW

Residência Internacional

ArteSol + MADE

Fio da Meada



mestre Manuel Eudócio
foto de Drailton Gomes

Rede Artesol

proposta

A *Rede Artesol* foi idealizada em 2014 para promover a conexão entre os agentes da cadeia produtiva do setor, inventariar técnicas e tradições culturais que correm o risco de ficarem esquecidas na memória cultural e estimular novos negócios através de uma plataforma digital que funciona como uma qualificada vitrine para o artesanato brasileiro. Durante o ano de 2016, a Artesol seguiu focada no seu desafio de mapear mestres, artesãos, associações, lojistas e organizações de apoio do segmento em todo o País, chegando a **102 membros** no total, a partir de um trabalho cuidadoso de identificação de grupos que atuam efetivamente com técnicas tradições e manejo sustentável das matérias-primas.

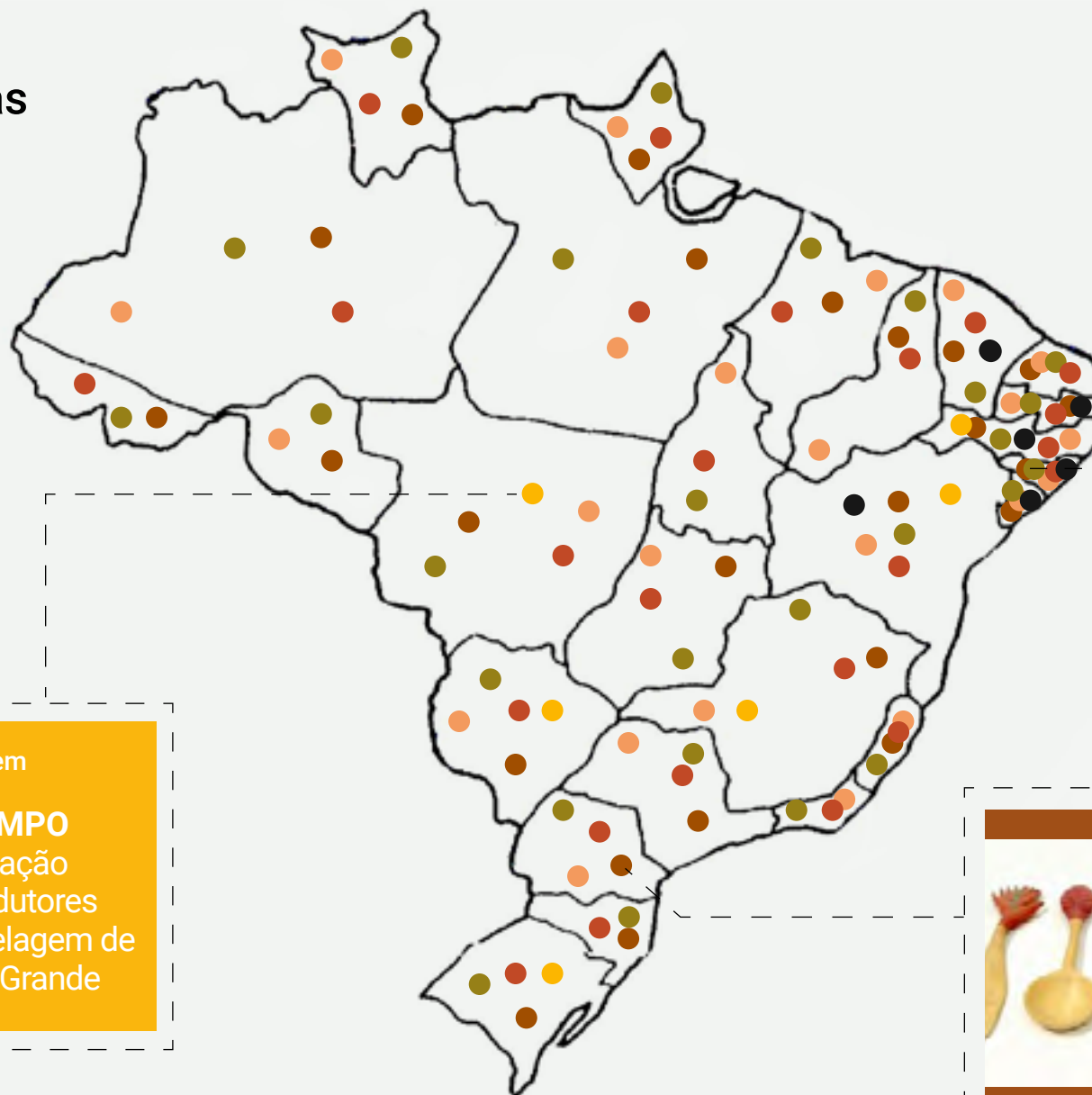
desafio

Em 2016, a Artesol aprovou, através da Lei Rouanet, o projeto Rede Nacional do Artesanato Cultural Brasileiro, com o objetivo de modernizar sua plataforma virtual, mapear novas associações, produzir conteúdo exclusivo sobre o universo do artesanato brasileiro e promover viagens de capacitação em todo o País. O desafio é capacitar os membros e estimulá-los a utilizarem a plataforma da Rede e suas tecnologias de comunicação para fortalecer seus negócios e valorizar suas tradições, promovendo a salvaguarda do patrimônio imaterial brasileiro.

Mapeamento das Tipologias e Membros

11/30
projeto
rede Artesol

- renda
- bordado
- trançado
- cerâmica
- tecelagem
- entalhe



bordados
—
AMUR
Associação das Artesãs de Marechal Deodoro



tecelagem
—
ARTLIMPO
Associação de produtores de tecelagem de Limpo Grande



entalhe
—
CRIQUÉ CAIÇARA
Associação de jovens da Juréia

Artiz

A Artiz é uma loja conceito que nasceu com o propósito de ressignificar o artesanato brasileiro através de uma curadoria cuidadosa, parcerias especiais, um dedicado trabalho de branding e a conexão entre designers e artesãos de 50 comunidades tradicionais de todo o País. Com o apoio do JK Shopping Iguatemi, que disponibilizou o espaço para o projeto, a loja apresentou ao público uma seleção de objetos de produção artesanal e inteiramente brasileira, produzidos em pequenas tiragens e cheios de referências. O mix de mais de 2 mil produtos da loja transita entre os universos da arte popular, do artesanato tradicional, do design e da moda, sempre trazendo à tona beleza da estética aliada à beleza da ética do comércio justo.



artiz em números

50 associações envolvidas

2.369 produtos expostos

10 designers co-criando produtos em parceria com artesãos

21 estados impactados

+ 2 mil visitantes em 3 meses de funcionamento

R\$ 163.347,00 de recursos revertidos para os grupos

Coletivo Artesol para Artiz

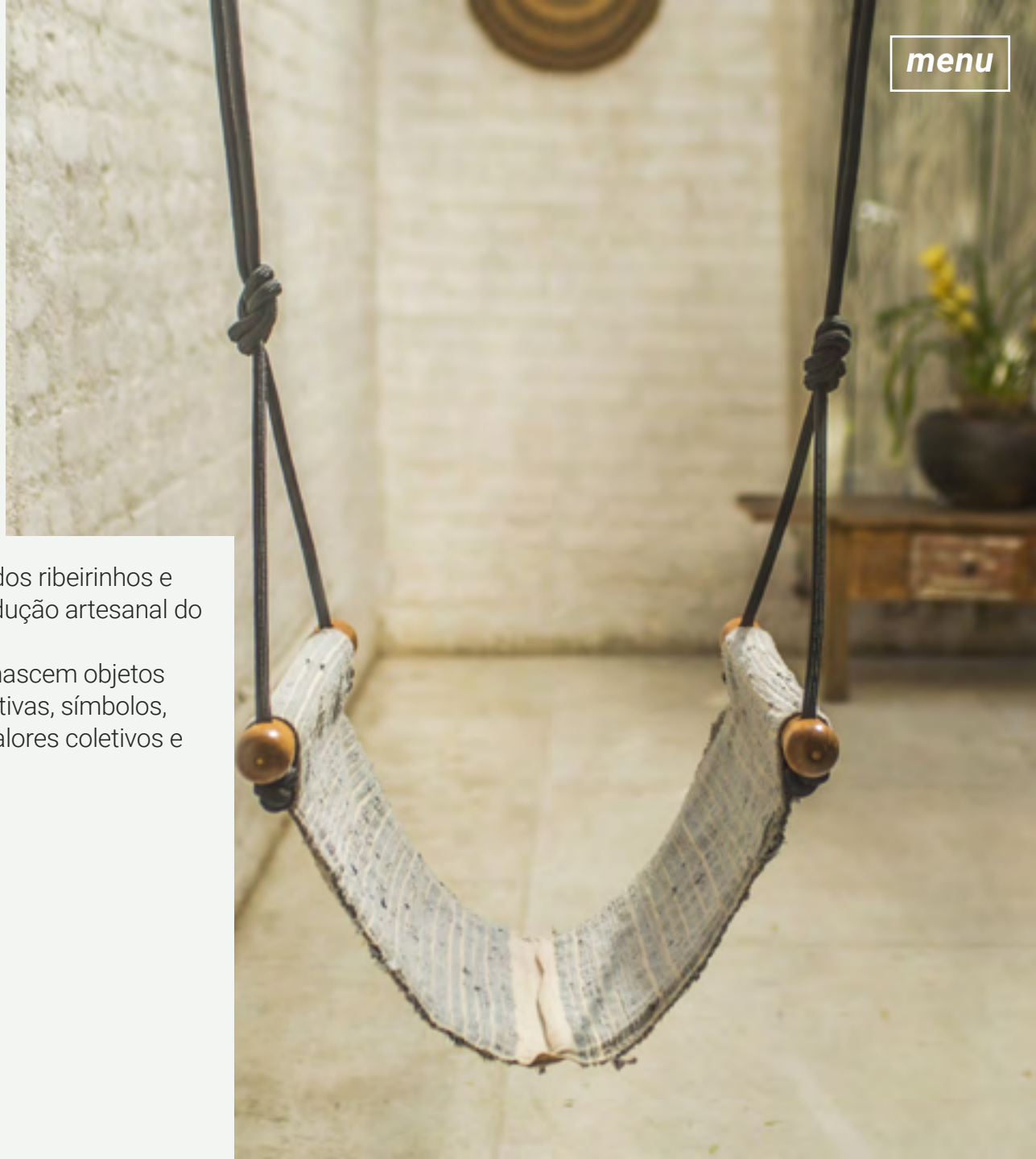
*Por um Brasil mais criativo,
autêntico e inspirador.*

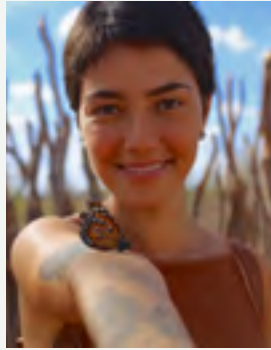
Parte do mix de produtos expostos na Artiz 2016 foi desenvolvido por um grupo de designers que viajou pelo Brasil pesquisando referências culturais do universo lúdico das comunidades de artesãos, todos articulados pela Rede Artesol.

A base do trabalho foi a de resgatar técnicas seculares como a cerâmica, os bordados, a cestaria, entre outras expressões criativas do interior do país para co-criar novos produtos. Em cada vivência elas pesquisaram matérias-primas de diferentes biomas e aprenderam sobre os saberes tradicionais das vilas de rendeiras, comunidades caiçaras, terras

quilombolas, povoados ribeirinhos e outros polos de produção artesanal do País.

Desse intercâmbio nascem objetos carregados de narrativas, símbolos, memórias, afetos, valores coletivos e sofisticação.



**Camila Pinheiro**

Mira

'Coletivo' é trocar e potencializar forças individuais, para conseguir, juntas, chegar ainda mais longe. O Coletivo Artesol me abriu portas pra um Brasil profundo, e é uma grande honra trabalhar com pessoas que transformam em beleza e responsabilidade o que pede o

**Manu Rodrigues**

Cabana Crafts

A oportunidade de trocar conhecimentos e experiências com o coletivo e com os artesãos me permite ampliar minha visão sobre o artesanato brasileiro e me motiva a buscar novas linguagens e trabalhar em diferentes universos. É uma troca rica de aprendizados, técnicas e vivências.

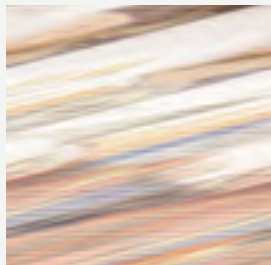
**Camila Cutolo**

Casa Violeta

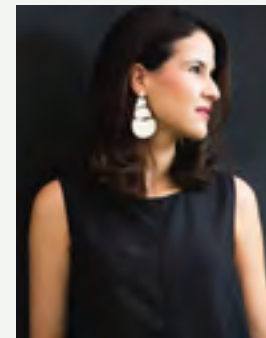
Entrar para o Coletivo Artiz foi a realização de um sonho, sempre fui fascinada e desejava ter acesso ao artesanato de raiz brasileira e a Artesol me abriu essa porta. Fora isso ainda tenho o prazer de conviver e trocar com pessoas maravilhosas, artesãos, designers e a equipe toda da Artesol. Só tenho a agradecer.

**Marina Dias**

Respeito a diversidade e aprendizagem constante, tanto nas visões apresentadas nas reuniões, como nas comunidades visitadas.

**Mari Dabbur**

Um trabalho feito de encontros, onde a cada passo que dou em direção ao outro conheço um pouco mais sobre mim mesma e juntos criamos algo forte, inusitado e faz do criar coisas novas algo que realmente vale a pena.

**Bruna Seve Pakto**

Lokalwear

Contar com o apoio e conhecimento da Artesol me fez descobrir e conhecer um Brasil novo, rico e muito complexo. A nossa visão de design, produção e business junto com a expertise da Artesol faz com que tenhamos projetos e coleções de sucesso para todos os envolvidos - artesão, designer e Artesol.

15/30
coletivo de designers



Maria Fernanda

Yankatu

É gratificante desenvolver projetos ao lado de pessoas que compartilham dos mesmos sentimentos que eu: a paixão pelo trabalho artesanal brasileiro, o respeito pelos artesãos e o desejo de ver ambos valorizados como merecem.



Luly Viana

Saissu

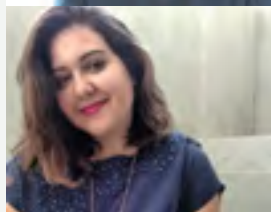
O coletivo me inspira, me incentiva, me abre as portas para conhecer e me apaixonar cada vez mais pelo Brasil.



Aline Victor e Maria Helena Emediato

Ateliê Bibirúbicus

O que motivou o Ateliê Bibirúbicus a se unir a Artesol foi o seu incrível trabalho de mapeamento do artesanato brasileiro. ela é a ponte entre nós, designers, e os artesãos. E agora com a Artiz, ela é também um importante canal de divulgação do nosso trabalho - o que nos estimula a continuar criando e investindo nos projetos de co-criação.



Coletivo de Designers

Aline Victor e
Maria Helena Emediato
Ateliê Bibirúbicus

Andressa Magalhães
Studio Drê Magalhães

Bruna Seve Pakto
LoKal Wear

Camila Cutolo
Casa Violeta

Camila Pinheiro
Ateliê Mira

Celina Cavalcante Hissa
Catarina Mina

Cristiane Pereira Barreto
Absolutamentente
Nécessaire

Fernanda Yamamoto

Flavia Aranha

Inês Schertel

Isabela Capeto

Luly Viana
Saissu

Manu Rodrigues
Cabana Crafts

Mari Dabbur

Maria Fernanda
Yankatu

Marina Dias

Renato Imbroisi

Sep Verboom

16/30
projetos

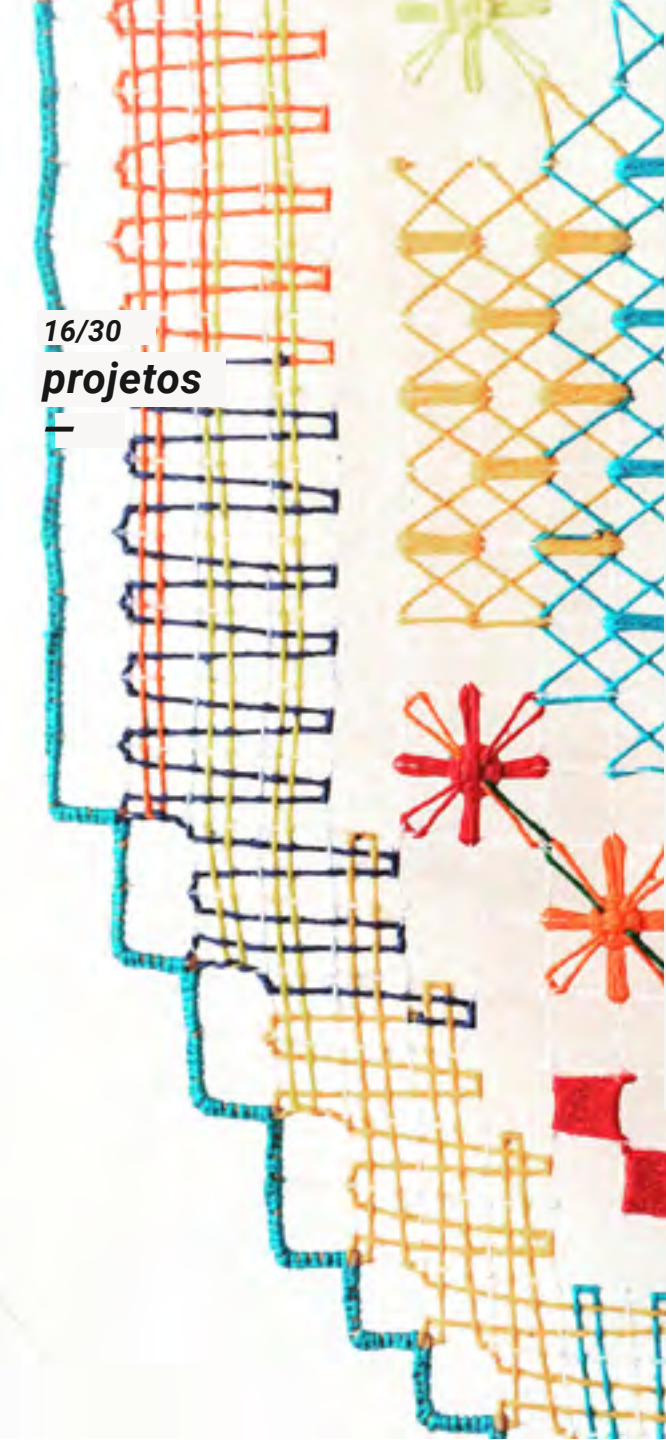
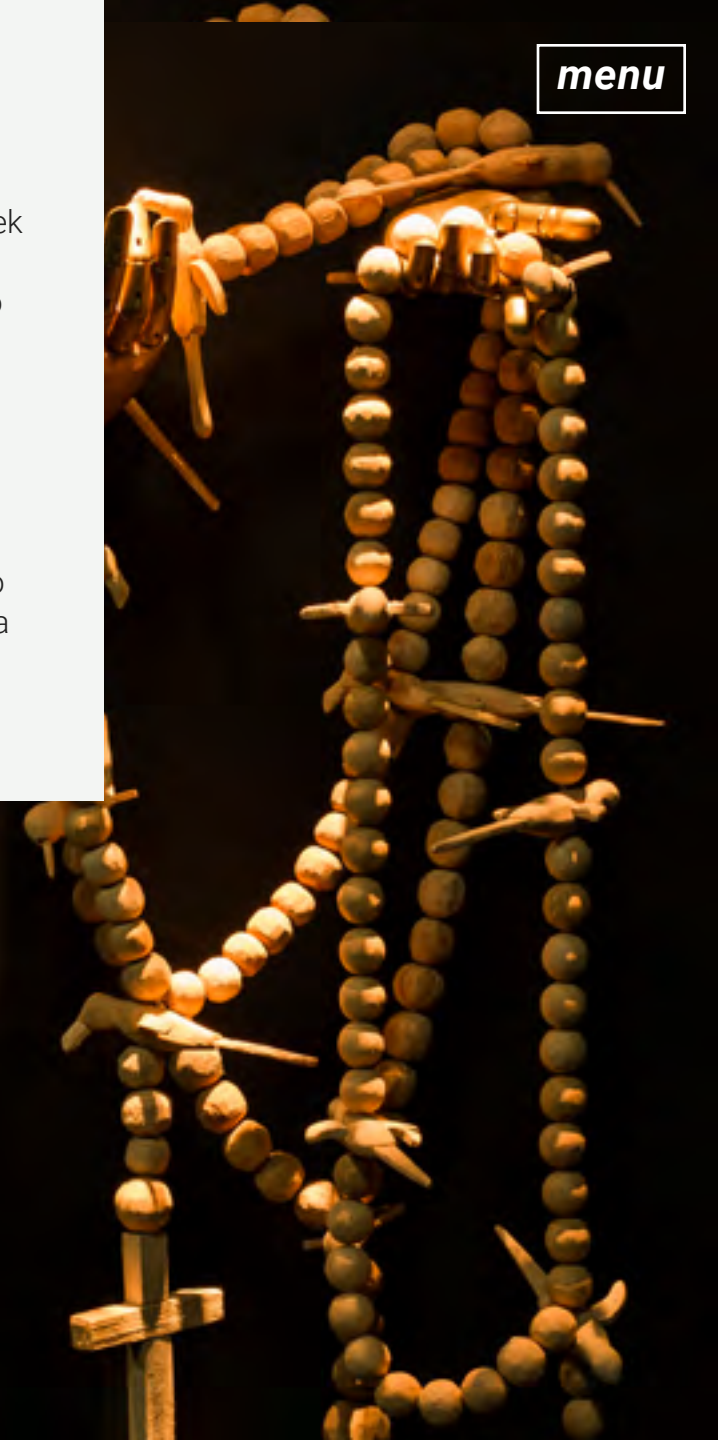
Renda Rendada

O Projeto Renda Rendada foi realizado pela Artesol em parceria com o Instituto Lojas Renner em Marechal Dedoro (AL), um expressivo polo de produção de bordado de filé do País.

Selecionada entre outros 345 projetos inscritos no Edital Mais Eu 2015, a iniciativa teve como foco apoiar as artesãs da Associação das Mulheres Rendeiras de Marechal Deodoro (AMUR) e o trabalho envolveu melhorias nos processos de gestão da associação, o aprimoramento do plano de negócios, o envolvimento dos jovens da comunidade e a renovação do processo criativo para tornar os produtos mais competitivos e adequados às necessidades do mercado atual. Um dos resultados foi a criação de uma nova coleção de produtos pautada pela contemporaneidade e a inovação.

Artesol na SPFW

Em 2016, a Artesol fez a curadoria e a execução da exposição “Mãos que Valem Ouro” na São Paulo Fashion Week (SPFW). Foi uma mostra inédita de objetos artesanais para levar ao evento uma reflexão sobre a importância das habilidades manuais. O objetivo da parceria foi fomentar as técnicas artesanais como um bem cultural do Brasil, valorizando o design atemporal, as produções autorais e as referências tradicionais do universo artesanal junto a grandes influenciadores do mundo da moda no País.





17/30

projetos

Residência Internacional ArteSol + MADE

A Residência Internacional ArteSol + MADE foi o primeiro programa de residência internacional desenvolvido pela ArteSol em cooperação com: MADE – Mercado, Arte, Design; Beleza Design & Art e Livable Products.

O programa conectou profissionais belgas como a curadora de arte Elien Haentjens e o design Sep Verboom, para uma residência de 18 dias na região de Coqueiro Campo, no Vale do Jequitinhonha, conhecido por sua representativa produção ceramista. A ideia foi a de proporcionar um intercâmbio de saberes para o desenvolvimento de soluções sustentáveis e inovadoras na co-criação de novas peças. Sensibilizado com a seca e com o cuidado das artesãs no manejo ambiental da matéria prima, o designer desenvolveu, conjuntamente com as artesãs, a coleção Caro Barro, que une a linguagem artística das artesãs aos elementos regionais usados localmente: os filtros de água, os corpos das bonecas e as referências das telhas das casas. O resultado desse trabalho pôde ser conferido e apreciado na edição MADE.

Fio da Meada

A Artesol participou em outubro do evento Fio da meada, promovido pelo Shopping Iguatemi para discutir a moda como os melhores profissionais da indústria nacional e internacional. Durante a programação, foram destacados temas importantes, como a volta da produção manual e o diálogo entre tradição e tecnologia. Nesse contexto, a Artesol realizou workshops de trabalhos tradicionalmente brasileiros, como bordado, tecelagem manual e entalhe em madeira.

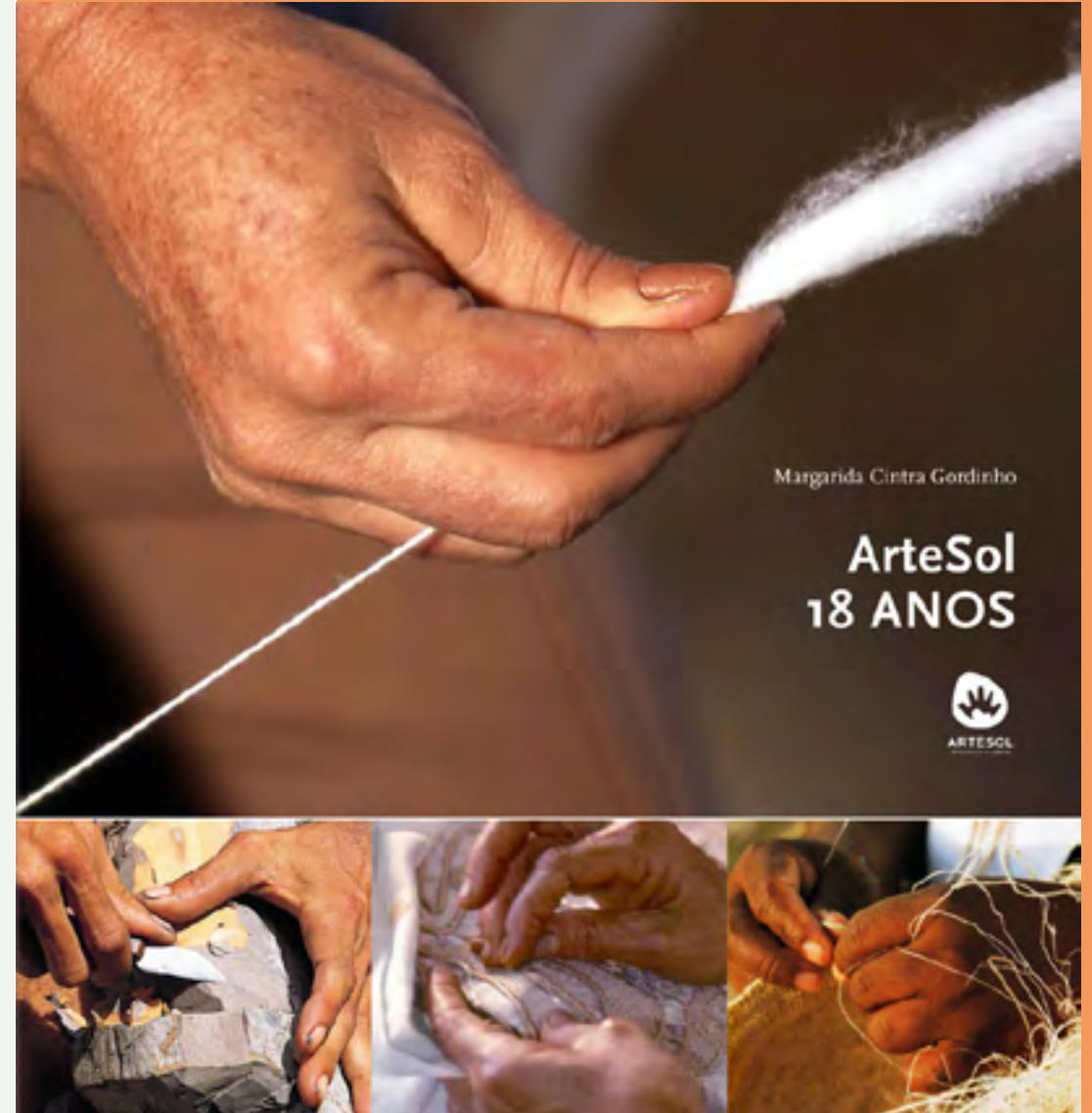
ADA

menu



Livro Artesol 18 anos

A publicação lançada no último ano foi idealizada e elaborada por Margarida Cintra Gordinho, resgatando a memória da idealização da ArteSol e os seus ciclos evolutivos, bem como o desenvolvimento da metodologia de trabalho em parceria com diversos atores e com as associações de artesãos para preservar as técnicas tradicionais e impulsionar o desenvolvimento regional através da economia criativa desses grupos.



Comunicação

Canais e resultados
Comunicação e parcerias
Artesol na imprensa

VESTINDO A CAUSA

Executiva da indústria de moda por três décadas, *Sônia Quintella de Carvalho* desbrava o melhor artesanato brasileiro à frente da *ArteSol*, criando peças que realizam os sonhos de comunidades de baixa renda - e os seus próprios **POR JEFF ARES FOTO DECO CURY**

Seus olhos azuis vão sorrindo enquanto *Sônia Quintella de Carvalho* desfia seu relicário de aventuras pelos rincões do País. Conta histórias que têm geografias e nomes exatos, com a propriedade de quem as vive diariamente, planejando o futuro dos 127 grupos produtivos que formam a rede da *ArteSol*, organização que preside há três anos. Inicialmente, o projeto de combate à pobreza em áreas rurais nasceu dentro do programa *Comunidade Carente* em 1998 pelas mãos da antropóloga e

"Sempre quis trabalhar no terceiro setor", diz *Sônia*, que nasceu em São Paulo, mas é carioca por paixão. "Moro nas duas cidades, literalmente." Boa gestora, não só planejou com maestria a vida na porte aérea - conjugando casas, dois filhos e três empreendimentos - como determinou com precisão sua trajetória profissional: decidiu que em 2014 se aposentaria para dedicar-se ao trabalho social. Nesse interim, fez carreira brilhante no mundo corporativo. "Meu marido [o economista *Elexzar de Carvalho*, filho do maestro *homônimo*] brinca dizendo que eu adoro um vale-refeição", diverte-se ela, que estudou administração de empresas na *Fiap* e fez mestrado em marketing na *Fundação Getúlio Vargas*. "Meu primeiro trabalho foi na *Alpargatas*, recém-criada. Vivi assistente de produto da *Corga* e das *Havaianas*." Somou 17 anos na empresa. "Fui a primeira mulher a fazer parte da diretoria." Depois, presidiu a *Triumph* por dois anos, até receber um inesperado convite. "Uma amiga já *headhunter* *Fátima Zorato* me pediu um favor: ir a uma entrevista para a vaga de diretora da *Gucci* no Brasil. Ela tinha certeza de que o cargo não era para mim. Mas não achavam ninguém do sexo feminino, e ela não queria que ficassem com a imagem de que nenhuma mulher poderia assumir o posto. Fui lá... E saí contratada", lembra.

Em novembro de 2008, foi inaugurada a primeira loja da grife italiana no Brasil, no *Shopping Iguatemi* de São Paulo. "Desde início, carreguei até hoje aprendizados que me marcaram", conta. Como as memórias da primeira visita a uma fábrica de têxtil, em Florença. "Cai na choveira. Ouvir um artesão falar com amor sobre as 12 etapas pelas quais passa uma peça é algo verdadeiro. Aí você entende o valor de uma bolsa de luxo", diz. Ela aplicou esses ensinamentos ao seu mais recente feito, a *Artiz*. Inaugurada em setembro passado, no *Shopping JK Iguatemi*, em São Paulo, uma loja elegante se tornou moldura para produtos tradicionais de comunidades, sob exigente curadoria. A pop-up funcionou até o fim do ano e, a partir de fevereiro, a *Artiz* ocupará novo espaço no mesmo shopping. (Continua na página 184)

ex-primeira-dama *Ruth Cardoso* (1930-2008). Em 2002, tornou-se uma OSCIP (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público), com uma clara missão: a salvaguarda do fazer artesanal de tradição cultural, promovendo o desenvolvimento social e econômico das comunidades envolvidas nessas ações. Com 30 anos de carreira como alta executiva de empresas como *Alpargatas*, *Triumph* e *Gucci*, *Sônia* revigorou o trabalho da *ArteSol*, promovendo, no jargão corporativo, um choque de gestão. Em 2014, ao assumir a presidência da instituição, passou um ano em campo, viajando o País para conhecer de perto os grupos produtivos e suas idiossincrasias. Encontrou uma intrincada realidade, pela falta de políticas públicas para o artesanato. Veio então a primeira grande conquista: uma lei federal que o reconhece como profissional. "Mas não adianta só assinar a lei: é preciso escrever a portaria, colocar as diretrizes, tem 27 Estados envolvidos. É um longo processo", explica. A lei foi um esforço conjunto, que ela acredita em boa parte ao grupo *Mulheres do Brasil*, criado pela empresária *Luiza Helena Trajano*, presidente do *Magazine Luiza*, para pensar o desenvolvimento do País, com especial olhar para as questões femininas. *Sônia* faz parte do núcleo principal, formado por dez executivas, entre elas *Claudia Sender*, presidente da *Latam*; *Patrícia Moraes*, diretora do *JP Morgan* no Brasil; e *Andréa Alvarez*, vice-presidente de marketing da *Natura*.



Sônia Quintella usa *Vaga Feminista*, *Tamara*, *Pulcinha Redezaz*, *Colar Lucia Ferreira de Andrade*, e *Brincos Lukalwee*

Styling: *Adriana*

20/30 comunicação

Um dos destaques da comunicação Artesol em 2016 foi a ampliação expressiva da nossa atuação junto às novas mídias (facebook, instagram, youtube). Além de informar e divulgar ações, produtos e conceitos, elas nos trazem uma ampla possibilidade de interagir com os mais diversos públicos. A ideia é promover um diálogo constante com a sociedade, no intuito de valorizar o segmento e promover o Brasil criativo, autêntico e inspirador que existe por trás de cada objeto artesanal. Utilizou-se das tecnologias de comunicação para gerar valorização cultural, estimular a comercialização dos produtos e difundir a riqueza da nossa diversidade de técnicas, matérias-primas e histórias.

menu

| canais | resultados |
|--|---|
| website  | 468.476 visitas 39.000 (média mensal) 23% de aumento em relação a 2015 70% de novos visitantes |
| fale conosco  | 810 pessoas atendidas orientações sobre: compra e venda de produtos das comunidades da Rede, capacitação, orientação aos artesãos e estudos e pesquisas sobre Comércio Justo; Artesanato de Tradição; Povos Tradicionais e Técnicas Artesanais e outros assuntos. |
| facebook  | 14.000 seguidores 29% de aumento em relação a 2015 68 mil pessoas alcançadas por mês através das postagens média de 304 pessoas envolvidas com as postagens |
| instagram  | 2345 seguidores 41% de aumento em relação a 2015 |
| youtube  | 624 assinantes |

21/30
**comunicação e
parcerias**

Outro destaque em 2016 no campo de comunicação foi o estabelecimento de parcerias estratégicas para ampliar o alcance do conteúdo produzido pela organização. Um exemplo é o plano de comunicação criado junto ao Shopping Iguatemi, que se dedicou a compartilhar matérias, posts e links da Artesol em suas publicações impressas e redes sociais, que alcançam cerca de 200 mil pessoas.

Já o projeto Artiz incluiu um trabalho cuidadoso de comunicação para posicionamento de marca, que foi possível graças a uma parceria com a Agência Carme que criou toda identidade visual.



menu

ar
tiz

raiz
ar
brasis
abraço
traço
intra
matria
matriz

POP-UP STORE
JK IGUATEMI, PISO 2

22/30 Artesol na imprensa

Durante o ano, a Artesol conquistou espaços qualificados na imprensa através de conteúdos que abordaram a importância da salvaguarda do artesanato brasileiro, a exclusividade das peças comercializadas na Artiz, os aspectos socioeconômicos da atuação da organização e a dimensão social de eventos como o Jantar Artesol.

A inauguração da Artiz, por exemplo, foi pauta no jornal Valor Econômico e na Vogue, principal publicação de moda do País. Também vale destacar os espaços do Correio Brasiliense, portais Glamurama e Harper's Bazaar, Jornal Estadão e Revista Casa Cláudia, entre outros canais da mídia segmentada.



... e Brasil crescer, além de desenvolver a indústria e a infraestrutura, temos que investir no artesanato

Carvalho faz do artesanato acessório de vestuário, ocupação que questiona de ser vítima viva de peças como o colar de capim feito pelo grupo Juá de Filha, aqui do Distrito Federal e um dos produtos da Artesol. Criada no ano passado, a plataforma (disponível em www.artesol.org.br) é um canal para exposição de trabalhos e conecta artesãos com compradores. A iniciativa é apenas mais uma das vitórias criadas pela presidente há dois anos. A afecção da mestra em marketing digital vai além dos acessórios que usa: trabalhar em prol do artesanato e da valorização dos artesãos e de suas obras é motivo de orgulho pessoal.

...to grande que a administradora deixou a carreira de executiva para se engajar no terceiro setor. Com o objetivo de salvaguardar o artesanato, a organização que Sônia preside foi criada em 1998, nos

Escultura em cerâmica "forró no pé de jacá", produzida por Sil, de Cajueiro, Alagoas

Sustentabilidade

No mês de setembro, a Artesol reuniu mais de 300 convidados em seu Tradicional Jantar no JK Iguatemi com o objetivo de valorizar o artesanato de tradição no país e captar recursos para os seus projetos anuais. Ao todo, 22 peças artesanais forma leiloadas, com destaque para a escultura em cerâmica “ O Boi”, do mestre artesão João das Alagoas. Ao todo foram arrecadados no evento R\$ 341.601,000

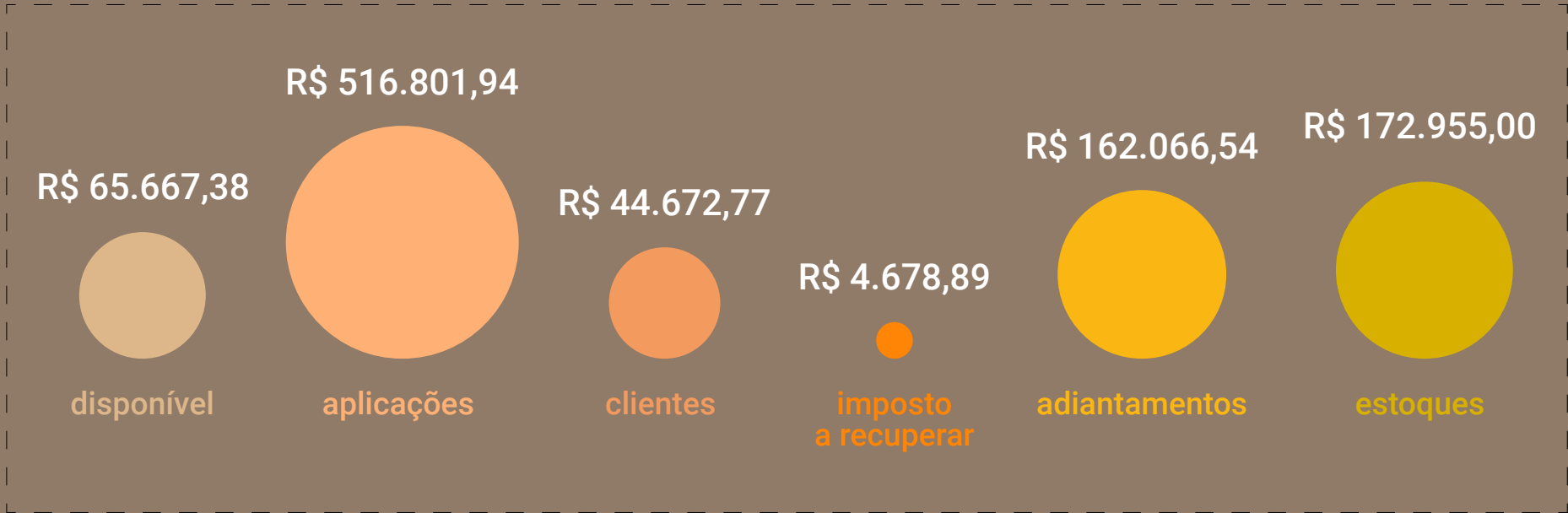


Demonstrativos Financeiros

—
Balanço social
encerrado em
31/12/2016

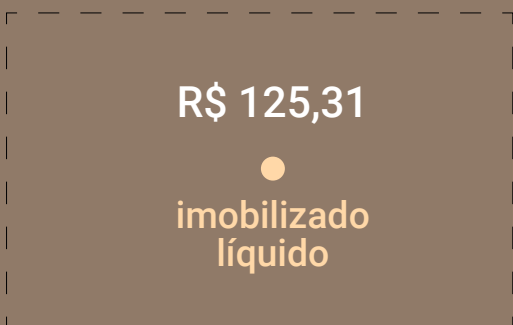


ATIVO / circulante



= R\$ 966.842,52

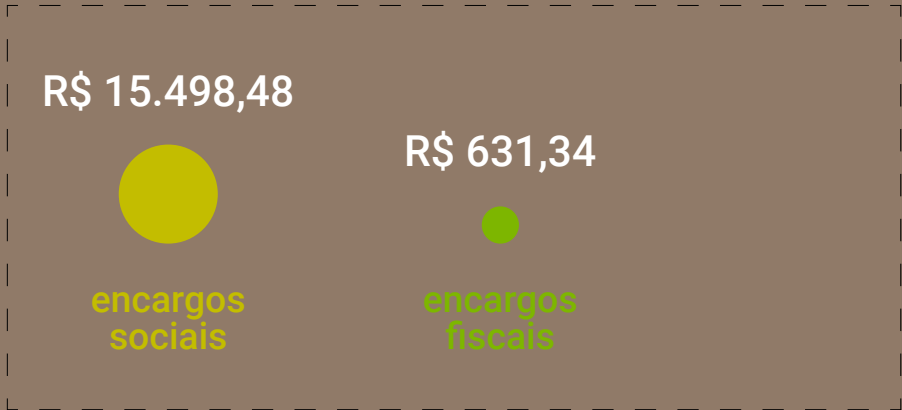
ATIVO / não circulante



= R\$ 125,31

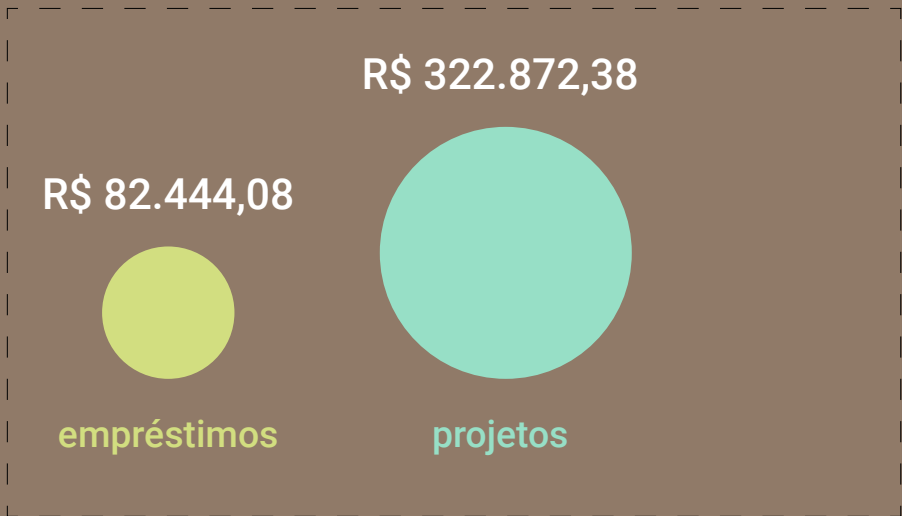
= R\$ 966.967,83

PASSIVO / circulante



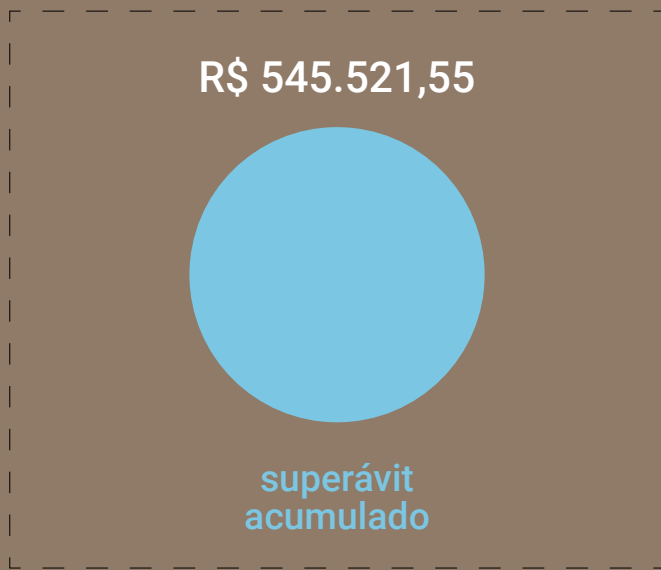
= R\$ 16.129,82

PASSIVO / não circulante



= R\$ 405.316,46

PASSIVO / patrimônio Líquido



= R\$ 545.521,55

= R\$ 966.967,83

Demonstração do Superávit ou Déficit do exercício

27/30
Artesol na
imprensa
—

prestações
de serviços R\$ 28.320,00

vendas R\$ 292.808,90

doações R\$ 559.505,37

receita operacional líquida = R\$ 880.634,27

(-) Deduções

(-) impostos
incidentes R\$ 1.273,00

(=) resultado líquido
R\$ 879.361,27

(-) Custos operacionais

(-) produtos
vendidos R\$ 21.360,46

(-) pessoal R\$ —

(-) gerais R\$ 5.479,45

= R\$ 26.839,91

(=) resultado bruto
R\$ 852.521,36

28/30

**Artesol na
imprensa**

—

(+/-) Despesas e receitas operacionais

(-) gerais e administrativas  R\$ 599.170,48

(-) tributárias  R\$ 2.137,50

(-) financeiras  R\$ 3.118,12

(+/-) outras  R\$ 17.022,61

receitas e
despesas
operacionais

= R\$ 587.403,49

(=) resultado operacional antes da apuração do imposto de renda

R\$ 265.117,87

(-) provisão imposto de renda R\$ —

(-) provisão de contribuição social R\$ —

= R\$ —

(=) superávit do exercício

R\$ 265.117,87

Parceiros

Mantenedores



Internacionais



Serviços ProBono



Estratégicos



Parceiros | Jantar



Parceiros | Artiz



Conselho e equipe

Diretoria

Sonia Cristina Rehder Quintella de Carvalho
Presidente

Margarida Cintra Gordinho
Diretora de Relações Institucionais

Antonio Augusto Arantes Neto
Diretor de Relações Internacionais

Conselho Fiscal

Maria do Carmo Abreu Sodré Mineiro
Maria Luiza Bresser Pereira
Maria Cecília Oliva Perez

Conselho Técnico Consultivo

Adélia Lúcia Borges
Antonio Augusto Arantes Neto
Carlos Alberto Ricardo
Gilda Portugal Gouvea
Marina de Melo e Souza
Regina Célia Esteves de Siqueira
Renata Cunha Bueno Mellão
Ricardo Lima

Equipe Executiva

Josiane Cristina Masson Alves da Motta
Coordenação executiva
Sheila Aparecida Maiorali
Assessoria administrativa e financeira
Tatiane Cotrim
Assessoria de comunicação
Carina Marconi
Assessora comercial
Jaíne da Silva
Articuladora de rede
Maria Stella Barbosa
Captação de recursos

Equipe Artiz

Isabela de Moraes
Luciane Marinari
Gustavo Beringel dos Santos
Camila Cardellini de Almeida

Consultores

Júlio Lêdo
Luciana Vale
dia Vendramini
Paula Dib
Renata Mendes

Voluntárias

Ana Barbosa
Claudia Nercessian
Fernanda Sodré
Ingrid Wahle
Maria Laura Quintella
Regina Boer
Vivian de Campos
Ana Guimarães

Cláu-

