

RELATÓRIO ANUAL ARTESOL

2017



ARTESOL

Sumário

APRESENTAÇÃO



● 04 ●



MISSÃO E MODELOS
DE ATUAÇÃO

● 06 ●



PROGRAMAS

● 07 ●



GIRO 2017

● 08 ●

PROJETOS



● 10 ●



COMUNICAÇÃO

● 19 ●



SUSTENTABILIDADE

● 26 ●

DEMONSTRATIVO
FINANCEIRO

● 29 ●



PARCEIROS

● 31 ●



CONSELHO E EQUIPE

● 32 ●

PALAVRA DA PRESIDENTE



Sonia Quintella
Presidente

O ano de 2017 foi um ano transformador na história da Artesol por vários motivos. O início da execução do projeto Rede Artesol trouxe um grande desafio, mas nos proporcionou uma real imersão no Brasil feito à mão, nas mais diferentes partes do País. Nas primeiras etapas dessa iniciativa - que tem como foco o mapeamento e a divulgação dos principais grupos produtivos de artesãos brasileiros, nossa equipe realizou diversas pesquisas, entrevistou dezenas de lideranças comunitárias, trabalhou na articulação com órgãos públicos e viajou para diferentes territórios, biomas, aldeias e terras quilombolas do País. Esse encontro com as comunidades, mestres e artesãos e tantos personagens do interior do país nos enche de motivação para seguirmos firmes no propósito de revelar esse Brasil autêntico repleto de nuances, potencial

criativo, saberes populares e capacidade de desenvolvimento.

Na outra ponta, o fortalecimento da nossa parceria com o grupo Iguatemi e a transformação da pop up ARTIZ em um espaço permanente de comercialização e negócios nos proporciona uma chance única de fazer mais uma conexão entre esses Brasis de lá e o Brasil de cá, ansioso por consumir, conhecer, estudar e interagir com expressões autênticas de arte, design, cultura, ancestralidade e identidade própria. Essas duas frentes principais (articulação em rede e comercialização) nos fizeram entrar no ano de 2018 – em que completamos 20 anos de história - cheios de novas perspectivas e oportunidades. Esperamos contar com vocês para celebrar, prestigiar, compartilhar e somar nesse novo ciclo.

APRESENTAÇÃO



Josiane Masson
Coordenadora executiva

O relatório de atividade anual é um documento para prestar contas à sociedade dos resultados alcançados por uma Organização frente à sua missão social. Nesse sentido, esse relatório foi estruturado a partir dos principais aspectos de governança, gestão interna e relacionamento com os nossos diversos públicos de interesse: artesãs e artesãos, comunidades, patrocinadores, apoiadores, clientes, fornecedores, colaboradores e a sociedade civil.

Numa retrospectiva de avaliação do ano, percebo que tivemos um período desafiador frente as questões políticas, econômicas e sociais do Brasil, que não deixam de afetar os ânimos e também as negociações de continuidade de projetos. Contudo, se por um lado, esse cenário configura-se como uma ameaça, por outro, nos fez exercitar a criatividade na

busca de novas soluções, fortalecendo a cultura de trabalho em rede de cooperação.

Assim, me orgulho de ver as conquistas da Artesol alcançadas por um time comprometido de dirigentes e colaboradores, cuidadosos com os processos de inovação sem perder de vista os princípios e valores de uma organização que fez história e é uma referência para o setor do artesanato tradicional brasileiro.

Estou segura de que aprimoramos os mecanismos de governança, com um Comitê Técnico Consultivo acompanhando os projetos em reuniões bimestrais, o Conselho Fiscal em reuniões mensais e o Conselho de Administração com um acompanhamento semanal. O trabalho sistemático dessas três instâncias de governança me auxiliaram a olhar para fora e a en-

tender cada vez mais e melhor as necessidades do segmento para, assim, olhar para dentro a fim de readequar processos, produtos e serviços.

Nas metas traçadas para o 2017, tínhamos três prioridades: a execução do projeto **Rede Artesol**, a implementação da Artiz como projeto permanente e a captação de recursos para o projeto **Festival da Cultura Imaterial no Fazer Artesanal**. Todas foram atingidas e os resultados poderão ser conferidos ao longo do relatório.

Esses projetos foram inspiradores, fazendo com que os envolvidos diretamente na execução sentissem o propósito da causa que abraçaram - e esse sentimento se espalhou, incentivando outros indivíduos a valorizar e desenvolver projetos envolvendo o "feito à mão", reconhecendo o talento e

a importância dos artesãos e seus saberes e fazeres. Por isso, ampliamos e fortalecemos significativamente a nossa rede de patrocinadores, voluntários, colaboradores, clientes e seguidores, colhendo depoimentos positivos sobre a relevância das ações da Artesol no campo socioeconômico e cultural nacional.

Tendo como premissa a transparência, esse relatório apresenta também o balanço financeiro do exercício 2017, prestando contas à sociedade da aplicação dos recursos recebidos. Ainda no contexto das premissas, quero ressaltar que a Artesol é uma organização signatária do Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU) e, dessa forma, manteve seu olhar atento para seus processos visando contribuir com o desenvolvimento sustentável do planeta, demonstrando seu querer e busca incansavelmente de fazer a diferença.

Nossa história continua em 2018 com energia total e a gratidão a todos aqueles que nos apoiaram e confiaram no nosso trabalho. Assim, reafirmamos nosso compromisso de trabalhar sempre em parceria com as artesãs, os artesãos, as comunidades, os patrocinadores e demais agentes da nossa Rede.

Seguimos firmes na valorização do artesanato de tradição como um ativo patrimonial, no fortalecimento dos artesãos como protagonistas e guardiões do ofício, no propósito de revelar para as novas gerações os encantos e as possibilidades econômicas da atividade artesanal, na supervisão do uso responsável das matérias-primas de nossos biomas e no foco de difundir o movimento do comércio justo no Brasil.

Seguimos firmes.



MISSÃO

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



MODELO DE ATUAÇÃO

sustentabilidades cultural, econômica e ambiental

comércio justo +
trabalho associativo +
desenvolvimento +
desenvolvimento técnico +
gestão empreendedora

valorização dos saberes tradicionais

cidadania +
autoestima +
desenvolvimento humano

PROGRAMAS

CAPACITAÇÃO

Capacitar artesãos, mestres e grupos produtivos, estimulando-os a gerir de forma empreendedora seus negócios, utilizar novas tecnologias de comunicação e boas práticas de comercialização.

DESENVOLVIMENTO 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.

FOMENTO CULTURAL

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

POLÍTICAS PÚBLICAS

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



GIRO



Viagem de Relacionamento com voluntários para Costa do Saúpe / Bahia



Reabertura da Loja Artiz



Bazar do Dia das Mães na Artiz



Viagem de mapeamento Rede Artesol para Manaus e Novo Airão - Amazonas

JANEIRO

FEVEREIRO

MARÇO

ABRIL

MAIO

JUNHO

Captação de recursos para o Projeto Rede Nacional do Artesanato Cultural Brasileiro



Viagem Piauí para celebração de parceria com o município de Teresina e mapeamento de artesãos de todo o estado para a Rede Artesol

Celebração da semana do Comércio Justo/ Fair Trade com campanha internacional WFTO - World Fair Trade Organization



Viagem de mapeamento Rede Artesol para Muzambinho (Minas Gerais)

Viagem de mapeamento Rede Artesol para Cariri (Ceará)

Projeto de Residência Artística
Brasil – Belgica no Piauí

Exposição "Joias" no MADE
Mercado Arte Design



Finalização de pesquisas de
mapeamento dos grupos
para a Rede Artesol



JULHO

AGOSTO

SETEMBRO

Viagem de mapeamento
Rede Artesol
Feneart / Pernambuco

Lançamento do Projeto
Quiosque Solidário –
parceria Instituto Center Norte

Viagem de mapeamento
Rede Artesol
Jalapão/Tocantins

Viagens de mapeamento
Rede Artesol Expedição
Pantanal /Mato Grosso do
Sul

Realização do Evento: Jantar Artesol



Consultoria Accenture em
comercialização eletrônica e
marketing digital

Viagens de mapeamento
Rede Artesol no Rio de Janeiro

OUTUBRO

Finalização do desenvolvimento
web do Portal Rede Artesol



Participação nas feiras: A Mini,
Rosenbaum e Feira Viva

NOVEMBRO

Treinamento dos consultores
da Rede Artesol

Participação
Bazar Borboleta

Apresentação sobre Artesanato
e Design na Casa Vogue Experience

Campanha de Natal "Presenteie
Alma Brasileira"

Captação de recursos para
o projeto: Festival da Cultura
Imaterial no Fazer Artesanal

Realização Bazar Artesol

Lançamento do Catálogo Artiz

DEZEMBRO

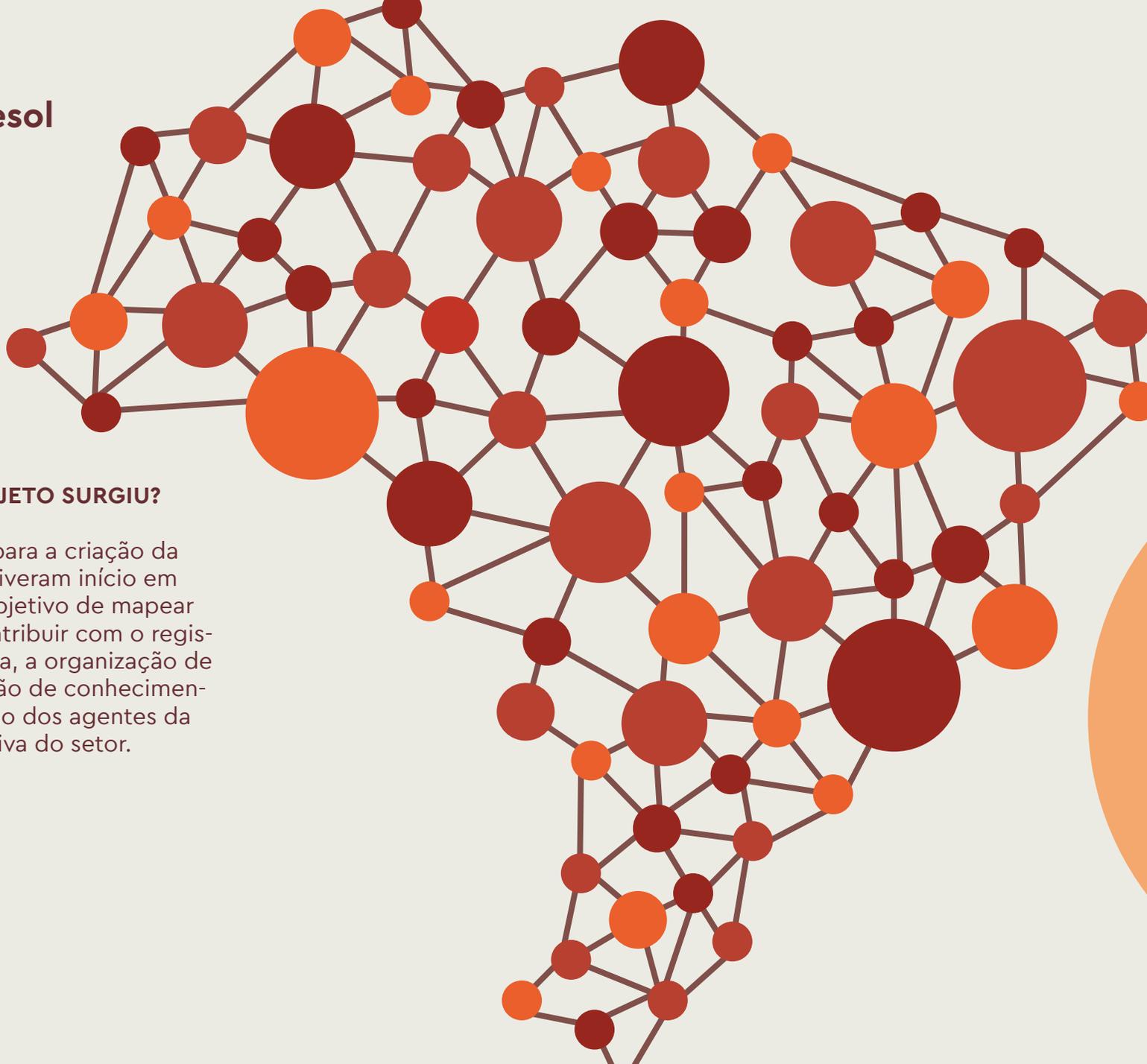
Viagens de mapeamento
Rede Artesol em São Paulo



••
PROJETOS
INSTITUCIONAIS



Rede Artesol



COMO O PROJETO SURTIU?

As pesquisas para a criação da Rede Artesol tiveram início em 2014 com o objetivo de mapear artesãos e contribuir com o registro da memória, a organização de dados, a difusão de conhecimentos e a conexão dos agentes da cadeia produtiva do setor.

O QUE É A REDE?

A Rede Artesol é uma comunidade viva de membros e parceiros que trabalham em conjunto para a valorização do artesanato cultural brasileiro, impulsionando a criação de políticas e recursos para o reconhecimento dos artesãos e grupos criativos de produção artesanal em todo o país.

AVANÇOS

Em 2017, o projeto que estava aprovado pela lei de incentivo Rouanet contou com o patrocínio das Casas Pernambucanas e da Cielo, entrando assim numa fase de fortalecimento, com a possibilidade de intensificar e aprofundar as pesquisas, sistematizar os dados e criar uma nova plataforma moderna, mais profissional e potente para fomentar as conexões do setor. Durante o ano, foram implementadas várias fases do projeto que incluiu a articulação com artesãos e gestores, o mapeamento dos principais grupos de artesãos ativos no país, a definição de estratégias de intervenção nas comunidades, o desenvolvimento de um portal/ plataforma web e o início das viagens de capacitação tecnológica em campo.



Itawi Albuquerque / Sedetur AL

Metas do projeto:

1. Mapear, mobilizar e incluir perfis no Portal da Rede de:

- 100 grupos criativos de produção artesanal de 24 Estados
- 30 agentes de comercialização
- Espaços culturais de fomento
- Organizações de apoio

2. Produzir conteúdo conceitual sobre:

- A dimensão patrimonial do artesanato de tradição cultural no Brasil
- Os autores
- As técnicas
- Os contextos de produção
- O comércio justo

3. Produzir conteúdo editorial sobre a relação do artesanato com temas contemporâneos e aspectos sociais, ambientais e econômicos.

4. Criar um ambiente virtual de capacitação com web-aulas sobre temas identificados como demandas para o desenvolvimento técnico e empreendedor dos artesãos.

5. Criar um ambiente de articulação/rede social para promover conexões entre os diversos elos da cadeia produtiva do artesanato.

6. Realizar capacitações de inclusão digital nos 100 grupos mapeados para potencializar o uso da plataforma.

Processos

MOBILIZAÇÃO

O primeiro passo para a realização do mapeamento dos membros foi uma ampla e direta articulação com os grupos de artesãos, lojistas, representantes do Programa do Artesanato Brasileiro - PAB, Sebraes Estaduais e outros órgãos de apoio e fomento, a fim de apresentar o conceito do projeto e gerar engajamento desses atores no projeto.

—

MAPEAMENTO SECUNDÁRIO

Para mapear novos grupos e validar os que já haviam sido identificados, a equipe do projeto mergulhou a fundo no estudo de bancos de dados existentes na web, publicações, catálogos, cadastros de programas de apoio. Cruzando informações chegou a um pré-mapeamento de **244** grupos.

ARTICULAÇÃO

A partir do pré-mapeamento, a equipe de articuladores entrou em contato com todos os grupos identificados para fazer um diagnóstico das atuais condições de cada núcleo e identificar o real interesse de fazer parte do projeto integrando a rede. Nesse contato direto foram selecionados **134** grupos para a produção de perfil e desses, **126** para receber a capacitação em tecnologia e comunicação.



VIAGENS DE MAPEAMENTO

Foram realizadas as primeiras viagens de mapeamento in loco para estados onde a Artesol tinha pouca relação com os grupos produtivos. Durante essas viagens, houve um estudo e uma avaliação de potencial das associações, levando-se em consideração a técnica utilizada, o nível de organização e a capacidade produtiva e logística.

–

PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

A produção de conteúdo para a plataforma da Rede Artesol como previsto nas metas do projeto, incluiu a criação de um blog com seis linhas editoriais para aprofundar as conexões entre o artesanato e a cultura popular, a biodiversidade, o design, a inclusão social, a cultura popular, a moda, entre outros temas. Para isso, foram entrevistados estilistas, antropólogos, gestores públicos, fotógrafos e outros especialistas ligados à produção artesanal no Brasil.

TREINAMENTO DE CONSULTORES

Para a capacitação em tecnologia e comunicação dos artesãos, foi desenvolvida uma metodologia de trabalho focada no uso das ferramentas da plataforma da Rede Artesol. Um time de 9 consultores foi treinado para realizar esse trabalho nos 100 grupos. Essa etapa de capacitação está prevista para 2018 e o foco será o uso da tecnologia e a comunicação estratégica para divulgar técnicas, histórias e produtos artesanais, além da articulação com outros membros da cadeia.



Projetos

ARTIZ

O projeto Artiz consiste na criação de uma loja conceito, operando também como um espaço de negócios da Rede Artesol. O mix de produtos são selecionados dentre os grupos e artesãos que integram a Rede Artesol por um time curador que avalia pontos como: qualidade, preservação da técnica tradicional, inovação, modo de produção, utilidade.

O projeto idealizado em 2016 é viabilizado através de uma parceria da Artesol com o JK Iguatemi com foco em promover o comércio justo e ético de peças cuja sofisticação está na

autenticidade e exclusividade do design artesanal brasileiro, servindo como uma vitrine para as comunidades tradicionais brasileiras.

Em 2017, devido aos representativos resultados quantitativos e qualitativos do projeto, o JK Iguatemi decidiu dar continuidade ao projeto, transformando a loja antes uma pop up store em espaço permanente, incluindo-a em seu conjunto de lojas fixas do mall. Isso trouxe um novo patamar para o negócio, estimulando novas iniciativas voltadas para o fortalecimento da marca.



Resultados

- 60 Grupos artesanais beneficiados
- 22 Estados envolvidos
- 20 Designers trabalhando em co-criação com os artesãos
- 2.500 Itens compondo o mix da loja
- 5258 Visitantes em 9 meses de projetos

••
PROJETOS
COM PARCEIROS



RESIDÊNCIA ARTÍSTICA BRASIL BÉLGICA

OS DESIGNERS

A segunda edição da residência artística promovida pela Artesol junto à curadora belga Elien Haentjens, do Projeto Beleza Design Art, aconteceu no mês de agosto de 2017, no Delta do Parnaíba (PI) junto à Associação dos Trançados Ilha de Santa Isabel. No período, quatro designers belgas experimentaram 15 dias de imersão na região onde puderam viver e aprender com artesãos tradicio-

nais a arte de trançar as folhas da palmeira carnaúba, cercados por um verdadeiro santuário natural. Os artistas convidados foram Sep Verboom do projeto Livable World, Linde Freya do studio Destroyers/Builders e Laura Caroen. A equipe ainda foi composta pela articuladora Camila Pinheiro, da Artesol que facilitou a experiência.



DELTA DO PARNAÍBA

A Ilha de Santa Isabel fica no Rio Parnaíba, que deságua no mar em cinco grandes braços salpicados por 80 arquipélagos, com vegetação intocada. Durante o intercâmbio, os designers e as artesãs piauienses criaram juntos uma coleção de novas peças a partir das técnicas tradicionais com o título "Joias" (www.joias.be).

Os objetos foram expostos na feira Mercado Arte e Design (MADE) que aconteceu entre 09 a 13 de agosto no Pavilhão da Bienal no Parque Ibirapuera, na capital paulista, onde a presidente da Artesol - Sonia Quintella participou de um debate sobre artesanato e design.



•
DA MATÉRIA PRIMA



••
AO PROCESSO



•••
AO PRODUTO FINAL

QUIOSQUE SOLIDÁRIO

Entre os meses de agosto e outubro de 2017, a ArteSol realizou o Projeto Quiosque Solidário, uma parceria com o Instituto Center Norte. A proposta da ação foi estimular o fortalecimento de associações de artesãos de, proporcionando uma experiência de comercialização direta dos grupos tradicionais com o público final, a partir do apoio logístico e de marketing oferecido pela Artesol.

O projeto trabalhou com 11 grupos de artesãos de 7 estados que tiveram a oportunidade de comercializar seu trabalho desenvolvido com técnicas tradicionais como a cerâmica, a tecelagem, os bordados, a cestaria, entre outras, no shopping de maior circulação da capital paulista.

A cada semana o quiosque cedido pelo shopping foi ocupado por um grupo diferente que aprendia a se relacionar com o público

geral ao lado de grandes lojas nacionais e internacionais, contando com o suporte da equipe Artesol. Além da comercialização direta, muitas associações tiveram a oportunidade de conhecer novos clientes lojistas e receber encomendas expressivas, além de divulgar suas peças através das redes sociais da Artesol. Alguns dos artesãos convidados para participar do projeto não conheciam a capital paulista e contaram com apoio de hospedagem e alimentação ou transporte para participarem da ação.



Participaram da ação os grupos:

- Central Veredas (MG)
- Associação dos Artesãos de Coqueiro Campo e Campo Alegre (MG)
- Copartt (BA)
- Associação dos Artesãos de Santa Brígida (BA)
- Pontos e Contos (AL)
- Bichos do Mar de Dentro (RS)
- Miriti da Amazônia (PA)
- Associação dos Artesãos de Riacho Fundo (PB)
- Associação de artesanato Xique Xique (PI)
- Joias do Quilombo (BA)
- Trançados da Ilha de Santa Isabel (PI)

••
COMUNICAÇÃO



COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

A área de comunicação da Artesol abrange três diferentes frentes. A mais geral é a comunicação institucional da organização que diz respeito à produção de materiais de divulgação e a manutenção do relacionamento com os mais diferentes públicos através dos canais oficiais, como: Fale Conosco no site, redes sociais (Facebook e Instagram) e da interface com a mídia.

A publicação de conteúdos no site é sistemática, assim como a divulgação de pautas junto a veículos segmentados e atendimento de demandas espontâneas de informações e imagens para diferentes fins como seção de produtos, entrevistas, disponibilização de dados e contatos etc. Em 2017 a proposta, além de comunicar as próprias ações da Artesol ao público, foi criar conteúdos exclusivos sobre artesanato e

desenvolvimento sustentável, divulgar eventos e políticas públicas do segmento em geral. A ideia consiste em pautar a opinião pública sobre o tema, estimulando novas discussões e subsidiando a mídia e influenciadores com informações estratégicas que possam valorizar o fazer artesanal enquanto manifestação cultural.



SEB VERBOOM

- ▶ Industriële ontwerper (27), studeerde aan Howest en Vives in Kortrijk.
- ▶ Zijn ontwerpen brachten hem al tot in Brazilië, Indonesië en de Filipijnen.
- ▶ Duurzaamheid is volgens hem de sleutel naar de toekomst.
- ▶ Hij ontwierp voor onder meer Vincent Sheppard en won dit jaar de Henry van de Velde Award voor jong talent.
- ▶ <https://viable.world/>

▶ 'Als ontwerper vind ik het belangrijk dat je weet waar je product gemaakt wordt en uit welke materialen het bestaat. Dat klinkt als een vanzelfsprekendheid, maar dat is het vaak niet. Daarom dat ik graag dicht bij het productieproces sta. De betrokkenheid van de mensen met wie ik werk, is groot. Of dat nu in Brazilië, Indonesië, op de Filipijnen of hier is. Als ontwerper ben je maar een schakel in het proces.'

'Deze maskercollectie is nog niet bekend, ze werd gemaakt tijdens een project in Brazilië. Ik werkte toen tegelijk aan een collectie tafels van gedroogde palmvezels. Met dit tweede project wilde ik de plaatselijke bevolking een stem geven. De maskers symboliseren hun afkomst en hun achtergrond, iets om fier op te zijn. Ze staan voor hun geschiedenis, hun muziek en hun kleurrijke patronen, de slavernij, maar ook voor hun trots. Het is en blijft natuurlijk decoratief en verhalend, maar het is een toegankelijk voorwerp dat het makkelijker maakt om iets naar buiten te brengen. Als ontwerper communiceer je nu eenmaal met objecten. Ik ben geïnteresseerd in andere culturen, maar het hoeft niet altijd aan de andere kant van de wereld te zijn. Op dit ogenblik ben ik in Gent betrokken bij een project waarin het ambacht van steenkappen centraal staat.' 'Ik vind het een uitdaging om de industrie ervan te overtuigen dat transparant werken een meerwaarde kan bieden. Je kunt er op z'n minst naar



De Standaard Magazine

O design Sep Verboon, selecionado entre os melhores designers do país pela revista belga com a peça "OLHO mask" criada no Delta do Parabaíba, no Piauí durante residência artística Artesol.

Sergio J. Matos, Artesol e o design em comunidades brasileiras



Portal Casa Vogue

Através de uma aproximação com veículos de imprensa especializada, a presidente da Artesol Sonia Quintella tem se tornado um porta voz sobre o tema do artesanato brasileiro em eventos expressivos como o Casa Vogue Experience.

CARREIRA & DINHEIRO

AGOSTO 2017 // edição Isabella D'Ercole



24 HORAS DE SONIA QUINTELLA

A vida de executiva em grupos como Alparagás, Itambé e Gullit levou a cartista de 55 anos a viajar bastante pelo Brasil. Seu destino favorito era e é Resende, onde congrega lindos artesanatos para decorar sua casa no dia de presente. Em 2014, ela transformou esse hábito em profissão

primeiro como voluntária e depois como presidente da ONG Artesol, que valoriza e capacita artesãos, dando a eles visibilidade e espaço para vender suas peças. "Sou uma mulher experte de área comercial, mas aqui aprendi sobre os valores do artesanato e sobre as pessoas." Veja a rotina dela.

150 | [leia mais](#) | agosto 2017

GUIA BRASIL ARTESANAL

Fauna, flora e cenas do cotidiano viram esculturas feitas a partir de troncos encontrados na beira dos rios. Fibra de piaçava, tucum, tucumã e carnaúba, entre outras plantas nativas, são trançadas e se transformam em belíssimas cestarias. Mãos que não saem do barro e das tintas naturais fazem nascer cerâmicas com motivos gráficos. São muitas as riquezas do artesanato e da arte popular no Brasil. Para iniciados e iniciantes, Casa Vogue fez um guia do que há de melhor em todas as regiões do país

POR BETA GERMANO E REGINA GALVÃO | ILUSTRAÇÕES THALISA MUNIZ KATA



A esq., cesto feito com palha de tucumã pelos artesãos da Cooperativa de Turismo e Artesanato da Floresta, de Santarém, PA; à dir., escultura de Zéthão de Araújo, AL



Artiz reabre as portas de pop up store no shopping JK Iguatemi em São Paulo

Espaço tem como objetivo ser uma ponte entre profissionais de artesanato e os consumidores finais

25/03/2017 - 09h33 - Atualizado 09h33

[Compartilhar](#)
[f](#)
[in](#)
[G+](#)
[t](#)
[Assine J!](#)

MAIS LIDAS

- Ho, ho, ho! Veja as árvores de Natal dos famosos e fashionistas em 2017 - Vogue
- Cabelo: 5 erros que envelhecem a aparência das mulheres - Vogue | Cabelo
- O casamento de Ticiane Pinheiro e Cesar Tralli em Campos do Jordão - Vogue | Noivas
- Mestres do sexy: os estilistas experts em decotes, fendas e transparências - Vogue |

Portal Vogue

Através das ações de assessoria de imprensa a reabertura da Artiz ganhou espaço em veículos de moda, arquitetura e decoração, se posicionando como uma vitrine do artesanato brasileiro.

A rota do artesanato no Brasil

COSTA DO SAUÍPE (BA)

A exuberância da natureza chama atenção dos turistas, que têm inúmeras opções de hospedagem, seja em resorts de luxo ou acomodações mais simples. Os visitantes podem conhecer a tradição dos artesãos do município de Entre Rios, a 74 km de distância. As famílias usam técnicas dos índios tupinambá, como trançar fibras vegetais. Os ensinamentos passam entre gerações: as mulheres aprenderam com as mães e avós a colher, cozinhar, secar, tingir e trançar as folhas da palmeira, que por meio de mãos habilidosas se transformam em cestos, famosos na região. Para visitar a associação, é necessário agendar um dia. **Associação de Artesãos dos Trançados Tupinambá** - (71) 99914-6837 Foto: Lucas Cuervo Moura/Artesol

Jornal Estadão

Uma das reportagens articuladas junto a mídia nacional foi um especial turístico sobre 10 comunidades tradicionais de artesãos que tem grande potencial para entrar na rota do turismo cultural no País. A estratégia é impulsionar a visita a esses destinos para gerar renda extra para os grupos produtivos.

[ESCOLHA SEU SHOPPING](#)
[OUTLET](#)

MUNDO IGUATEMI | TENDÊNCIAS | REVISTA | ARTE E CULTURA

TENDÊNCIAS | TIPS

TIPS por Equipe Editorial Iguatemi

Aqui você encontra tudo que há de mais interessante no momento sobre gastronomia, tecnologia, viagens, cultura e lifestyle. Fique ligado!

23/03/2017 19:00

ARTESANATO DELUXE

sa/masculino/

[ESCOLHA SEU SHOPPING](#)
[OUTLET](#)

MUNDO IGUATEMI | TENDÊNCIAS | REVISTA | ARTE E CULTURA | VIAGENS

TENDÊNCIAS | TIPS

TIPS por Equipe Editorial Iguatemi

Aqui você encontra tudo que há de mais interessante no momento sobre gastronomia, tecnologia, viagens, cultura e lifestyle. Fique ligado!

DESTAQUE PARA

PROGRAMAÇÃO ESPECIAL NA ARTIZ

[MASCULINO](#)
[SAÚDE](#)
[JOVEM](#)
[FEMININO](#)

Está à procura de um presente especial para presentear os homens? Nesse Dia dos Pais? Então vem a hora!

Rede Artesol

O principal foco da comunicação da Artesol em 2017 foi a atuação no desenvolvimento do novo portal da Rede Artesol, o gerenciamento e a criação de conteúdos para este. O primeiro passo foi definir a interface mais adequada para potencializar o projeto junto aos desenvolvedores da plataforma e na sequência foram criadas as diferentes categorias de conteúdo:

- **Conteúdo Conceitual**

(conceitos próprios relacionados ao universo do artesanato desenvolvidos a partir de pesquisa e consultoria especializada)

- **Perfis de Membros da Rede Artesol**

(criação de conteúdo referenciado sobre a história, técnicas e produtos de cada comunidade artesã, totalizando 170 perfis nas diferentes categorias)



- **Blog Artesol**

(criação de banco de conteúdo com reportagens para as seções: (design, inclusão social, inspire-se, biodiversidade, notícias, cultura popular)

Divulgação Artiz

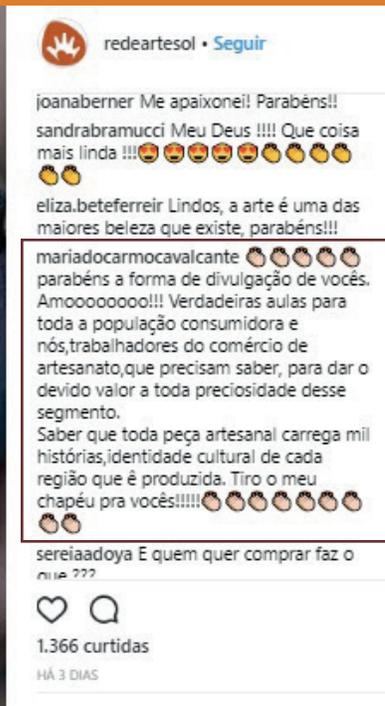


A divulgação do projeto Artiz aconteceu através da alimentação das redes sociais - facebook e instagram e também através da criação do catálogo online Artiz com divulgação de fotos e descritivos das peças da loja e também por meio da criação de campanhas pontuais em datas comemorativas como Dia das Mães, Dia das Crianças e Natal.

Redes Sociais

@redeartesol e @artiz.official

As redes sociais foram os principais meios utilizados pela organização para transmissão de conceitos, valores, notícias, divulgação de produtos e pequenas histórias relacionadas aos grupos e artesãos individuais com quem a Artesol se relaciona. A prioridade foi pesquisar e divulgar conteúdo de impacto, tanto do ponto de vista estético, quanto da linguagem, gerando engajamento e inspirando negócios, iniciativas criativas, pesquisas e a própria comercialização dos objetos artesanais. O compartilhamento de histórias pessoais, relatos de viagens, depoimentos, conceitos, têm trazido um expressivo retorno qualitativo e também em números, medidos através do aumento de seguidores, mais especificamente no Instagram, que hoje é a rede que mais cresce em todo o mundo.



"Amooooooooo!!! Verdadeiras aulas para toda a população consumidora e nós, trabalhadores do comércio de artesanato, que precisam saber, para dar o devido valor a toda preciosidade desse segmento. Saber que toda peça artesanal carrega mil histórias, identidade cultural de cada região que é produzida. "

Maria do Carmo Cavalcante

Performance

ARTESOL

- Instagram: 8 mil seguidores.
Crescimento anual: 241%
- Facebook: 15 mil curtidas
Crescimento anual: 6,6%
- Twitter: 7620
Crescimento anual: 8,5%



ARTIZ

- Instagram: 5.280 seguidores.
Crescimento anual: 115%
- Facebook: 2.458 curtidas
Crescimento anual: 12%



Assessoria de Imprensa

O atendimento à imprensa de forma geral visou o fortalecimento da marca institucional da Artesol, a divulgação de eventos e projetos realizados e também a promoção do artesanato brasileiro e do fazer artesanal como patrimônio imaterial. Entre os resultados de mídia alcançados em 2017 destacam-se reportagens e notícias no Jornal Estadão e revistas segmentadas como Revista Casa e Vogue, Casa e Jardim, Casa Cláudia, Bons Fluidos, Vida Simples, site Glamurama, site do Shopping Iguatemi, Lilian Pacce, entre outros. Entre as pautas, houve conteúdo relacionado ao turismo em comunidades tradicionais, sugestão de produtos da Artiz, entrevistas com a presidente da organização e histórias relacionadas às associações de artesãos.





EVENTOS



Oitavo Jantar Artesol

O Jantar Anual da Artesol é um evento que tem como foco reunir amigos, colaboradores, patrocinadores e voluntários da organização em uma grande festa em que se celebre o artesanato brasileiro e todas suas ricas expressões culturais. A ocasião é uma oportunidade para convidar as pessoas interessadas no segmento a colaborarem com o projeto institucional da Artesol através de um leilão de peças de artesanato e arte popular. Na última edição, o evento reuniu mais de 200 pessoas e foram leiloadas esculturas, redes indígenas, telas bordadas, peças de cerâmica, entre outros objetos criados com diferentes técnicas tradicionais nos mais diversos cantos do País.





DEMONSTRATIVO FINANCEIRO



Balanços Patrimoniais em 31 de dezembro de 2017 e 2016 (em Reais)

ATIVO	Notas	2017	2016
Ativo circulante			
Caixa e equivalentes de caixa	3	1.525.782	582.469
Contas a receber		-	44.673
Adiantamentos		13.175	162.067
Estoques		58.026	172.955
Impostos a compensar		-	4.679
Despesas antecipadas	4	79.667	-
Total do ativo circulante		1.676.650	966.843
Ativo não circulante			
			-
Imobilizado	5	9.794	125
Total do ativo não circulante		9.794	125
TOTAL DO ATIVO		1.686.444	966.968

PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	Notas	2017	2016
Passivo circulante			
Contas a pagar		28.485	-
Obrigações trabalhistas	6	51.229	14.124
Obrigações tributárias	7	11.675	2.006
Projetos a executar	8	1.329.633	322.872
Total do passivo circulante		1.421.022	339.002
Passivo não circulante			
Empréstimos e Financiamentos	9	60.756	82.444
Total do passivo não circulante		60.756	82.444
Patrimônio líquido	10	204.667	545.522
Patrimônio social		204.667	545.522
TOTAL PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO		1.686.444	966.968

Demonstração dos resultados para os exercícios findos em 31 de dezembro de 2017 e 2016 (em Reais)

	Notas	2017	2016
Receitas com restrição			
Minc Pronac	11	249.188	-
		249.188	-
Sem restrição			
Doações	12	348.050	559.505
Venda de ingressos	13	105.360	
Venda de mercadorias	14	735.871	292.809
Prestação de serviços		95.965	28.320
Receitas financeiras	15	19.017	17.023
Receitas diversas		112	-
Gratuidades	16	86.727	-
Impostos Incidentes		(48.632)	(1.273)
Vendas canceladas e devoluções (serviços)		(520)	-
		1.341.951	896.384
Receitas operacionais líquidas		1.591.139	896.384
Custos de Projetos/Vendas			
Custo com projetos	17	(249.188)	-
Custos dos projetos vendidos	14	(398.343)	(26.840)
Resultado bruto		943.608	869.544
(Despesas) operacionais			
Despesas gerais e administrativas	18	(1.007.747)	(599.080)
Despesas tributárias		(5.073)	(2.138)
Depreciação e amortização		(1.006)	(91)
Despesas financeiras	15	(36.244)	(3.118)
Perdas não operacionais	19	(183.187)	-
Gratuidades	16	(86.727)	-
Reversão de despesas de anos anteriores		35.521	-
Total de receitas (despesas operacionais)		(1.284.463)	(604.426)
Déficit/ Superávit do exercício		(340.855)	(265.118)



PARCEIROS

Mantenedor

IGUATEMI

Internacionais



Organização
das Nações Unidas
para a Educação,
a Ciência e a Cultura



ICCN
INTER-CITY INTANGIBLE CULTURAL
COOPERATION NETWORK



WORLD FAIR TRADE
ORGANIZATION

Patrocinadores

cielo



VALE

JKIGUATEMI

Institucionais



Centro Ruth Cardoso

MADE
mercado - arte - design



AlfaSol

Serviços ProBono

Beto Gouvea

CDN

Castro Bernardes

GuiMattos



CONSELHO E EQUIPE

Diretoria

Sonia Cristina Rehder Quintella de Carvalho | Presidente
Margarida Cintra Gordinho | Diretora de Relações Internacionais
Anna Regina De Almeida Pires Neves | Diretor de Relações Intitucionais

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 Gomes Lima

Associados

Adelia Lucia Borges
Anna Regina de Almeida Pires Neves
Adriana Zarvos de Medicis
Andrea Matarazzo
Antonio Augusto Arantes Neto
Celso Lafer
Ceres Alves Prates
Danilo Santos de Miranda
Eliane Gamal Mesquita
Elizabeth Therezinha Vargas
Evangelina Seiler
Genoveva Whitaker de Souza Dias Quintella
Gloria Kalili Rodrigues Meyer
Helena Maria Sant'Ana Sampaio
Julio Sérgio de Maya Pedrosa Moreira
Lidia Goldenstein
Maria Cecilia Oliva Perez
Maria do Carmo Abreu Sodré Mineiro
Margarida Cintra Gordinho
Maria Dulce Queiroz de Vasconcellos

Maria Ignez Correa da Costa Barbosa
Maria Lúcia Montes
Maria Luiz Luz do Prado Bresser Pereira
Maria Thereza Larque de Souza Lobo
Regina Maria Cordeiro Dunlop
Regina Meyer
Renata Cunha Bueno Mellão
Sílvia Rupfermann Rodarte
Sílvia Poppovic
Solange Salva
Vilma Haidar Eid
Waldick Jatoba

Equipe

Executiva

Josiane Cristina Masson Alves da Motta | Coordenação
Sheila Aparecida Maiorali | Assessoria administrativa e financeira
Camila Frois | Assessoria de comunicação
Carina Marconi | Assessoria comercial

Projeto Rede Artesol

Júlio Lêdo de Mello
Paula Dib
Renata Costa Mendes
Raquel Iara Rezende
Helena Luíza Kussik
Camila Paula Pinheiro
Daniela Silva da Cruz

Artiz

Daisy de Oliveira Rock
Gisela Silveira Camargo
Gustavo Beringel dos santos
Mariatereza natalino Dias
Pamela Sousa Silva
Maria Luíza Girassol Freire

Serviços

No lab | desenvolvimento web
Samy Comunicação e Cultura | Projetos incentiva-
dos
Gaia Cultural | Captação de recursos
CCT | suporte TI

Voluntárias

Ana Barbosa
Ana Guimarães
Beatriz Ceshin
Cláudia Nercessian
Regina Boer
Vivian de Campos



ARTESOL

artesol.org.br // institucional@artesol.org.br

R. Pamplona, 1005 - Jardim Paulista, São Paulo - SP, 01405-001 // Tel.: 11 3082 8681