

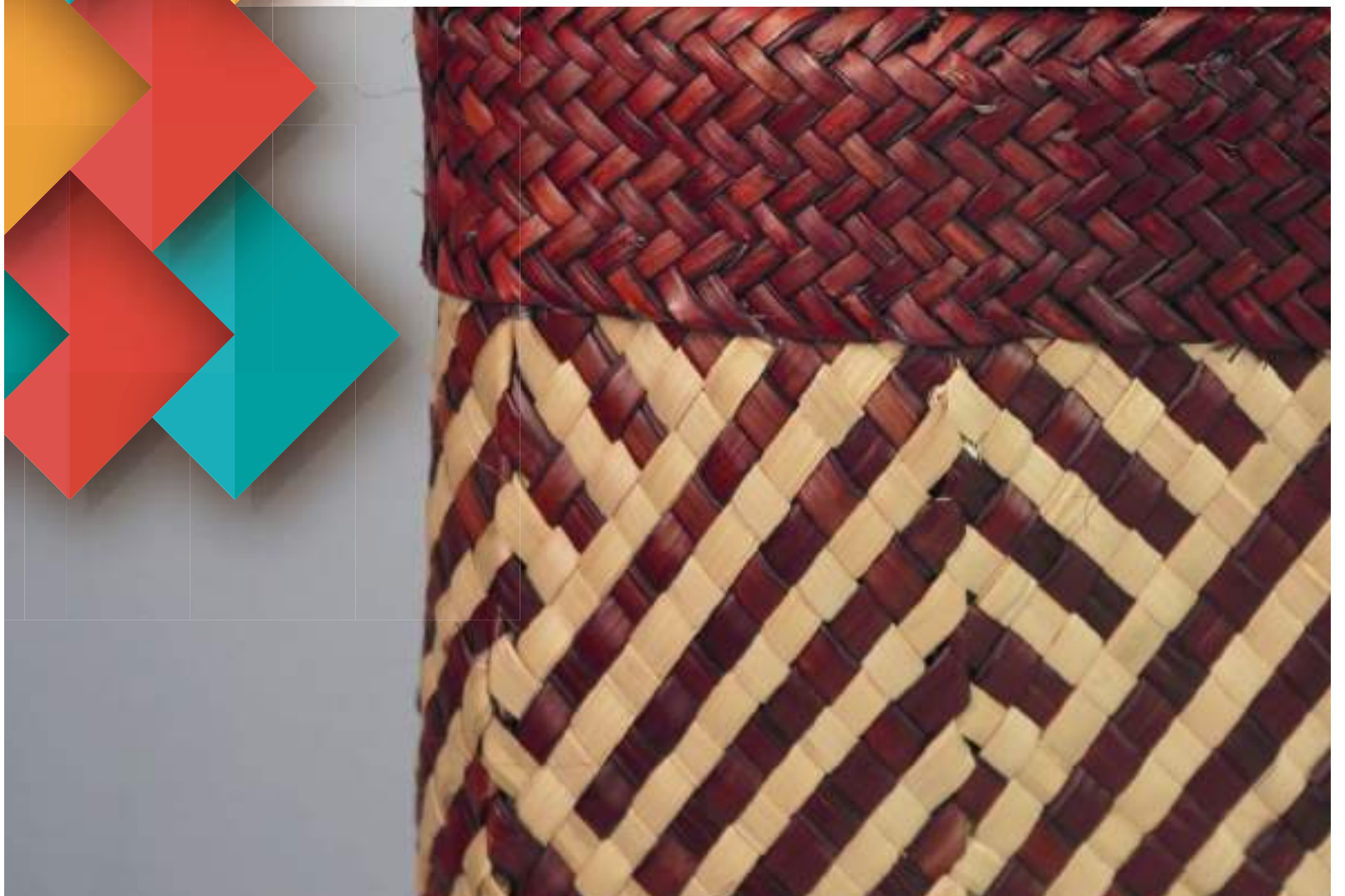


artesanato
da **BAHIA**



ESTUDO PRELIMINAR
DIAGNÓSTICO INTEGRADO
DO ARTESANATO BAIANO





SUMÁRIO

Apresentação e diretrizes metodológicas da pesquisa	04
<i>Sobre a amostra</i>	07
<i>Eixos do diagnóstico</i>	08
<i>Virtualização da pesquisa</i>	22
Dados sociodemográficos	25
<i>Gênero</i>	26
<i>Escolaridade</i>	28
<i>Renda Individual</i>	30
<i>Renda da família</i>	32
<i>Fonte de informação</i>	35
<i>Forma de produção</i>	36
<i>Local de produção</i>	37
<i>Tempo de trabalho com o artesanato</i>	40
<i>Fonte de renda</i>	42
<i>Acesso à Internet</i>	44
<i>Comercialização pela Internet</i>	46
<i>Filiação</i>	48
Matérias-primas	51
Qualificação	73
<i>Capacitação na área de artesanato</i>	74
<i>Temas de interesse</i>	75
<i>Apoios institucionais</i>	82
<i>Qualificação – Local</i>	86
<i>Qualificação – Internet</i>	88
Comercialização	91
<i>Participação em Feiras</i>	92
<i>Produção atual</i>	94
<i>Capacidade de produção</i>	96
<i>Venda da produção</i>	100
<i>Volume financeiro de vendas</i>	101
<i>Rodada de Negócios</i>	102
<i>Destino/compradores</i>	104
<i>Dificuldades na comercialização</i>	106
<i>Sugestão</i>	108
Entrevistas com compradores e lojistas	111
Entrevistas com grupos produtivos	115

APRESENTAÇÃO E DIRETRIZES METODOLÓGICAS DA PESQUISA

Este documento intitulado “Diagnóstico Integrado do Artesanato Baiano” constitui-se em um dos produtos demandados no âmbito do contrato de gestão 24/2019 entre a Associação Fábrica Cultural e o Governo do Estado, através da Secretaria do Trabalho, Emprego, Renda e Esporte - SETRE e da Coordenação de Fomento ao Artesanato - CFA.

A Fábrica Cultural, Organização Social fundada em 2004, trabalha com os eixos estratégicos Educação, Cultura e Sustentabilidade. Em 16 anos de atuação, trabalhou com qualificação de jovens e adultos em áreas criativas, desenvolvimento territorial, grupos produtivos entre outras experiências que se relacionam com o objeto deste contrato. Destaca-se, neste contexto, a realização de um Programa de Desenvolvimento Territorial, o Mercado Iaô, que encontra o Artesanato como segmento central para sua instauração e perspectivas.

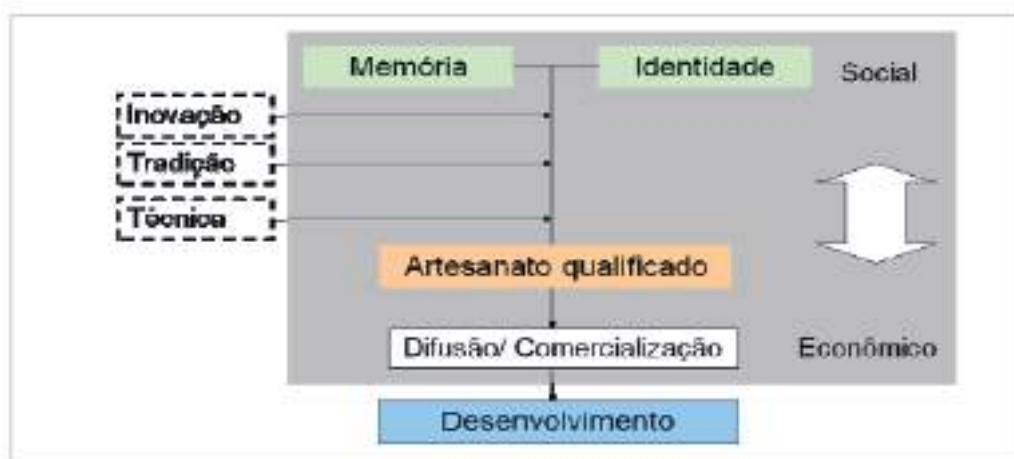
Como premissas para leitura deste documento, faz-se necessário posicionar o artesanato aqui entendido como um processo e não como um resultado, ou seja, como produtos que estão inseridos em relações sociais para além de serem peças ou objetos produzidos por indivíduos ou grupos. Neste sentido, o que será apresentado neste documento será uma “fotografia” de um dado momento do artesanato baiano, a partir da coleta de dados realizada no período de 15 de março a 10 de junho de 2020, não tendo por finalidade ser um documento censitário.

Na esfera estadual, observa-se a estratégia do governo do Estado da Bahia em apoiar atividades de gestão e planejamento nos Territórios de Identidade através de ações integradas e de uma rede de diálogo permanente entre o poder público e representantes da sociedade civil, como forma de compartilhar e solucionar problemas. Neste sentido, foi pensado como estratégia à atuação nos 27 territórios de identidade da Bahia, a partir de nove polos de atuação territorial, que podem ser espaços geográficos de referência para implementação de ações que atinjam um conjunto de territórios com variadas afinidades, incluindo as identidades locais e facilidade de deslocamento das pessoas para participarem de atividades, tais como encontros formativos, feiras, rodadas de negócio, dentre outras.

DEFINIÇÕES CONCEITUAIS ARTESANATO

Há de se considerar, contudo, uma flexível abordagem quando se pretende atribuir, minimamente, características ao artesanato, dada as múltiplas visões epistemológicas possíveis. Um dos fatores que contribuem para esta dificuldade em se definir artesanato repousa na dicotomia expressa entre aqueles que buscam definir a atividade sob o ponto de vista econômico e aqueles que a relacionam mais fortemente com o campo unicamente das produções simbólicas.

Decerto, ambas as perspectivas se mostram representativas da realidade e complementares, por trazerem o motivo pelo qual existe a atividade (expressão cultural) e como alternativa para geração de renda (atividade econômica). Com aparente consenso, pode-se afirmar que o artesanato insere-se como um dos campos de representação da cultura popular, responsável por expressar a identidade cultural de um dado território.



Fonte: elaboração própria

Utilizaremos nesse estudo as conceituações elaboradas no âmbito do Programa do Artesanato Brasileiro – PAB a partir da sua PORTARIA Nº 1.007-SEI, DE 11 DE JUNHO DE 2018, que instituiu o Programa do Artesanato Brasileiro, criou a Comissão Nacional do Artesanato e dispôs sobre a base conceitual do artesanato brasileiro.

No documento, o artesanato é definido como “toda produção resultante da transformação de matérias-primas em estado natural ou manufaturada, através do emprego de técnicas de produção artesanal, que expresse criatividade, identidade cultural, habilidade e qualidade.”

TIPOLOGIAS DE ARTESANATO SEGUNDO O PROGRAMA DO ARTESANATO BRASILEIRO
I- Artesanato Tradicional: a produção, geralmente de origem familiar ou comunitária, que possibilita e favorece a transferência de conhecimentos de técnicas, processos e desenhos originais, cuja importância e valor cultural decorrem do fato de preservar a memória cultural de uma comunidade, transmitida de geração em geração; II- Arte Popular: caracteriza-se pelo trabalho individual do artista popular, artesão autodidata, reconhecido pelo valor histórico e/ou artístico e/ou cultural, trabalhado em harmonia com um tema, uma realidade e uma matéria, expressando aspectos identitários da comunidade ou do imaginário do artista; III- Artesanato Indígena: é resultado do trabalho produzido por membros de etnias indígenas, no qual se identifica o valor de uso, a relação social e a cultural da comunidade, sendo os produtos, em sua maioria, incorporados ao cotidiano da vida tribal e resultantes de trabalhos coletivos, de acordo com a divisão do trabalho indígena. O Selo Indígenas do Brasil, instituído pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário (Portaria Interministerial nº 2, de 3 de dezembro de 2014) para valorizar e identificar a origem indígena dos produtos, é sinal distintivo aplicável ao produto artesanal indígena; IV - Artesanato Quilombola: é resultado do trabalho produzido coletivamente por membros remanescentes dos quilombos, de acordo com a divisão do trabalho quilombola, no qual se identifica o valor de uso, a relação social e cultural da comunidade, sendo os produtos, em sua maioria, incorporados ao cotidiano da vida comunitária. O Selo Quilombola, instituído pela Secretaria de Políticas de Promoção da Igualdade Racial (Portaria nº 22, de 14 de abril de 2010) para certificar a origem de produtos feitos por integrantes de comunidades quilombolas, é sinal distintivo aplicável ao produto artesanal quilombola; V- Artesanato de Referência Cultural: produção artesanal decorrente do resgate ou da releitura de elementos culturais tradicionais nacionais ou estrangeiros assimilados, podendo se dar por meio da utilização da iconografia (símbolos e imagens) e/ou pelo emprego de técnicas tradicionais que podem ser somadas à inovação; dinamiza a produção, sem descaracterizar as referências tradicionais locais; VI- Artesanato Contemporâneo-Conceitual: produção artesanal, predominantemente urbana, resultante da inovação de materiais e processos e da incorporação de elementos criativos, em diferentes formas de expressão, resgatando técnicas tradicionais, utilizando, geralmente, matéria-prima manufaturada reciclada e reaproveitada, com identidade cultural.

Neste sentido, ressalta-se que respeitamos a definição principal estabelecida por uma política pública em sua esfera federal e desdobramentos que culminam nas escalas subsequentes, culminando na esfera estadual, objeto de nossa análise. No que se refere aos demais conceitos, enfatizamos que o

entendimento sobre cooperativas, associações e grupos produtivos advém também da base conceitual do PAB, quais sejam:

COOPERATIVA: Entidade e/ou instituição autônoma de pessoas que se unem, voluntariamente, com número variável de pessoas, não inferior a 20 participantes, para satisfazer aspirações e necessidades econômicas, sociais e culturais comuns, por meio de uma empresa de propriedade coletiva e democraticamente gerida (CLT). O objetivo essencial de uma cooperativa na área do artesanato é a busca de uma maior eficiência na produção com ganho de qualidade e de competitividade em virtude do ganho de escala, pela otimização e redução de custos na aquisição de matéria-prima, no beneficiamento, no transporte, na distribuição e venda dos produtos (PAB, 2012, p. 16)

ASSOCIAÇÃO: Instituição de direito privado, sem fins lucrativos, constituída com o objetivo de defender e zelar pelos interesses de seus associados. Regidas por estatutos sociais, com uma diretoria eleita em assembleia para períodos regulares. A quantidade de sócios é ilimitada (PAB, 2012, p. 16)

No que se refere aos GRUPOS, eles se constituem em uma das três tipologias dos núcleos de artesãos (grupos, núcleos de produção familiar ou núcleos mistos) que podem ser informais. Como define o documento: “Grupos de produção artesanal – organização informal de artesãos atuando no mesmo segmento artesanal (até duas tipologias)” (PAB, 2012, p. 16).

Sobre a amostra

Na Bahia, 14 mil profissionais estão registrados no Sistema de Informações Cadastrais do Artesanato Brasileiro. Com uma margem de erro de 5% e 95% de confiabilidade, o quantitativo de 374 artesãos seria o mínimo em termos estatísticos que conferiria segurança para os dados apresentados. Ressalta-se que por margem de erro entende-se os pontos percentuais de variação entre as respostas da população em relação às respostas obtidas com a amostra (em 5%, neste caso), enquanto a confiabilidade refere-se ao o grau de certeza de que o valor obtido ao pesquisar a amostra representa o mesmo ao pesquisar toda a população, dentro da margem de erro estabelecida.

Em função da pandemia da Covid-19, que desencadeou o isolamento social em todo o país em meados de março de 2020, definiu-se a necessidade de ampliar a escuta entre o público-alvo da pesquisa - artesãos baianos, expandindo a amostragem para mil profissionais, abarcando o mínimo de 43 artesãos por polo e representatividade nos 27 territórios de identidade do Estado.



Quando estamos nos referindo à amostra, isso significa que se trata de uma parcela da população. Neste caso, consideramos como POPULAÇÃO, conforme dados de cadastro do PAB / SICAB indicavam um universo de 14.000 artesãos cadastrados. Ou seja, essa é a totalidade dos artesãos conhecidos pelos órgãos oficiais no Estado da Bahia.

Tamanho da população

$N = 14.000,00$

Erro amostral Tolerável

$E2 = 5\% (0,05)$ - ou seja, índice de confiabilidade de 95%

Primeira Aproximação do Tamanho da amostra

$N0 = 1/(E02) = 1/(0,05 \text{ ao quadrado}) = 1/0,0025 = 400 \text{ famílias}$

Tamanho da amostra

$n = N.n0 / N + n0$

$n = 14000 \times 400 / 14000 + 400$

$n = 5600000 / 14.400$

$n = 388$

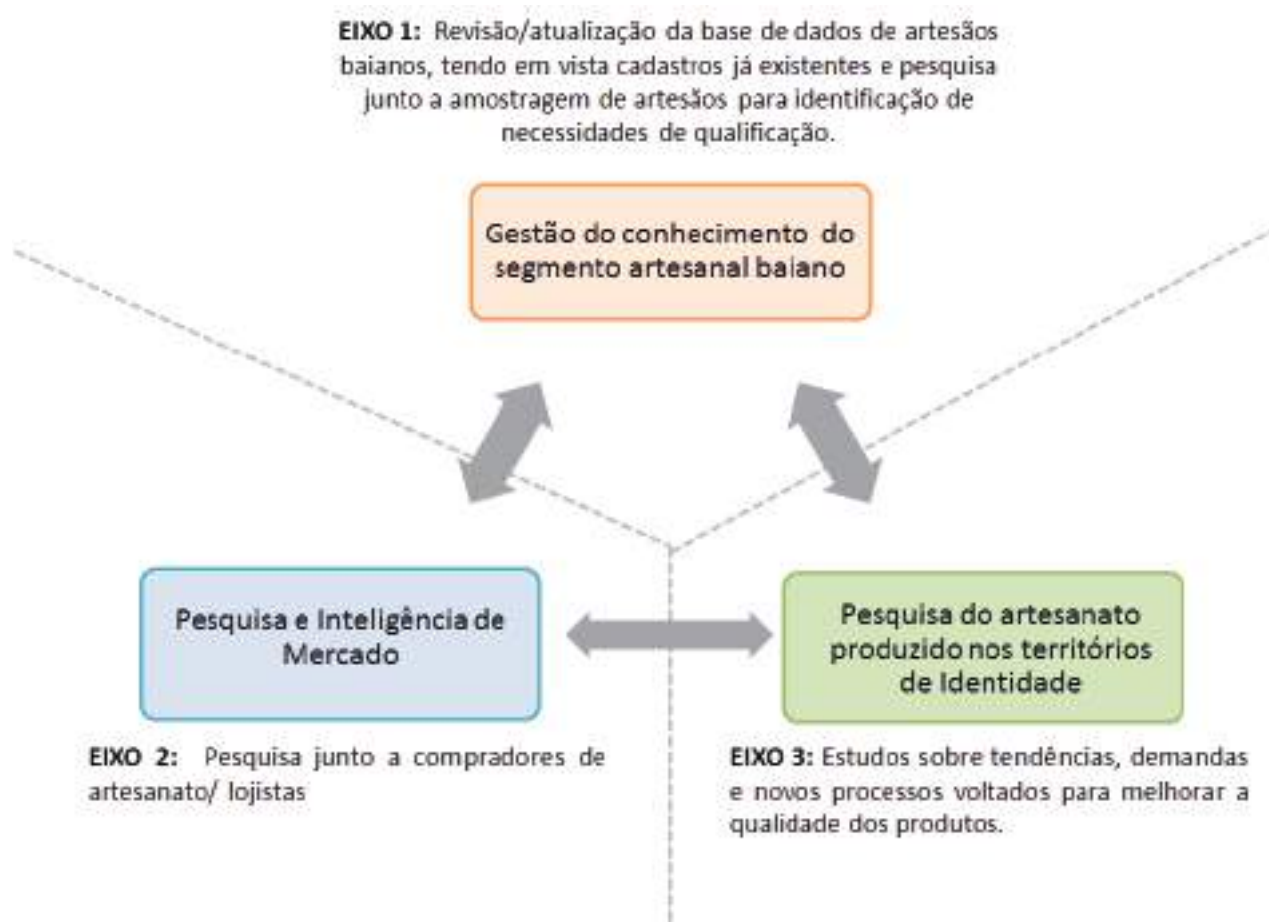
Neste sentido a amostragem corrigida/aproximada seria de 388 artesãos. Contudo a pesquisa atingiu um número maior de respondentes, acima de 1000 respondentes. Neste sentido, a amostra se tornou mais confiável já que ultrapassou em quase 3 vezes o mínimo exigido para que fosse considerada uma amostra representativa. Ou seja, para fins da representatividade da amostra, precisaríamos ter alcançado 388 artesãos entrevistados, mas conseguiu-se entrevistar 1100 artesãos.

Esta é uma amostragem não-probabilística, em que há uma seleção aleatória de tal forma que cada elemento da população tem uma probabilidade conhecida de fazer parte da amostra, mais homogênea. O método se fundamenta no princípio de que todos os membros de uma população têm a mesma probabilidade de serem incluídos na amostra.

Eixos do Diagnóstico

A estrutura da pesquisa desenvolvida contempla ações em três frentes, quais sejam: 1) Gestão do Conhecimento do Segmento Artesanal; 2) Pesquisa e Inteligência de Mercado; e 3) Pesquisa do artesanato produzido nos territórios de identidades. Tratam-se de componentes complementares, visando fornecer elementos de diferentes perspectivas sobre a produção artesanal no Estado da Bahia.

Figura 1 - Eixos da Pesquisa



EIXO 1 - GESTÃO DO CONHECIMENTO DO SEGMENTO ARTESANAL

No que se refere ao EIXO 1 – Gestão do Conhecimento, a equipe buscou cruzar dados já existentes de catálogos sobre artesãos do Estado da Bahia, relatórios técnicos e publicações que contavam com nomes e números de telefone dos artesãos. Essa base foi o ponto de partida para início das aplicações dos questionários contando com pouco mais de 500 artesãos cadastrados, através de contato telefônico, e-mail marketing e mensagens pelo whatsapp. Em 20 de abril, tivemos acesso a uma base de informações da CFA contendo 4.291 nomes, sendo que, destes, o montante de 2.289 estavam com informações de contato telefônico ou de e-mail.

Além desta base, foi criada uma segunda com foco nos grupos produtivos, que foram igualmente alvo de levantamento de dados, a partir de um questionário específico. O objetivo foi, para além da visão do artesão individual, termos elementos de pesquisa sobre os grupos e associações da categoria, de forma a podermos trabalhar aspectos de melhoria nos mesmos e potencializar suas ações.



Contudo, compreendemos que se faz necessário contextualizarmos a pesquisa a partir dos seguintes parâmetros:

1 – O diagnóstico não intenciona ser uma pesquisa censitária de todo o artesanato baiano, inclusive dadas as condicionantes de tempo e limitações orçamentárias para que fossem realizadas visitas aos 417 municípios. Ainda que os indicadores se refiram a essa meta como um levantamento unicamente para elaboração do plano de qualificação, optamos por uma abordagem mais completa, com informações sobre comercialização, produção, participação em feiras etc.

2 – Trata-se, salvo melhor juízo, da primeira base de dados online de artesãos da Bahia, a partir da autodeclaração do artesão, com a criação de um banco de dados online que permitirá a gestores das políticas de artesanato do Estado, tomarem decisões a partir dos dados coletados, sistematizados em ambiente digital e passíveis de atualização com maior facilidade.

3 – O diagnóstico mescla características de um cadastro sociodemográfico do artesão e, ao mesmo tempo, contempla um viés qualitativo de pesquisa, identificando as expectativas desse público. Ou seja, a pesquisa proposta com esse diagnóstico não se restringe a uma listagem de nomes e telefones de artesãos, ela busca trazer o perfil dos mesmos, a partir da coleta de respostas qualitativas em relação ao segmento artesanal.

Segue abaixo listagem com os municípios com respostas ao questionário aplicado.

POLO / TERRITÓRIOS DE IDENTIDADE E MUNICÍPIO	Número de respostas por município
POLO TERRITÓRIO DA CHAPADA DIAMANTINA	63
BACIA DO PARAMIRIM	2
Macaúbas	2
CHAPADA DIAMANTINA	38
Abaíra	2
Bonito	6
Iraquara	1
Itaeté	2
Lençóis	6
Morro do Chapéu	5
Mucugê	3
Nova Redenção	1
Palmeiras	2

Rio de Contas	8
Seabra	2
PIEMONTE DA DIAMANTINA	17
Caém	1
Jacobina	11
Miguel Calmon	4
Serrolândia	1
PIEMONTE DO PARAGUAÇU	6
Boa Vista do Tupim	1
Itaberaba	1
Lajedinho	1
Macajuba	1
Piritiba	2
POLO TERRITÓRIOS COSTA DO DENDÊ E JIQUIRIÇÁ	88
BACIA DO RIO CORRENTE	3
Santana	3
BAIXO SUL	56
Aratuípe	3
Cairu	19
Camamu	1
Gandu	3
Ituberá	7
Presidente Tancredo Neves	2
Taperoá	3
Valença	18
PIEMONTE DO PARAGUAÇU	5
Iaçu	4
Santa Teresinha	1
VALE DO JIQUIRIÇÁ	24
Amargosa	5
Brejões	4
Itiruçu	2
Jaguaquara	4
Laje	1
Lajedo do Tabocal	1
Maracás	3
Milagres	1
Santa Inês	1
Ubaíra	2
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO CACAU	56
LITORAL SUL	56
Camacan	1
Ilhéus	21
Itabuna	17



Itacaré	3
Itajuípe	1
Maraú	4
Santaluz	1
Ubaitaba	2
Una	1
Uruçuca	5
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO DESCOBRIMENTO E EXTREMO SUL	113
COSTA DO DESCOBRIMENTO	80
Belmonte	9
Eunápolis	6
Guaratinga	1
Porto Seguro	52
Santa Cruz Cabrália	12
EXTREMO SUL	33
Alcobaça	1
Caravelas	1
Itamaraju	1
Medeiros Neto	5
Mucuri	1
Prado	6
Teixeira de Freitas	17
Vereda	1
POLO TERRITÓRIOS DE SALVADOR E RECÔNCAVO	392
METROPOLITANO DE SALVADOR	343
Camaçari	9
Candeias	2
Dias d'Ávila	10
Itaparica	2
Lauro de Freitas	25
Madre de Deus	1
Mata de São João	4
Salvador	276
São Francisco do Conde	1
São Sebastião do Passé	3
Simões Filho	6
Vera Cruz	4
RECÔNCAVO	49
Cachoeira	5
Castro Alves	1
Cruz das Almas	9
Dom Macedo Costa	4
Governador Mangabeira	3

Maragogipe	1
Muritiba	4
Nazaré	4
Salinas da Margarida	1
Santo Amaro	5
Santo Antônio de Jesus	6
São Félix	2
Saubara	3
Varzedo	1
POLO TERRITÓRIOS DO LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	26
LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	26
Alagoinhas	10
Aporá	1
Araças	1
Catu	4
Entre Rios	7
Esplanada	2
Inhambupe	1
POLO TERRITÓRIOS DO OESTE	56
BACIA DO RIO CORRENTE	22
Barra	2
Correntina	2
Santa Maria da Vitória	18
BACIA DO RIO GRANDE	22
Barreiras	16
Formosa do Rio Preto	2
Luís Eduardo Magalhães	4
VELHO CHICO	12
Bom Jesus da Lapa	8
Ibotirama	3
Serra do Ramalho	1
POLO TERRITÓRIOS DO SERTÃO, SISAL E SÃO FRANCISCO	137
BACIA DO JACUÍPE	9
Baixa Grande	1
Capim Grosso	2
Ipirá	2
Mairi	1
Pintadas	1
Quixabeira	2
IRECÊ	27
Barra do Mendes	1
Canarana	2
Irecê	10



João Dourado	1
Lapão	3
Mulungu do Morro	1
Presidente Dutra	2
São Gabriel	3
Xique-Xique	4
ITAPARICA	7
Macururé	1
Paulo Afonso	6
PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU	14
Andorinha	1
Caldeirão Grande	1
Campo Formoso	1
Ponto Novo	1
Senhor do Bonfim	10
PORTAL DO SERTÃO	24
Água Fria	1
Conceição da Feira	1
Conceição do Jacuípe	2
Feira de Santana	15
Irará	3
Santo Estêvão	1
Teodoro Sampaio	1
SEMIÁRIDO DO NORDESTE II	14
Banzaê	1
Euclides da Cunha	2
Jeremoabo	9
Nova Soure	1
Santa Brígida	1
SERTÃO DO SÃO FRANCISCO	7
Casa Nova	1
Juazeiro	5
Sobradinho	1
SISAL	35
Biritinga	1
Conceição do Coité	1
Itiúba	16
Queimadas	1
Quijingue	2
Santaluz	7
São Domingos	1
Serrinha	2
Valente	4
POLO TERRITÓRIOS DO SUDOESTE	80

MÉDIO RIO DE CONTAS	13
Dário Meira	1
Ipiaú	3
Itagimirim	2
Jequié	7
MÉDIO SUDOESTE DA BAHIA	2
Iguaí	1
Itarantim	1
SERTÃO PRODUTIVO	23
Brumado	1
Caetité	3
Candiba	1
Guanambi	9
Ibiassucê	7
Ituaçu	1
Medeiros Neto	1
SUDOESTE BAIANO	42
Barra do Choça	1
Belo Campo	1
Ibiassucê	3
Ibicuí	2
Itapetinga	5
Itororó	1
Licínio de Almeida	1
Poções	5
Vitória da Conquista	23
Total Geral	1011

No que se refere ao registro no Sistema de Informações Cadastrais do Artesanato Brasileiro - Sicab, essa não era uma pergunta obrigatória, pois o registro não deveria ser um impeditivo para o cadastro, uma vez que as orientações para a elaboração do diagnóstico referia-se a artesãos de maneira geral, não a artesãos registrados. A existência de artesãos não registrados na base de dados constitui-se inclusive em uma oportunidade para realização de campanhas e ampliação da base de registros no Estado.

De todo modo, considerando o universo de 1100 artesãos entrevistados, 584 afirmaram que tinham o registro no Sicab, não sendo possível afirmar que os não respondentes não o tenham, pois, como dito, essa era pergunta não era obrigatória. A listagem dos respondentes com registro segue abaixo:



POLOS CONFORME DELIMITAÇÃO METODOLÓGICA DA PESQUISA	MUNICÍPIOS	REGISTROS
TERRITÓRIO DA CHAPADA DIAMANTINA	Jacobina	3
	Senhor do Bonfim	6
	Lençóis	4
	Rio de Contas	4
	Bonito	1
	Miguel Calmon	3
	Morro do Chapéu	4
	Macaúbas	3
	Abaíra	2
	Mucugê	2
	Piritiba	2
	Palmeiras	1
	Seabra	2
	Caldeirão Grande	1
	Nova Redenção	1
	Boa Vista do Tupim	1
	Campo Formoso	1
	Ponto Novo	1
	Macajuba	1
	Andorinha	1
	Iraquara	1
	Lajedinho	1
	Caém	1
	Itaberaba	1
	Serrolândia	1
	Itaeté	1
TERRITÓRIO DA COSTA DO CACAU	Ilhéus	13
	Itabuna	9
	Uruçuca	2
	Maraú	3
	Itacaré	3
	Ubaitaba	1
	Una	1
	Camacan	1
	Itajuípe	1
TERRITÓRIO DO OESTE	Santa Maria da Vitória	5
	Barreiras	7
	Bom Jesus da Lapa	2
	Luís Eduardo Magalhães	2
	Ibotirama	2
	Santana	2
	Correntina	1

	Formosa do Rio Preto	1
	Serra do Ramalho	1
	Barra	1
TERRITÓRIOS DA COSTA DO DENDÊ E JIQUIRIÇÁ	Cairu	14
	Valença	9
	Amargosa	4
	Ituberá	6
	Brejões	4
	Gandu	2
	Iaçu	2
	Maracás	2
	Jaguaquara	4
	Taperoá	3
	Itiruçu	2
	Camamu	2
	Presidente Tancredo Neves	1
	Ubaíra	2
	Milagres	1
	Nilo Peçanha	1
	Santa Teresinha	1
	Laje	1
	Lajedo do Tabocal	1
	Santa Inês	1
TERRITÓRIOS DE COSTA DO DESCOBRIMENTO, EXTREMO SUL E BALEIA	Porto Seguro	17
	Teixeira de Freitas	3
	Santa Cruz Cabralia	8
	Belmonte	5
	Prado	5
	Eunápolis	2
	Medeiros Neto	3
	Mucuri	1
	Itagimirim	1
	Itamaraju	1
	Vereda	1
	Caravelas	1
	Guaratinga	1
	Alcobaça	1
TERRITÓRIOS DO LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	Lauro de Freitas	17
	Alagoinhas	3
	Dias d'Ávila	7
	Camaçari	8
	Entre Rios	6
	Catu	3
	Mata de São João	1



	Candeias	1
	Esplanada	3
	Pojuca	1
	Araças	1
	Inhambupe	1
	Acajutiba	1
	Aporá	1
TERRITÓRIOS DO SALVADOR E RECÔNCAVO	Salvador	125
	Cruz das Almas	5
	Simões Filho	6
	Santo Amaro	3
	Muritiba	5
	Santo Antônio de Jesus	4
	Vera Cruz	4
	Aratuípe	3
	Governador Mangabeira	3
	Cachoeira	3
	Saubara	2
	São Sebastião do Passé	4
	Dom Macedo Costa	1
	Itaparica	2
	Nazaré	1
	Salinas da Margarida	1
	São Félix	2
	São Francisco do Conde	2
	Madre de Deus	1
	Maragogipe	1
	Varzedo	1
	Castro Alves	1
TERRITÓRIOS DO SERTÃO, SISAL E SÃO FRANCISCO	Feira de Santana	6
	Juazeiro	5
	Irecê	3
	Jeremoabo	2
	Itiúba	10
	Santaluz	2
	Xique-Xique	2
	Paulo Afonso	4
	Casa Nova	1
	Valente	2
	Euclides da Cunha	1
	Capim Grosso	1
	São Gabriel	2
	Canarana	2
	Ipirá	1

	Lapão	1
	Teodoro Sampaio	2
	Conceição do Jacuípe	2
	Irará	1
	Quixabeira	2
	Banzaê	1
	Antas	1
	Serrinha	1
	Presidente Dutra	2
	Quijingue	2
	Santa Brígida	1
	João Dourado	1
	Conceição da Feira	1
	Mairi	1
	Mulungu do Morro	1
	Várzea da Roça	1
	Conceição do Coité	1
	Tucano	1
	Santo Estêvão	1
	Macururé	1
	Queimadas	1
	Sobradinho	1
	Abaré	1
	Água Fria	1
	Baixa Grande	1
	Nova Soure	1
	Pintadas	1
	São Domingos	1
	Barra do Mendes	1
	Biritinga	1
TERRITÓRIOS DO SUDOESTE	Vitória da Conquista	15
	Jequié	5
	Guanambi	6
	Ibiassucê	1
	Itapetinga	3
	Poções	3
	Caetité	1
	Ipiaú	2
	Brumado	3
	Ibicuí	2
	Candiba	1
	Barra do Choça	1
	Belo Campo	1
	Licínio de Almeida	1



Iguaí	1
Itarantim	1
Itororó	1
Ituaçu	1
Dário Meira	1
	584

EIXO 2 – INTELIGÊNCIA DE MERCADO

Essa etapa do diagnóstico contemplou uma pesquisa qualitativa junto a compradores de artesanato, tendo como público empresas, lojistas e indivíduos que comercializam artesanato no território brasileiro. No período de abril e maio, foram realizadas 18 entrevistas, tendo como base um roteiro semiestruturado com 12 perguntas, abrangendo breve descrição do ponto de venda, tipologias comercializadas, origem das peças, critérios para aquisição dos produtos, rotina de compras e vendas, comportamento do comprador e cliente, em relação ao produto artesanal.

Esta consulta também foi motivada pela própria experiência da Fábrica Cultural com a loja da Barra, em Salvador. Se por um lado, o gestor de comercialização enfrenta diferentes obstáculos para garantir qualidade, preço, diferencial de mercado, é preciso também sensibilizar o mercado em relação ao valor sócio-econômico-cultural da produção artesanal, sobre o aspecto de que, ao adquirir um produto artesanal, está-se adquirindo história e revisitando a própria história. Idealizou-se também um instrumento simples para ser testado na Loja do Porto da Barra, buscando identificar o grau de satisfação de quem compra artesanato. Este último recurso não foi aplicado, em função do fechamento da loja durante a pandemia.

A lista completa de compradores encontra-se ao final deste documento, como apêndice.

EIXO 3 - PESQUISA DO ARTESANATO PRODUZIDO NOS TERRITÓRIOS DE IDENTIDADES

A execução do diagnóstico contemplava a realização de uma oficina participativa em cada um dos nove polos, para reunir representantes municipais da cultura, instituições locais e artesãos dos municípios vizinhos, buscando garantir a representatividade dos 27 territórios de identidade da Bahia. Os objetivos propostos nesta atividade eram: 1) levantar informações qualitativas e quantitativas sobre os diferentes produtores do artesanato nos municípios - pessoas físicas produtoras; 2) levantar o perfil de organizações formais e grupos informais produtores de artesanato nos municípios; 3) produzir conhecimentos sobre as instituições e órgãos atuantes e projetos/experiências de artesanato desenvolvidas ou em desenvolvimento naquelas localidades.

A equipe de pesquisa realizou uma única viagem ao polo Territórios da Costa do Cacau, visitando as cidades de Ilhéus, Itabuna e Itacaré, no período de 13 a 15 de

março de 2020. Como previsto, foi realizado um encontro mais abrangente com duração de três horas, na loja do Cesol Litoral Sul, em Itabuna, contando com a participação de 19 artesãos participantes de três grupos formais da região: CosturArte (Santa Luzia), Associação Mulheres Mil (Ubaitaba) e Aiarte – Casa do Artesão (Itabuna), além dos técnicos do Cesol e equipe da Fábrica Cultural, que contava com dois pesquisadores seniores, um consultor em artesanato e uma assessora de comunicação.

A escuta junto aos artesãos e representantes de grupos produtivos sinalizou algumas demandas emergentes para as ações de qualificação e comercialização do artesanato: agregar mais valor ao produto artesanal; usar de modo qualificado as mídias digitais/internet; realizar feiras permanentes no município/região; qualificar a apresentação dos produtos (acabamento das peças, embalagem, rótulo etc.); articular espaços de referência nos polos, agregando municípios vizinhos e fortalecendo as instituições locais; lidar com o desafio da diversidade e convergência de temas e técnicas; estimular a aquisição de espaço comum para a produção de grupos; apoiar a formalização dos grupos/associações e oferecer orientação para o associativismo. Retomaremos essas questões mais adiante na análise dos dados da pesquisa.

Percebemos que, nos municípios menores e na zona rural, a organização em grupo favorece a troca de conhecimentos e técnicas entre os mais velhos e mais novos, e isso fortalece as redes de solidariedade. Neste contexto, o artesanato é uma das atividades econômicas que, somada à produção familiar, fortalece a comunidade, aumenta a autoestima, gera oportunidades de inserção social.

No período da tarde, visitamos o ateliê Casa do Artesão, em Itabuna. A loja coletiva está localizada em região comercial da cidade e possui uma variedade de produtos, abarcando desde o tecido pintado ou bordado até as esculturas em metal e madeira. A Aiart é a responsável pela organização do espaço, bem como comercialização das peças, produzidas de maneira independente pelos associados.

No dia seguinte, visitamos três Aldeias Tupinambás de Olivença e pudemos conversar com alguns membros da comunidade, embora os caciques não estivessem presentes. No final de semana da nossa visita, os caciques tinham viajado para Brasília em função dos processos de demarcação de terra. Na aldeia Gwarini Taba Atã (Cacique Gildo) conversamos informalmente com um membro da comunidade que não autorizou nenhuma publicação de dados. Para ele, o artesanato indígena não deve ser associado à comercialização, sendo mais uma expressão da história de luta e sobrevivência desses povos.

Na Aldeia Itapuã (Cacique Valdelice), entrevistamos o Sr. Everaldo Taquari, esposo da cacique e um dos fundadores da Associação de Artesanato Indígena Tupinambá Amotara. Na sua opinião, tudo começa com o direito à terra: *“Nossa principal necessidade é a demarcação das terras Tupinambás, pois toda matéria-prima do artesanato também vem da floresta. Um artesão não é um professor, é um incentivador. Cada um tem autonomia para criar. Com o artesanato, podemos ter uma*



renda sem derrubar árvores, preservando a natureza. Porém hoje está difícil do jovem querer aprender artesanato. Ele só pensa em ter um emprego”.

Na Aldeia Taba Jayri, conversamos com uma família de artesãos. Eles desejam, assim como a Aldeia Itapuã, criar uma trilha ecológica, que proporcione a vivência do turista com a cultura indígena, envolvendo danças, cantos, ervas medicinais e artesanato. Pudemos perceber, nesta visita, que atualmente o artesanato indígena Tupinambá não têm contribuído para o sustento das famílias, pois sua produção e comercialização dependem da aquisição de matéria-prima, capacitação dos jovens, identificação ou restauração de ponto de vendas, dentre outros.

No terceiro dia de viagem, visitamos Itacaré. A feira da Praça da Mangueira, no bairro de Pituba, funciona diariamente a partir 17h, contendo 13 boxes com exposição de artesanato diversificado. Esses boxes são ocupados por artesãos profissionais, cadastrados no PAB – Programa de Artesanato Brasileira e membros da Associação União dos Artesãos de Itacaré (UNI). Tivemos a oportunidade, ainda, de conhecer a Associação Casa do Boneco, grupo de afrodesenvolvimento comunitário que produz artesanato afro-indígena, que fica na rua da subida da Concha, que também dispõe de algumas lojas de artesanato local.

1.3 Virtualização da pesquisa

Em função do isolamento social recomendado pelas autoridades municipais e estaduais a partir de meados de março, foi necessário repensar as estratégias de coleta de dados do Diagnóstico, inicialmente previsto para ocorrer em modalidade mista, presencialmente nos polos e remotamente, através dos canais de comunicação disponíveis com artesãos e grupos. O núcleo operacional da pesquisa foi ampliado, devido à necessidade de realizar toda a coleta através de telefone, whatsapp e e-mail.

A equipe da loja foi relocada para esta atividade e alguns instrumentos de gestão foram utilizados para garantir confiabilidade dos dados. A gestão do contrato estabeleceu o aplicativo Trello como espaço de acompanhamento formal de metas e atividades por grupos de trabalho, além da criação de grupos de whatsapp para sanar dúvidas com brevidade. Os pesquisadores seniores promoveram encontros formativos para três equipes com foco em públicos e instrumentos de coleta diferentes:

- a) Aplicadores de questionário para o artesão, cujo formulário está disponível no site Artesanato da Bahia. Esta coleta foi realizada em etapas, com metas semanais de ligação por território e polos. A maior dificuldade encontrada pelos aplicadores foi a inconstância dos contatos, com muitos telefones errados ou inativos, especialmente na área rural;
- b) Aplicadores de questionário para grupos produtivos, disponível em formulário Google, tendo entrevistado 130 grupos;
- c) Entrevistadores de lojistas e compradores de artesanato, a partir de roteiro semiestruturado, com 18 entrevista realizadas.

Uma ação planejada de comunicação apoiou nossa estratégia de virtualização da pesquisa. Foram publicados textos informativos no site Artesanato da Bahia e “cards” divulgados nas redes sociais, especialmente em grupos de whatsapp, no Instagram e no Facebook, informando sobre a pesquisa diagnóstica, buscando engajamento dos seguidores para gerar respostas espontâneas. Realizamos, ainda, ações de impulsionamento nestas redes para toda a Bahia e também focando em territórios que estivessem com pouca representatividade na amostragem.

Criamos também uma rede de multiplicadores das informações da pesquisa com parceiros estratégicos, com quem já tínhamos alguma interlocução em função das viagens previstas, mas que se tornaram ainda mais relevantes e solidários, no contexto da pandemia. Parceiros engajados nesta ação:

INSTITUIÇÃO	PARCERIA
CESOL - Centro Público de Economia Solidária	Apoio das 12 unidades territoriais do CESOL no estado, por meio do envio das informações sobre a pesquisa aos representantes.
AGENTES DE DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL (SEPLAN)	Contato telefônico e envio das informações sobre a coleta de dados / obtenção de novas bases de dados e disseminação do link do formulário pelo ADT à sua rede.
SEBRAE/BA - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas da Bahia	Apoio indireto, através de publicação de rodada de negócio, que conseguimos com um artesão.
SEPROMI - Secretaria de Promoção da Igualdade Racial do Governo do Estado da Bahia	Contato com comunidades tradicionais (etnias indígenas, quilombolas, marisqueiros, extrativistas, povos ciganos e empreendedores/as negros/as) que foi iniciado, porém não executado durante a pesquisa.
GRUPOS PRODUTIVOS/ASSOCIAÇÕES DE ARTESANATO	Envio do formulário aos líderes dos grupos produtivos para compartilhamento com seus membros e artesãos identificados em bases de dados compiladas.

No que se refere a atingirmos um público isolado, estamos certos de que a combinação do acesso por meio digital e telefônico foi a estratégia que permitiu termos, em meio a uma pandemia e com todas as orientações de distanciamento social, um documento consistente de escuta dos artesãos.

Temos que considerar também que este contexto de total isolamento do artesão não é integralmente condizente com a realidade atual, em que um quantitativo significativo de pessoas acessam as redes sociais e utilizam os dispositivos midiáticos existentes.

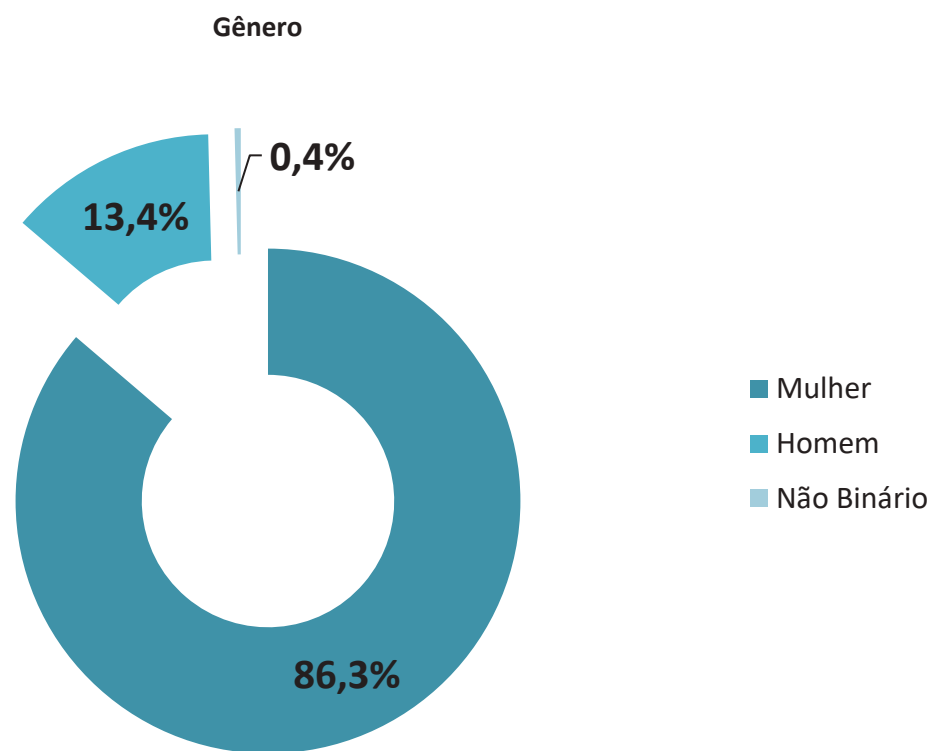






DADOS SOCIODEMOGRÁFICOS

Inicialmente, faz-se necessário considerar que a realização do diagnóstico **não tem como objetivo ser um validador das informações presentes no SICAB, mas ser um instrumento de atualização do mesmo**. Além disso, os dados sociodemográficos que serão apresentados tratam do perfil dos respondentes desta pesquisa, ele não se constitui em um dado que retrate o universo dos artesãos do estado, **trata-se de um perfil da amostragem**. O conjunto de informações que serão apresentadas aqui demonstram o contexto atual, representativo em termos estatísticos e determinado.



Opções de respostas	Frequência absoluta	Frequência Relativa
Mulher	872	86,3%
Homem	135	13,4%
Não Binário	4	0,4%
Total	1011	100,0%

Nota: Universo = 1011 respondentes

Gênero	Homem	Mulher	Não binário	Total
POLO TERRITÓRIO DA CHAPADA DIAMANTINA	7	56		63
BACIA DO PARAMIRIM		2		2

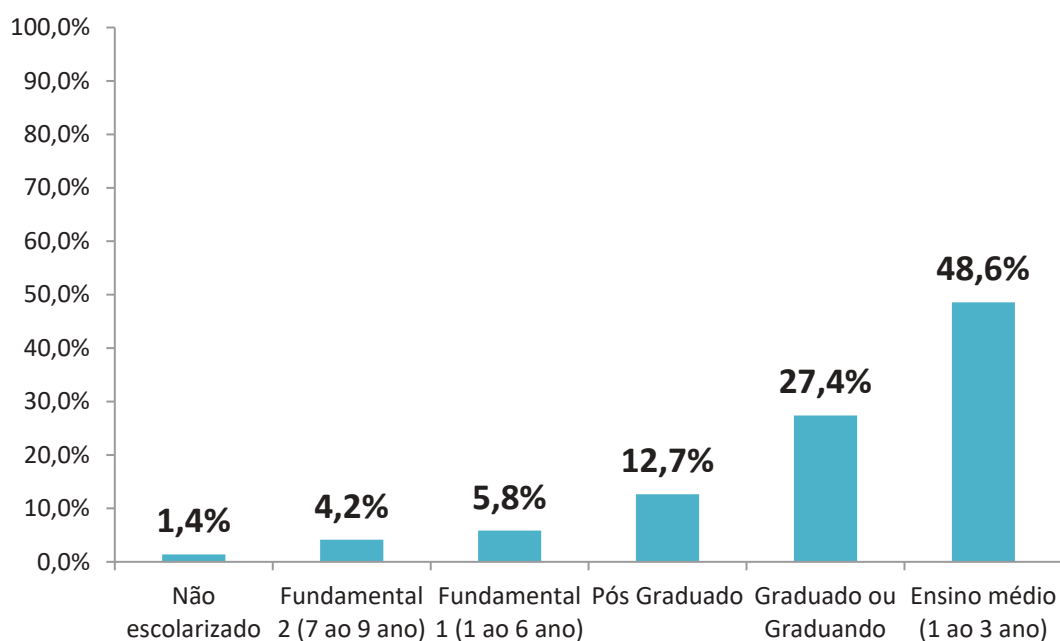
CHAPADA DIAMANTINA	5	33		38
PIEMONTE DA DIAMANTINA	2	15		17
PIEMONTE DO PARAGUAÇU		6		6
POLO TERRITÓRIOS COSTA DO DENDÊ E JIQUIRIÇÁ	19	67		86
BACIA DO RIO CORRENTE	1	2		3
BAIXO SUL	12	42		54
PIEMONTE DO PARAGUAÇU		5		5
VALE DO JIQUIRIÇÁ	6	18		24
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO CACAU	9	47		56
LITORAL SUL	9	47		56
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO DESCOBRIMENTO E EXTREMO SUL	21	91	1	113
COSTA DO DESCOBRIMENTO	19	60	1	80
EXTREMO SUL	2	31		33
POLO TERRITÓRIOS DE SALVADOR E RECÔNCAVO	55	337	2	394
METROPOLITANO DE SALVADOR	50	293	2	345
RECÔNCAVO	5	44		49
POLO TERRITÓRIOS DO LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	3	23		26
LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	3	23		26
POLO TERRITÓRIOS DO OESTE	5	51		56
BACIA DO RIO CORRENTE	1	21		22
BACIA DO RIO GRANDE	4	18		22
VELHO CHICO		12		12
POLO TERRITÓRIOS DO SERTÃO, SISAL E SÃO FRANCISCO	13	124		137
BACIA DO JACUÍPE	1	8		9
IRECÊ	3	24		27
ITAPARICA	1	6		7
PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU	1	13		14
PORTAL DO SERTÃO	3	21		24
SEMIÁRIDO DO NORDESTE II	2	12		14
SERTÃO DO SÃO FRANCISCO		7		7
SISAL	2	33		35
POLO TERRITÓRIOS DO SUDOESTE	3	76	1	80
MÉDIO RIO DE CONTAS		13		13
MÉDIO SUDOESTE DA BAHIA		2		2
SERTÃO PRODUTIVO	1	21	1	23
SUDOESTE BAIANO	2	40		42
Total Geral	135	872	4	1011

Em relação ao gênero, tem-se a grande maioria de artesãs, com 86,3% da amostra. Os dados de 2007 do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) indicavam que o Brasil possuía, à época, mais de 8,5 milhões de artesãos, sendo 87% mulheres. Mais de uma década depois, essa realidade indica uma alteração quase nula ou pouco significativa no recorte desta pesquisa. A reprodução do que alguns autores



denominam como uma “divisão sexual do trabalho” é um indicativo de um cenário em que o fazer artesanal é a expressão de outras lógicas de segregação social, observáveis fortemente em sociedades patriarcais em que algumas atividades são impostas de forma que estas pareçam naturais, ainda que seja, evidentemente, uma construção social. Por outro lado, para além desse traço de reprodução de “lugares de trabalho” impostos socialmente, não podemos ignorar o papel do artesanato hoje como prática que se redefine como um caminho para o empoderamento e fator de geração de renda para muitas mulheres. Ressalta-se, também que o artesanato está intimamente ligado à capacidade criativa, inventiva e se configura também em escolha para uma parcela destas mulheres. Do ponto de vista da técnica, é interessante notar que ela também reflete uma diferenciação em termos do fazer. Como se trabalha a cerâmica feita por mulheres, com uma técnica oriunda da tradição indígena é bastante distinta da produção europeia, feita apenas por homens. Há, portanto, uma diferença de gêneros também na produção. A pesquisa contemplou também a categoria “não binário”, cuja identidade ou expressão de gênero não se limita às categorias masculino ou feminino, tendo registrado 0,4% das respostas.

Escolaridade



Opções de respostas	Frequência absoluta	Frequência Relativa
Não escolarizado	14	1,4%
Fundamental 2 (7 ao 9 ano)	42	4,2%
Fundamental 1 (1 ao 6 ano)	59	5,8%
Pós Graduação	128	12,7%
Graduado ou Graduando	277	27,4%

Ensino médio (1 ao 3 ano)	491	48,6%
Total	1011	100,0%

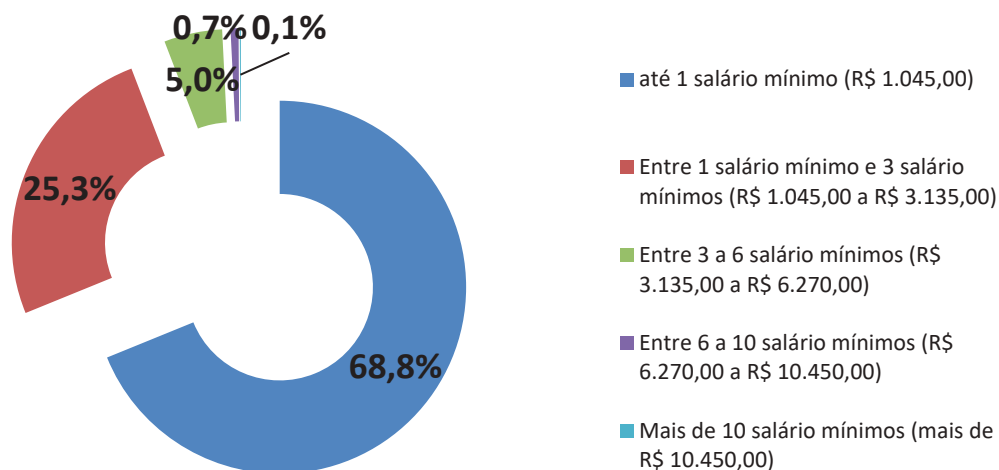
Escolaridade	Ensino médio (1 ao 3 ano)	Fundamental 1 (1 ao 6 ano)	Fundamental 2 (7 ao 9 ano)	Graduado ou Graduando	Não escolarizado	Pós Graduado	Total
POLO TERRITÓRIO DA CHAPADA DIAMANTINA	31	3	4	14	1	10	63
BACIA DO PARAMIRIM			1	1			2
CHAPADA DIAMANTINA	21	2	2	6		7	38
PIEMONTE DA DIAMANTINA	7	1	1	4	1	3	17
PIEMONTE DO PARAGUAÇU	3			3			6
POLO TERRITÓRIOS COSTA DO DENDÊ E JIQUIRIÇÁ	52	4	5	16	1	10	88
BACIA DO RIO CORRENTE	3						3
BAIXO SUL	35	3	3	9	1	5	56
PIEMONTE DO PARAGUAÇU	2		1	1		1	5
VALE DO JIQUIRIÇÁ	12	1	1	6		4	24
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO CACAU	20	4	5	18	1	8	56
LITORAL SUL	20	4	5	18	1	8	56
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO DESCOBRIMENTO E EXTREMO SUL	53	6	2	44	1	14	113
COSTA DO DESCOBRIMENTO	37	5	2	27	1	8	80
EXTREMO SUL	16	1		17		6	33
POLO TERRITÓRIOS DE SALVADOR E RECÔNCAVO	206	6	4	119	3	47	383
METROPOLITANO DE SALVADOR	183	0	3	106	2	42	336
RECÔNCAVO	23	6	1	13	1	5	49
POLO TERRITÓRIOS DO LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	14	2	1	6		3	26
LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	14	2	1	6		3	26
POLO TERRITÓRIOS DO OESTE	23	8	2	10		13	56
BACIA DO RIO CORRENTE	7	4		3		8	22
BACIA DO RIO GRANDE	11	3	2	4		2	22
VELHO CHICO	5	1		3		3	12
POLO TERRITÓRIOS DO SERTÃO, SISAL E SÃO FRANCISCO	57	20	14	32	5	9	137
BACIA DO JACUÍPE	4	1	1	3			9
IRECÊ	14	3	2	6	1	1	27
ITAPARICA	4	1				2	7



PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU	7		1	3	1	2	14
PORTAL DO SERTÃO	10		1	11		2	24
SEMIÁRIDO DO NORDESTE II	5	4	1	2	1	1	14
SERTÃO DO SÃO FRANCISCO	2		1	3		1	7
SISAL	11	11	7	4	2		35
POLO TERRITÓRIOS DO SUDOESTE	35	6	5	18	2	14	80
MÉDIO RIO DE CONTAS	6			4		3	13
MÉDIO SUDOESTE DA BAHIA	1					1	2
SERTÃO PRODUTIVO	12	2	3	5		1	23
SUDOESTE BAIANO	16	4	2	9	2	9	42
Total Geral	491	59	42	277	14	128	1011

Mais de 2/3 da amostra é formada por graduados ou graduandos (27,4%) e por aqueles que concluíram o ensino médio (48,6%). Os dados apresentam um baixo índice também de “não escolarizados”, sendo estes 1,4% (14 respostas). Contudo, ainda que os índices apresentem um perfil de formação bastante positivo, não podemos ignorar que a pesquisa foi feita em sua grande parte a distância, por telefone e internet, o que, por si só, pode ter se constituído em um elemento de filtragem para que se chegasse a esses resultados.

Qual a sua renda mensal atualmente?



Opções de respostas	Frequência absoluta	Frequência Relativa
até 1 salário mínimo (R\$ 1.045,00)	696	68,8%
Entre 1 salário mínimo e 3 salário mínimos (R\$ 1.045,00 a R\$ 3.135,00)	256	25,3%
Entre 3 a 6 salário mínimos (R\$ 3.135,00 a R\$ 6.270,00)	51	5,0%
Entre 6 a 10 salário mínimos (R\$ 6.270,00 a R\$ 10.450,00)	7	0,7%
Mais de 10 salário mínimos (mais de R\$ 10.450,00)	1	0,1%
Total	1011	100,0%

Nota: Universo = 1011 respondentes

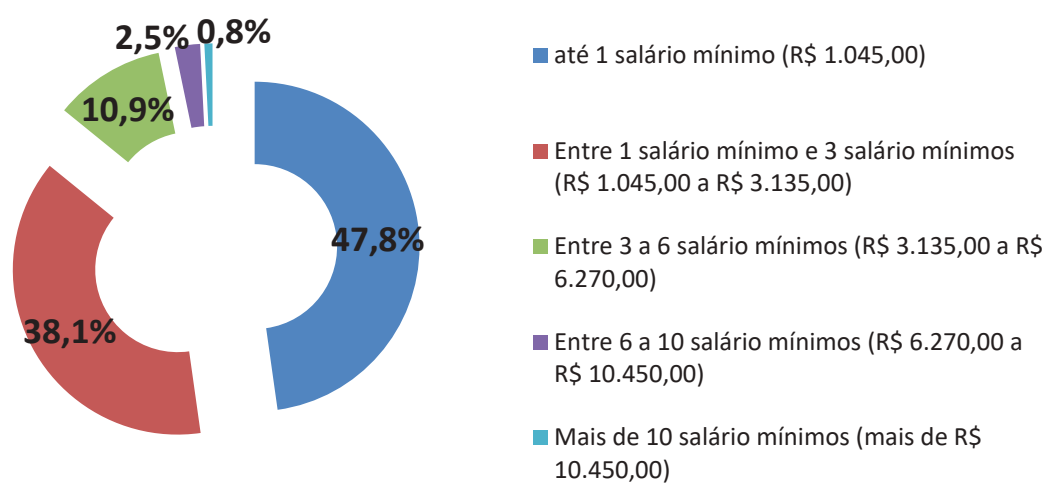
Qual a sua renda mensal atualmente?	Até 1 salário mínimo (R\$ 1.045,00)	Entre 1 salário mínimo e 3 salários mínimos (R\$ 1.045,00 a R\$ 3.135,00)	Entre 3 a 6 salários mínimos (R\$ 3.135,00 a R\$ 6.270,00)	Entre 6 a 10 salários mínimos (R\$ 6.270,00 a R\$ 10.450,00)	Mais de 10 salários mínimos (mais de R\$ 10.450,00)	Total Geral
POLO TERRITÓRIO DA CHAPADA DIAMANTINA	46	14	3	0	0	63
BACIA DO PARAMIRIM	2					2
CHAPADA DIAMANTINA	27	10	1			38
PIEMONTE DA DIAMANTINA	13	2	2			17
PIEMONTE DO PARAGUAÇU	4	2				6
POLO TERRITÓRIOS COSTA DO DENDÊ E JIQUIRIÇÁ	67	20	1	0	0	88
BACIA DO RIO CORRENTE	3					3
BAIXO SUL	42	14				56
PIEMONTE DO PARAGUAÇU	3	2				5
VALE DO JIQUIRIÇÁ	19	4	1			24
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO CACAU	30	21	4	1		56
LITORAL SUL	30	21	4	1		56
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO DESCOBRIMENTO E EXTREMO SUL	76	33	4			113
COSTA DO DESCOBRIMENTO	54	23	3			80
EXTREMO SUL	22	10	1			33
POLO TERRITÓRIOS DE SALVADOR E RECÔNCAVO	258	106	23	4	1	392
METROPOLITANO DE SALVADOR	217	99	22	4	1	342
RECÔNCAVO	41	7	1			49
POLO TERRITÓRIOS DO LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	18	8				26
LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	18	8				26
POLO TERRITÓRIOS DO OESTE	33	13	9	1		56
BACIA DO RIO CORRENTE	7	8	6	1		22
BACIA DO RIO GRANDE	19	1	2			22
VELHO CHICO	7	4	1			12
POLO TERRITÓRIOS DO SERTÃO, SISAL E SÃO FRANCISCO	109	24	4	0	0	137
BACIA DO JACUÍPE	6	3				9
IRECÊ	22	4	1			27
ITAPARICA	3	4				7
PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU	11	2	1			14
PORTAL DO SERTÃO	18	6				24
SEMIÁRIDO DO NORDESTE II	11	2	1			14



SERTÃO DO SÃO FRANCISCO	4	2	1			7
SISAL	34	1				35
POLO TERRITÓRIOS DO SUDOESTE	59	17	3	1	0	80
MÉDIO RIO DE CONTAS	11	2				13
MÉDIO SUDOESTE DA BAHIA	1	1				2
SERTÃO PRODUTIVO	17	5	1			23
SUDOESTE BAIANO	30	9	2	1		42
Total Geral	696	256	51	7	1	1011

Ainda que as questões referentes à renda estejam presentes em quase todos os diagnósticos, elas comumente trazem um conjunto de respostas que podem oscilar para além da margem de erro inicialmente estipulada para a amostra. Os respondentes geralmente desconfiam da pergunta, tratando-a como algum tipo de levantamento que poderia levar a um corte de benefícios sociais somados (bolsa família, aposentadoria etc). Contudo, feita essa consideração acerca do “desconforto” para com esse tipo de indagação, ressalta-se que a maior parte dos entrevistados, mais de 2/3 (68,8%), indicaram receber até 1 salário mínimo, seguido da opção entre 1 a 3 salários (25,3%).

Qual a renda mensal da sua família (estimativa)?



Opções de respostas	Frequência absoluta	Frequência Relativa
até 1 salário mínimo (R\$ 1.045,00)	483	47,8%
Entre 1 salário mínimo e 3 salário mínimos (R\$ 1.045,00 a R\$ 3.135,00)	385	38,1%
Entre 3 a 6 salário mínimos (R\$ 3.135,00 a R\$ 6.270,00)	110	10,9%
Entre 6 a 10 salário mínimos (R\$ 6.270,00 a R\$ 10.450,00)	25	2,5%
Mais de 10 salário mínimos (mais de R\$ 10.450,00)	8	0,8%
Total	1011	100,0%

Nota: Universo = 1011 respondentes

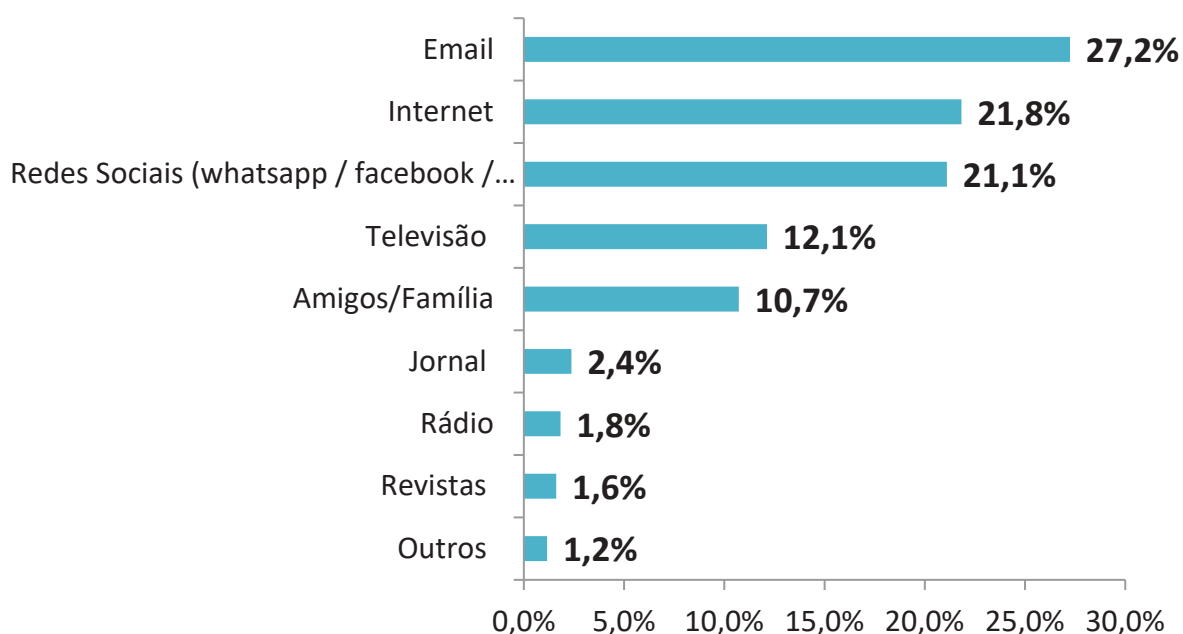
Qual a renda mensal da sua família (estimativa)?	Até 1 salário mínimo (R\$ 1.045,00)	Entre 1 salário mínimo e 3 salários mínimos (R\$ 1.045,00 a R\$ 3.135,00)	Entre 3 a 6 salários mínimos (R\$ 3.135,00 a R\$ 6.270,00)	Entre 6 a 10 salários mínimos (R\$ 6.270,00 a R\$ 10.450,00)	Mais de 10 salários mínimos (mais de R\$ 10.450,00)	Total
POLO TERRITÓRIO DA CHAPADA DIAMANTINA	31	25	7	0	0	63
BACIA DO PARAMIRIM	1		1			2
CHAPADA DIAMANTINA	17	19	2			38
PIEMONTE DA DIAMANTINA	9	4	4			17
PIEMONTE DO PARAGUAÇU	4	2				6
POLO TERRITÓRIOS COSTA DO DENDÊ E JIQUIRIÇÁ	55	28	4	0	0	86
BACIA DO RIO CORRENTE	3					3
BAIXO SUL	35	18	2			54
PIEMONTE DO PARAGUAÇU	3	2				5
VALE DO JIQUIRIÇÁ	14	8	2			24
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO CACAU	19	26	7	2	2	56
LITORAL SUL	19	26	7	2	2	56
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO DESCOBRIMENTO E EXTREMO SUL	51	48	11	1	2	113
COSTA DO DESCOBRIMENTO	39	34	6		1	80
EXTREMO SUL	12	14	5	1	1	33
POLO TERRITÓRIOS DE SALVADOR E RECÔNCAVO	173	149	56	13	2	392
METROPOLITANO DE SALVADOR	145	130	54	13	2	343
RECÔNCAVO	28	19	2			49
POLO TERRITÓRIOS DO LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	12	13	0	1	0	26
LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	12	13		1		26
POLO TERRITÓRIOS DO OESTE	23	13	14	5	1	56



BACIA DO RIO CORRENTE	4	7	8	2	1	22
BACIA DO RIO GRANDE	13	4	3	2		22
VELHO CHICO	6	2	3	1		12
POLO TERRITÓRIOS DO SERTÃO, SISAL E SÃO FRANCISCO	86	43	6	1	1	137
BACIA DO JACUÍPE	4	4	1			9
IRECÊ	17	8	1		1	27
ITAPARICA	3	4				7
PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU	11	1	1	1		14
PORTAL DO SERTÃO	12	12				24
SEMIÁRIDO DO NORDESTE II	10	2	2			14
SERTÃO DO SÃO FRANCISCO	3	3	1			7
SISAL	26	9				35
POLO TERRITÓRIOS DO SUDOESTE	33	40	5	2	0	80
MÉDIO RIO DE CONTAS	8	4		1		13
MÉDIO SUDOESTE DA BAHIA	1		1			2
SERTÃO PRODUTIVO	13	8	2			23
SUDOESTE BAIANO	11	28	2	1		42
Total Geral	483	385	110	25	8	1011

No que se refere à renda da família, a concentração de respostas permanece, assim como na renda individual, em até 1 salário mínimo (47,8%) e entre 1 a 3 salários mínimos (38,1%).

Qual a sua principal fonte de informação?



Opções de respostas	Frequência absoluta	Frequência Relativa
Outros	43	1,2%
Revistas	60	1,6%
Rádio	68	1,8%
Jornal	88	2,4%
Amigos/Família	398	10,7%
Televisão	450	12,1%
Redes Sociais (whatsapp / facebook /Instagram)	783	21,1%
Internet	810	21,8%
E-mail	1011	27,2%
Total	3711	100,0%

Nota: 3711 respostas válidas no universo de 1000 respondentes

Sobre as fontes de informação utilizadas pelos artesãos, esse é um aspecto estratégico para que seja buscada a melhor forma para acessá-los/informá-los. As respostas refletem um contexto mais amplo da sociedade na contemporaneidade, em que observamos a ascensão acelerada do consumo de informação pela internet e redes sociais.

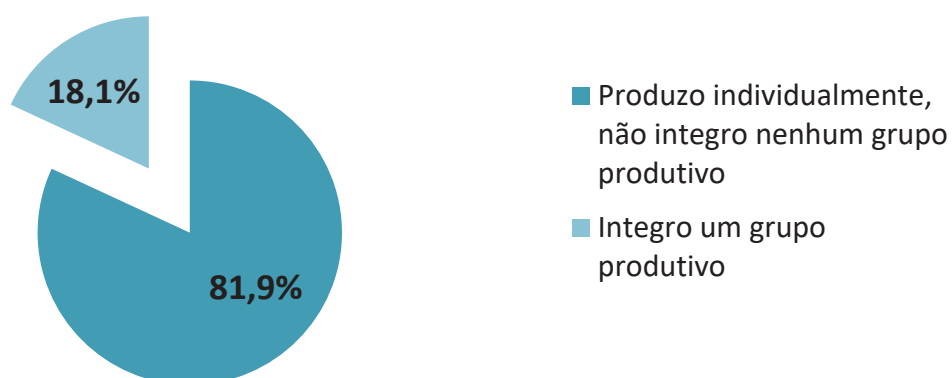
A questão admitia mais de uma resposta, sendo as três primeiras mais citadas vinculadas à Internet como principal fonte de informação, muito à frente de outros formatos (a “televisão” possui quase metade das respostas se comparada à resposta “internet”).

Ressalta-se apenas que “email” pode ter sido entendida pelo respondente como ato de comunicação, muito mais do que fonte de informação, o que não invalida essa percepção que tem o virtual como majoritário. **Neste sentido, ressalta-se a importância das ações de comunicação realizadas pelas redes sociais, com objetivo de mobilizar, articular e formar artesãos, sendo este um campo que deve ser, sem dúvidas, fortalecido.**

Outras fontes de informação citadas

Respostas
Livros
Prefeitura Municipal
Universidade
Feiras e eventos
Podcast e periódicos virtuais
Cursos presenciais
Eventos científicos

Você produz individualmente?



Opções de respostas	Frequência absoluta	Frequência Relativa
Produzo individualmente, não integro nenhum grupo produtivo	828	81,9%
Integro um grupo produtivo	183	18,1%
Total	1011	100,0%

Nota: Universo = 1011 respondentes

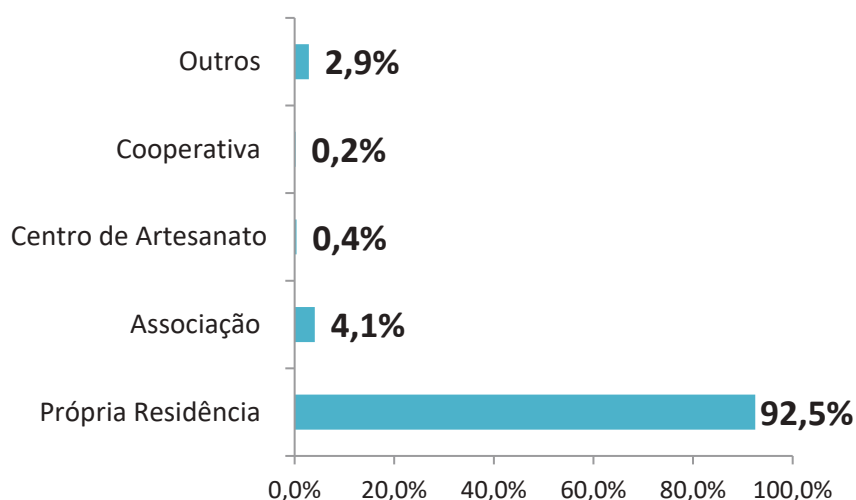
Você produz individualmente?	Integro um grupo produtivo	Produzo individualmente, não integro nenhum grupo.	Total
POLO TERRITÓRIO DA CHAPADA DIAMANTINA	8	55	63
BACIA DO PARAMIRIM		2	2
CHAPADA DIAMANTINA	5	33	38
PIEMONTE DA DIAMANTINA	2	15	17
PIEMONTE DO PARAGUAÇU	1	5	6
POLO TERRITÓRIOS COSTA DO DENDÊ E JIQUIRIÇÁ	20	66	86
BACIA DO RIO CORRENTE		3	3
BAIXO SUL	9	45	54
PIEMONTE DO PARAGUAÇU	3	2	5
VALE DO JIQUIRIÇÁ	8	16	24
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO CACAU	5	51	56
LITORAL SUL	5	51	56
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO DESCOBRIMENTO E EXTREMO SUL	12	101	113
COSTA DO DESCOBRIMENTO	7	73	80
EXTREMO SUL	5	28	33
POLO TERRITÓRIOS DE SALVADOR E RECÔNCAVO	46	348	394
METROPOLITANO DE SALVADOR	25	318	342
RECÔNCAVO	20	29	49
POLO TERRITÓRIOS DO LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	7	19	26
LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	7	19	26
POLO TERRITÓRIOS DO OESTE	6	50	56
BACIA DO RIO CORRENTE	2	20	22
BACIA DO RIO GRANDE	3	19	22
VELHO CHICO	1	11	12
POLO TERRITÓRIOS DO SERTÃO, SISAL E SÃO FRANCISCO	50	87	137
BACIA DO JACUÍPE	3	6	9
IRECÊ	8	19	27
ITAPARICA	1	6	7
PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU	1	13	14
PORTAL DO SERTÃO	5	19	24
SEMIÁRIDO DO NORDESTE II	10	4	14
SERTÃO DO SÃO FRANCISCO	1	6	7
SISAL	21	14	35
POLO TERRITÓRIOS DO SUDOESTE	29	51	80
MÉDIO RIO DE CONTAS	4	9	13



MÉDIO SUDOESTE DA BAHIA		2	2
SERTÃO PRODUTIVO	13	10	23
SUDOESTE BAIANO	12	30	42
Total Geral	183	828	1011

Ainda que o questionário tenha sido aplicado e direcionado também para alguns grupos, a maior parte dos respondentes indicou produzir individualmente (81,9%). Essa é uma característica bastante comum no segmento, uma vez que o trabalho é feito em casa, sem local definido e o uso de equipamentos e máquinas tende a ser individualizado. Pode-se dizer que os momentos de interação em grupo - em associação e ou cooperativa - estariam muito mais atrelados a informes, definições sobre a produção e a aspectos de comercialização. Ainda que a lógica de uma produção em grupo esteja presente em alguns contextos, estes estão muito mais relacionados a tradições de agrupamentos coletivos do que ao tipo de produção, geralmente individualizada e intimamente ligada à criatividade, inovação e relacionada ao tempo de quem produz.

Onde você produz?



Opções de respostas	Frequência absoluta	Frequência Relativa
Própria Residência	935	92,5%
Associação	41	4,1%
Centro de Artesanato	4	0,4%
Cooperativa	2	0,2%
Outros	29	2,9%
Total	1011	100,0%

Nota: Universo = 1011 respondentes

Rótulos de Linha	Associação	Centro de artesanato	Cooperativa	Outros	Própria residência	Total Geral
------------------	------------	----------------------	-------------	--------	--------------------	-------------

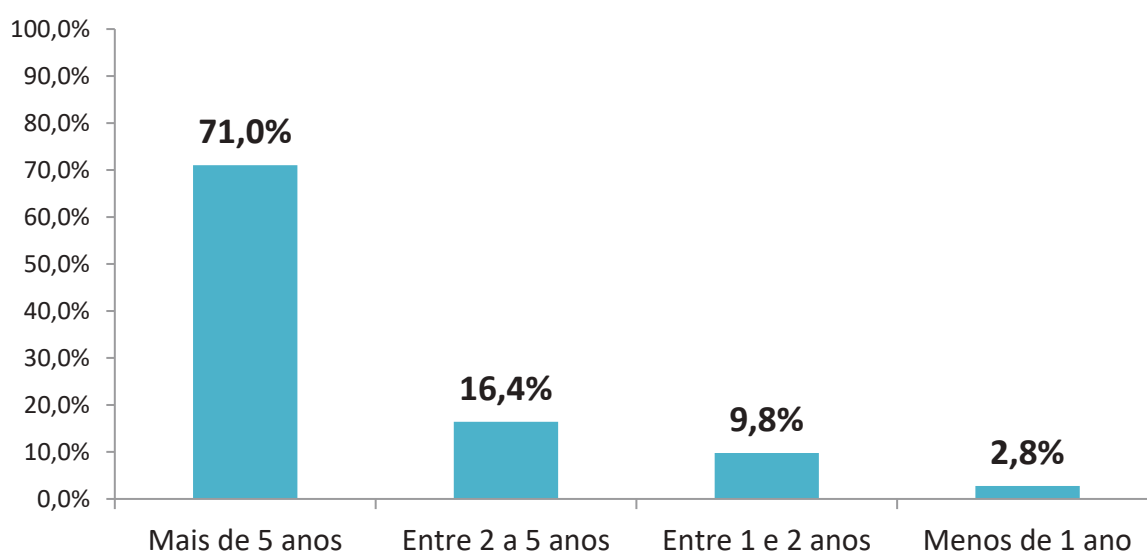
POLO TERRITÓRIO DA CHAPADA DIAMANTINA	1		1	2	59	63
BACIA DO PARAMIRIM					2	2
CHAPADA DIAMANTINA			1	1	36	38
PIEMONTE DA DIAMANTINA				1	16	17
PIEMONTE DO PARAGUAÇU	1				5	6
POLO TERRITÓRIOS COSTA DO DENDÊ E JIQUIRIÇÁ	6	1		4	76	87
BACIA DO RIO CORRENTE					3	3
BAIXO SUL	2	1		3	49	54
PIEMONTE DO PARAGUAÇU	4				1	5
VALE DO JIQUIRIÇÁ				1	23	24
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO CACAU				5	51	56
LITORAL SUL				5	51	56
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO DESCOBRIMENTO E EXTREMO SUL				5	108	113
COSTA DO DESCOBRIMENTO				4	76	80
EXTREMO SUL				1	32	33
POLO TERRITÓRIOS DE SALVADOR E RECÔNCAVO	9	1	1	10	372	393
METROPOLITANO DE SALVADOR	5	1	1	9	327	342
RECÔNCAVO	4			1	44	49
POLO TERRITÓRIOS DO LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	1	1			24	26
LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	1	1			24	26
POLO TERRITÓRIOS DO OESTE				1	55	56
BACIA DO RIO CORRENTE					22	22
BACIA DO RIO GRANDE				1	21	22
VELHO CHICO					12	12
POLO TERRITÓRIOS DO SERTÃO, SISAL E SÃO FRANCISCO	12	1		1	123	137
BACIA DO JACUÍPE	1				8	9
IRECÊ					27	27
ITAPARICA				1	6	7
PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU					14	14
PORTAL DO SERTÃO	1				23	24
SEMIÁRIDO DO NORDESTE II	8	1			5	14
SERTÃO DO SÃO FRANCISCO					7	7
SISAL	2				33	35
POLO TERRITÓRIOS DO SUDOESTE	12			1	67	80
MÉDIO RIO DE CONTAS					13	13
MÉDIO SUDOESTE DA BAHIA					2	2



SERTÃO PRODUTIVO	7		1	15	23
SUDOESTE BAIANO	5			37	42
Total Geral	41	4	2	29	935 1011

De forma a complementar a questão anterior, essa produção individual é feita em casa de forma mais significativa (92,5%), sendo os demais espaços somados inferiores portanto a 10% da amostra. Neste contexto, se pensarmos em comercialização em uma escala maior, essa variável deve ser considerada, pois envolve aspectos relacionados a armazenamento da matéria-prima, das peças e de condições adequadas para produção.

Há quanto tempo você trabalha com artesanato?



Opções de respostas	Frequência absoluta	Frequência Relativa
Mais de 5 anos	718	71,0%
Entre 2 a 5 anos	166	16,4%
Entre 1 e 2 anos	99	9,8%
Menos de 1 ano	28	2,8%
Total	1011	100,0%

Nota: Universo = 1011 respondentes

Rótulos de Linha	Entre 1 ano e 2 anos	Entre 2 anos e 5 anos	Mais de 5 anos	Menos de um ano	Total
POLO TERRITÓRIO DA CHAPADA DIAMANTINA	7	11	45		63
BACIA DO PARAMIRIM			2		2

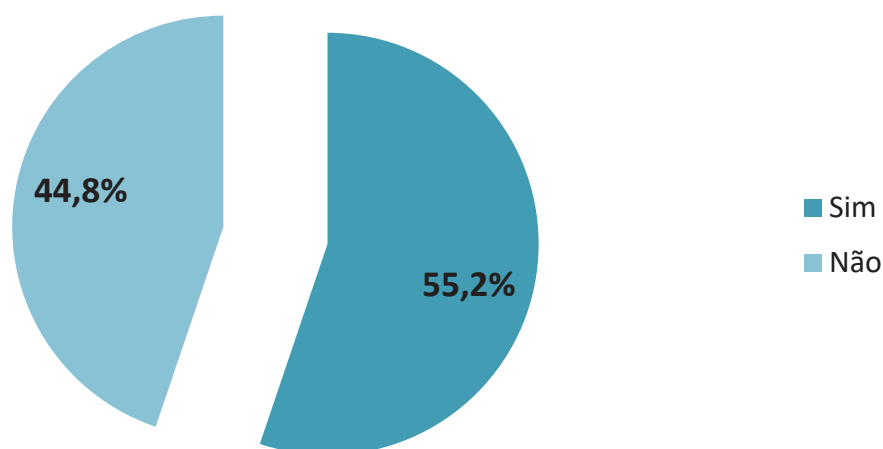
CHAPADA DIAMANTINA	3	5	30		38
PIEMONTE DA DIAMANTINA	4	5	8		17
PIEMONTE DO PARAGUAÇU		1	5		6
POLO TERRITÓRIOS COSTA DO DENDÊ E JIQUIRIÇÁ	6	18	64		88
BACIA DO RIO CORRENTE			3		3
BAIXO SUL	4	13	39		56
PIEMONTE DO PARAGUAÇU			5		5
VALE DO JIQUIRIÇÁ	2	5	17		24
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO CACAU	2	14	39	1	56
LITORAL SUL	2	14	39	1	56
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO DESCOBRIMENTO E EXTREMO SUL	5	19	83	6	113
COSTA DO DESCOBRIMENTO	2	14	61	3	80
EXTREMO SUL	3	5	22	3	33
POLO TERRITÓRIOS DE SALVADOR E RECÔNCAVO	44	65	272	13	394
METROPOLITANO DE SALVADOR	41	56	233	13	343
RECÔNCAVO	3	9	37		49
POLO TERRITÓRIOS DO LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	4	5	17		26
LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	4	5	17		26
POLO TERRITÓRIOS DO OESTE	4	7	42	3	56
BACIA DO RIO CORRENTE	1	4	17		22
BACIA DO RIO GRANDE	1	3	16	2	22
VELHO CHICO	2		9	1	12
POLO TERRITÓRIOS DO SERTÃO, SISAL E SÃO FRANCISCO	20	16	98	3	137
BACIA DO JACUÍPE	1	1	6	1	9
IRECÊ	10	2	14	1	27
ITAPARICA	2		5		7
PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU		5	9		14
PORTAL DO SERTÃO	1	6	16	1	24
SEMIÁRIDO DO NORDESTE II	3	1	10		14
SERTÃO DO SÃO FRANCISCO	1		6		7
SISAL	2	1	32		35
POLO TERRITÓRIOS DO SUDOESTE	7	11	60	2	80
MÉDIO RIO DE CONTAS	1	3	9		13
MÉDIO SUDOESTE DA BAHIA			2		2
SERTÃO PRODUTIVO	2	4	17		23
SUDOESTE BAIANO	4	4	32	2	42
Total Geral	99	166	718	28	1011



A natureza do trabalho artesanal está vinculada a uma passagem de saberes que invariavelmente é geracional. Neste sentido, mais de 70% dos respondentes indicaram que produzem há mais de cinco anos, evidenciando um saber que é aprendido em contextos muito próximos, geralmente em família ou em comunidade. Para uma política pública da área de artesanato, essa é uma questão que se apresenta como importante: **“Como sistematizar essa passagem de saberes?”** Ela de fato ocorre e o seu resultado visível é a existência de um percentual amostral significativo em termos de tempo de produção, como observamos aqui. Mesmo que a salvaguarda dessa passagem de saberes esteja sobremaneira dependente de ações próprias de grupos e indivíduos em comunidade, que outras estratégias podem ser pensadas pelos agentes públicos? Compreender a cadeia de produção a partir da análise desses saberes populares permite a construção de modelos de passagem do saber por meio de propostas de difusão.

Por outro lado, esse tempo de produção traz um segundo aspecto, aquele relacionado à “paixão criativa” para se produzir, mesmo que com dificuldades de comercialização e de retorno financeiro. Como se não fosse possível deixar de ser artesão, pode-se deixar de viver do artesanato como fonte principal de renda.

O artesanato é sua principal fonte de renda?



Opções de respostas	Frequência absoluta	Frequência Relativa
Sim	558	55,2%
Não	453	44,8%
Total	1011	100,0%

Nota: Universo = 1011 respondentes

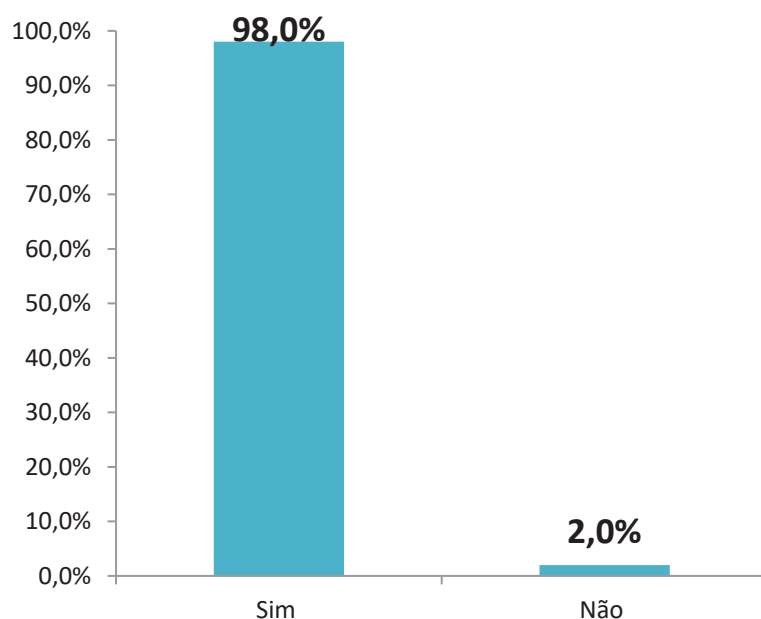
O artesanato é sua principal fonte de renda?	Não	Sim	Total
POLO TERRITÓRIO DA CHAPADA DIAMANTINA	35	28	63
BACIA DO PARAMIRIM	1	1	2
CHAPADA DIAMANTINA	22	16	38
PIEMONTE DA DIAMANTINA	6	11	17
PIEMONTE DO PARAGUAÇU	6		6
POLO TERRITÓRIOS COSTA DO DENDÊ E JIQUIRIÇÁ	29	59	88
BACIA DO RIO CORRENTE	1	2	3
BAIXO SUL	12	44	56
PIEMONTE DO PARAGUAÇU	4	1	5
VALE DO JIQUIRIÇÁ	12	12	24
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO CACAU	30	26	56
LITORAL SUL	30	26	56
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO DESCOBRIMENTO E EXTREMO SUL	46	67	113
COSTA DO DESCOBRIMENTO	29	51	80
EXTREMO SUL	17	16	33
POLO TERRITÓRIOS DE SALVADOR E RECÔNCAVO	153	239	392
METROPOLITANO DE SALVADOR	129	214	343
RECÔNCAVO	24	25	49
POLO TERRITÓRIOS DO LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	8	18	26
LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	8	18	26
POLO TERRITÓRIOS DO OESTE	35	21	56
BACIA DO RIO CORRENTE	16	6	22
BACIA DO RIO GRANDE	9	13	22
VELHO CHICO	10	2	12
POLO TERRITÓRIOS DO SERTÃO, SISAL E SÃO FRANCISCO	65	72	137
BACIA DO JACUÍPE	6	3	9
IRECÊ	13	14	27
ITAPARICA	2	5	7
PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU	3	11	14
PORTAL DO SERTÃO	10	14	24
SEMIÁRIDO DO NORDESTE II	6	8	14
SERTÃO DO SÃO FRANCISCO	2	5	7
SISAL	23	12	35
POLO TERRITÓRIOS DO SUDOESTE	52	28	80
MÉDIO RIO DE CONTAS	8	5	13



MÉDIO SUDOESTE DA BAHIA	2		2
SERTÃO PRODUTIVO	18	5	23
SUDOESTE BAIANO	24	18	42
Total Geral	453	558	1011

A atividade artesanal representa uma importante ocupação para a população entrevistada. Muitas vezes entendida como uma fonte secundária de renda, a amostra revelou um quantitativo superior de artesãos que têm essa atividade como principal fonte financeira para o seu sustento. O investimento em formação e melhorias das técnicas de produção, na medida em que trazem melhorias aos produtos e profissionalizam o setor, impulsionam esse dado que coloca o artesanato como principal fonte de renda. Esse é um dado importante que deve ser continuamente monitorado, pois o seu aumento estará ligado ao fortalecimento do setor e no consequente investimento dos artesãos na produção.

Você tem acesso à internet?



Opções de respostas	Frequência absoluta	Frequência Relativa
Sim	991	98,0%
Não	20	2,0%
Total	1011	100,0%

Nota: Universo = 1011 respondentes

Você tem acesso à internet?	Não	Sim	Total
-----------------------------	-----	-----	-------

POLO TERRITÓRIO DA CHAPADA DIAMANTINA	1	62	63
BACIA DO PARAMIRIM		2	2
CHAPADA DIAMANTINA	1	37	38
PIEMONTE DA DIAMANTINA		17	17
PIEMONTE DO PARAGUAÇU		6	6
POLO TERRITÓRIOS COSTA DO DENDÊ E JIQUIRIÇÁ	2	86	88
BACIA DO RIO CORRENTE		3	3
BAIXO SUL	1	55	54
PIEMONTE DO PARAGUAÇU		5	5
VALE DO JIQUIRIÇÁ	1	23	24
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO CACAU	1	55	56
LITORAL SUL	1	55	56
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO DESCOBRIMENTO E EXTREMO SUL		113	113
COSTA DO DESCOBRIMENTO		80	80
EXTREMO SUL		33	33
POLO TERRITÓRIOS DE SALVADOR E RECÔNCAVO	6	386	392
METROPOLITANO DE SALVADOR	3	340	342
RECÔNCAVO	3	46	49
POLO TERRITÓRIOS DO LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO		26	26
LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO		26	26
POLO TERRITÓRIOS DO OESTE	2	54	56
BACIA DO RIO CORRENTE	1	21	22
BACIA DO RIO GRANDE	1	21	22
VELHO CHICO		12	12
POLO TERRITÓRIOS DO SERTÃO, SISAL E SÃO FRANCISCO	6	131	137
BACIA DO JACUÍPE		9	9
IRECÊ	1	26	27
ITAPARICA		7	7
PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU		14	14
PORTAL DO SERTÃO		24	24
SEMIÁRIDO DO NORDESTE II		14	14
SERTÃO DO SÃO FRANCISCO		7	7
SISAL	5	30	35
POLO TERRITÓRIOS DO SUDOESTE	2	78	80
MÉDIO RIO DE CONTAS		13	13
MÉDIO SUDOESTE DA BAHIA		2	2
SERTÃO PRODUTIVO	1	22	23
SUDOESTE BAIANO	1	41	42
Total Geral	20	991	1011

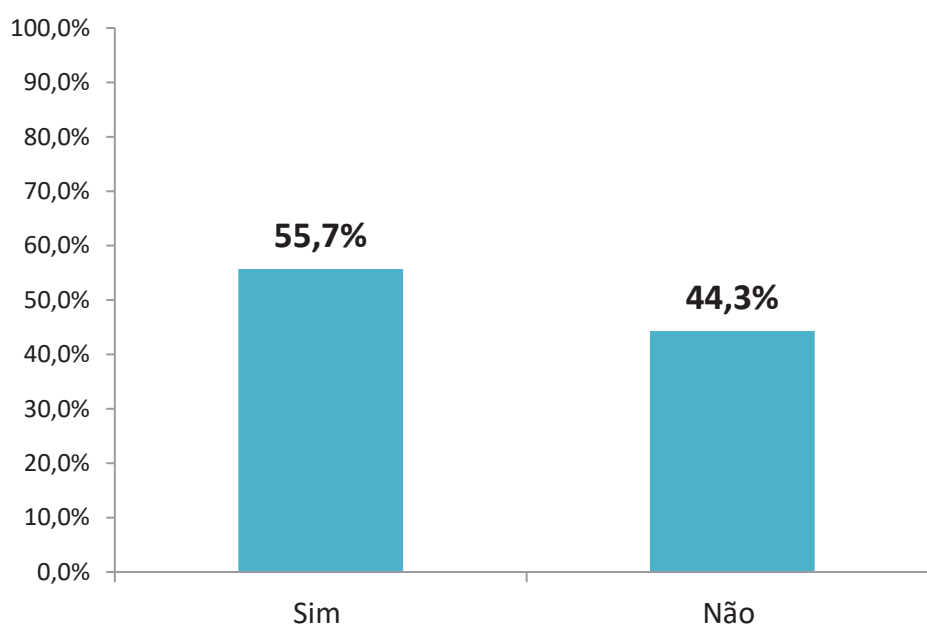
O acesso à Internet para essa amostra pode ter sido enviesada dado o caráter da amostra, pois a quase totalidade afirmou. Como o período de isolamento social



decorrente da pandemia inviabilizou a operacionalização da estratégia inicial da pesquisa, que contemplava a aplicação de questionários in loco junto a grupos produtivos e nos eventos de lançamento da pesquisa nos polos, as respostas então concentram-se nas ligações feitas e inserção dos dados por aplicadores e autodeclaração do artesão, inserindo as informações diretamente no site. Contudo, considerando em termos da frequência absoluta, é bastante significativo que tenhamos 991 respondentes (98% da amostra) com acesso à internet.

Deve-se também não rotular o público dos artesãos como um público off-line, desconectado das redes. O campo presencial nos mostrou justamente o contrário, ao observarmos a conexão de Internet em grupos indígenas e a forma como estes lidam com a tecnologia. Certamente, há um quantitativo grande de artesãos que ainda estão em processo de inserção no contexto online, porém já é uma realidade também aqueles que possuem redes sociais e se utilizam do espaço virtual como meio de contato.

Você já comercializou pela internet?



Opções de respostas	Frequência absoluta	Frequência Relativa
Sim	563	55,7%
Não	448	44,3%
Total	1011	100,0%

Nota: Universo = 1011 respondentes

Você já comercializou pela internet?	Não	Sim	Tota
POLO TERRITÓRIO DA CHAPADA DIAMANTINA	25	38	63

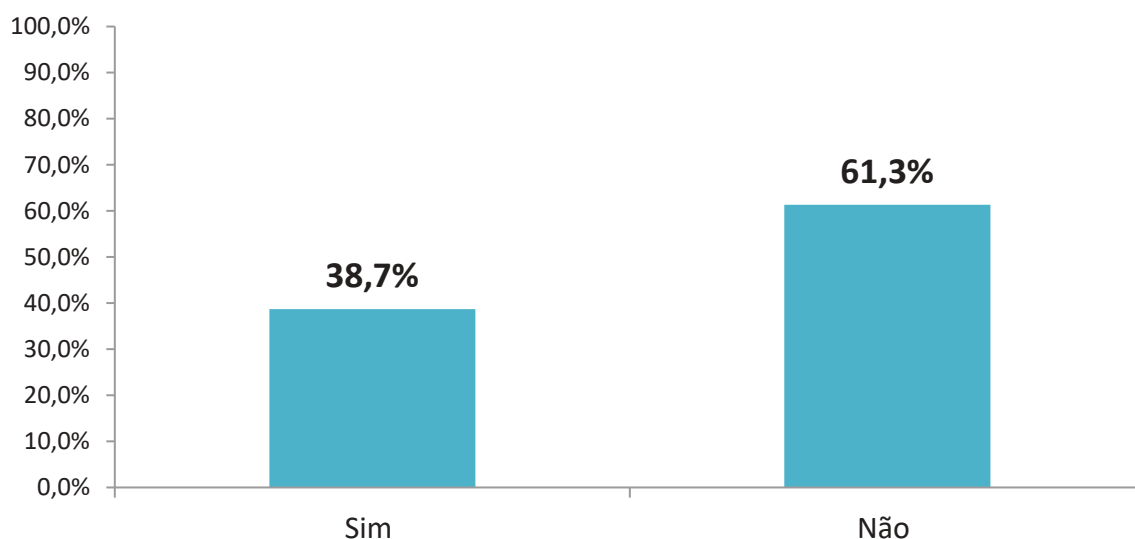
BACIA DO PARAMIRIM	1	1	2
CHAPADA DIAMANTINA	18	20	38
PIEMONTE DA DIAMANTINA	4	13	17
PIEMONTE DO PARAGUAÇU	2	4	6
POLO TERRITÓRIOS COSTA DO DENDÊ E JIQUIRIÇÁ	37	51	88
BACIA DO RIO CORRENTE		3	3
BAIXO SUL	21	35	54
PIEMONTE DO PARAGUAÇU	4	1	5
VALE DO JIQUIRIÇÁ	12	12	24
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO CACAU	24	32	56
LITORAL SUL	24	32	56
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO DESCOBRIMENTO E EXTREMO SUL	48	65	113
COSTA DO DESCOBRIMENTO	38	42	80
EXTREMO SUL	10	23	33
POLO TERRITÓRIOS DE SALVADOR E RECÔNCAVO	171	221	392
METROPOLITANO DE SALVADOR	147	196	343
RECÔNCAVO	24	25	49
POLO TERRITÓRIOS DO LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	13	13	26
LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	13	13	26
POLO TERRITÓRIOS DO OESTE	32	24	56
BACIA DO RIO CORRENTE	13	9	22
BACIA DO RIO GRANDE	11	11	22
VELHO CHICO	8	4	12
POLO TERRITÓRIOS DO SERTÃO, SISAL E SÃO FRANCISCO	62	75	137
BACIA DO JACUÍPE	6	3	9
IRECÊ	12	15	27
ITAPARICA	1	6	7
PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU	6	8	14
PORTAL DO SERTÃO	13	11	24
SEMIÁRIDO DO NORDESTE II	5	9	14
SERTÃO DO SÃO FRANCISCO	4	3	7
SISAL	15	20	35
POLO TERRITÓRIOS DO SUDOESTE	36	44	80
MÉDIO RIO DE CONTAS	7	6	13
MÉDIO SUDOESTE DA BAHIA		2	2
SERTÃO PRODUTIVO	10	13	23
SUDOESTE BAIANO	19	23	42



Total Geral	448 563 1011
--------------------	---------------------

Dos respondentes, mais da metade da amostra (55,7%) afirma já ter comercializado pela Internet. Considerando o contexto atual de isolamento social e as incertezas de quando as condições de consumo presencial estarão próximas do contexto anterior, esse é um dado relevante para que sejam pensadas estratégias de comercialização, marketing digital e visibilidade para artesãos e suas respectivas produções. Além disso, para além da dimensão individual, o fortalecimento da visão territorial da produção, enquanto blocos agregados de artesãos de tipologias, em observância da lógica dos territórios de identidade.

Você é filiado a alguma entidade representativa de artesanato? (Exemplos: associação, federação etc)



Opções de respostas	Frequência absoluta	Frequência Relativa
Sim	389	38,7%
Não	622	61,3%
Total	1011	100,0%

Nota: Universo = 1011 respondentes

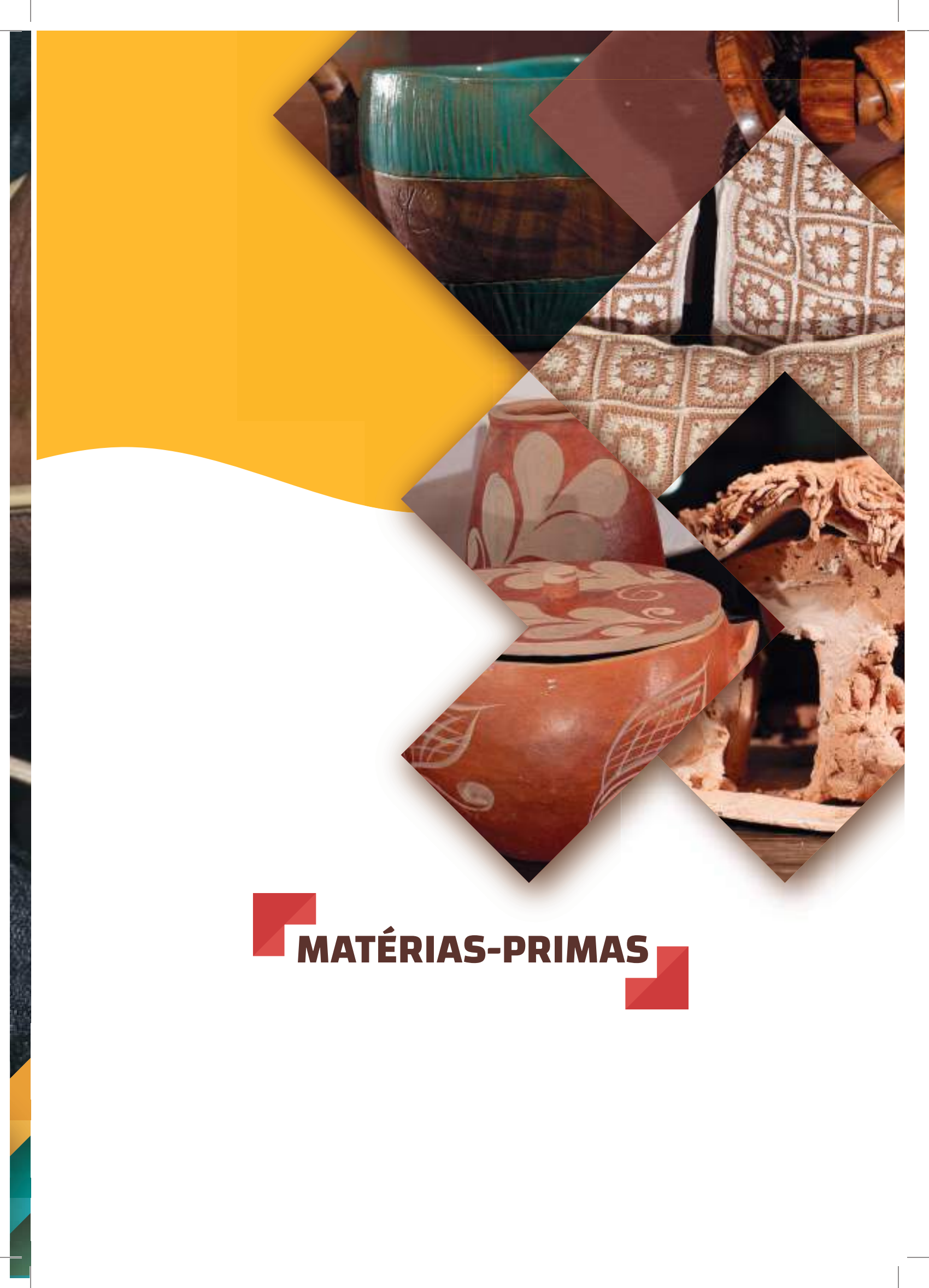
É filiado a alguma entidade representativa de artesanato?	Não	Sim	Total
POLO TERRITÓRIO DA CHAPADA DIAMANTINA	39	24	63
BACIA DO PARAMIRIM	2		2
CHAPADA DIAMANTINA	21	17	38
PIEMONTE DA DIAMANTINA	11	6	17

PIEMONTE DO PARAGUAÇU	5	1	6
POLO TERRITÓRIOS COSTA DO DENDÊ E JIQUIRIÇÁ	36	52	88
BACIA DO RIO CORRENTE		3	3
BAIXO SUL	21	35	54
PIEMONTE DO PARAGUAÇU	1	4	5
VALE DO JIQUIRIÇÁ	14	10	24
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO CACAU	34	22	56
LITORAL SUL	34	22	56
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO DESCOBRIMENTO E EXTREMO SUL	82	31	113
COSTA DO DESCOBRIMENTO	62	18	80
EXTREMO SUL	20	13	33
POLO TERRITÓRIOS DE SALVADOR E RECÔNCAVO	266	126	392
METROPOLITANO DE SALVADOR	239	104	343
RECÔNCAVO	27	22	49
POLO TERRITÓRIOS DO LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	17	9	26
LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	17	9	26
POLO TERRITÓRIOS DO OESTE	27	29	56
BACIA DO RIO CORRENTE	7	15	22
BACIA DO RIO GRANDE	13	9	22
VELHO CHICO	7	5	12
POLO TERRITÓRIOS DO SERTÃO, SISAL E SÃO FRANCISCO	78	59	137
BACIA DO JACUÍPE	7	2	9
IRECÊ	16	11	27
ITAPARICA	6	1	7
PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU	13	1	14
PORTAL DO SERTÃO	18	6	24
SEMIÁRIDO DO NORDESTE II	5	9	14
SERTÃO DO SÃO FRANCISCO	5	2	7
SISAL	8	27	35
POLO TERRITÓRIOS DO SUDOESTE	43	37	80
MÉDIO RIO DE CONTAS	10	3	13
MÉDIO SUDOESTE DA BAHIA	1	1	2
SERTÃO PRODUTIVO	9	14	23
SUDOESTE BAIANO	23	19	42
Total Geral	622	389	1011

Em relação à filiação a entidades representativas, observa-se que apenas 1/3 dos artesãos, aproximadamente, está filiado a associações, entidades federativas ou outras. Sob uma perspectiva de organização de profissionais de uma determinada classe, um quantitativo maior de filiados poderia representar uma maior capacidade de articulação dos artesãos em relação a problemas comuns, questões de comercialização, dentre outras.







MATÉRIAS-PRIMAS

Quais os TIPOS de matérias-primas são utilizados para esses produtos?



As pesquisas sobre os elementos culturais e simbólicos que compõem a produção artesanal dos diferentes territórios não se relacionam unicamente às técnicas empregadas, mas também aos materiais utilizados para criação das peças. Materialidade (insumos) e imaterialidade (técnicas) conferem a cada território a sua identidade e a sua distinção em relação a outras localidades. A confecção do produto artesanal obtém um sentido simbólico, pois a eles são atribuídas significações, cujo reconhecimento se dá também pelos consumidores das peças, que legitimam os saberes tradicionais envolvidos para criação das peças.

No município de Aratuípe, o distrito de Maragogipinho já possui experiência na comercialização de cerâmica, tendo escoado a produção para grandes redes de varejo. No município de Maragogipinho, são produzidas uma grande variedade de moringas, jarros e tigelas em cerâmica, feitos com barro amarelo e vitrificados em seu interior.

No território da Chapada Diamantina, alguns municípios se destacam pela lapidação de pedras preciosas, sendo observado também o uso de palhas de coco, palhas de Licuri e Licurioba na produção de peças artesanais.

A madeira é a principal matéria-prima utilizada na região do São Francisco para produção das carrancas, ao passo em que também são utilizadas por indígenas em Porto Seguro. A madeira expressa a rica arte popular Baiana, dando origem a móveis, instrumentos musicais e utensílios domésticos.

O Território Velho Chico possui uma grande variedade de artesãos que produzem artesanatos em palhas de milho, palhas de bananeira, couro ou cristais, etc.

No território de Itaparica, destaca-se a produção de redes, mantas, tapetes e colchas que são exportados para diversos Estados brasileiros e até para outros países. Existem várias outras iniciativas de artesanato em cerâmica, madeira, sementes, couro e palha, feitas por comunidades tradicionais e indígenas. Os grupos de artesanato estão localizados nas tribos indígenas Tumbalalá, Pankararés, Pankararus, Xucurus e Kiriris; Cooperativa de Artesanato de Camaratu, em Jatobá; Grupo da Rocinha, Associação de Trançadores de Caroá, Associação de Beneficiadores de Couro, Costura, em Jatobá.



Os metais foram introduzidos pelos portugueses, sendo bastante observados em localidades urbanas. Na Bahia, é possível identificar alguns polos de produção, concentrados em Salvador, Rio de Contas, Lençóis e Canavieiras. A variedade de peças produzidas incluem peças sacras, adereços, sendo observáveis os usos de bronze, alumínio, latão e demais peças que passam por um processo de fundição e modelagem.

O uso do couro está muito associado a criação de gado no sertão baiano, facilmente encontrados em roupas, chapéus, botas e demais itens do homem do campo. São peças que se destacam pelo seu caráter rústico, estando muito presentes nos municípios de Tucano, Feira de Santana e Ipirá. Em uma perspectiva mais urbana, vemos o uso do couro em bolsas, sapatos, cintos e carteiras, tendo se tornado um item de moda com alto valor agregado.

Fios e tecidos compõem um cenário em que este insumo pode ser observado do litoral ao sertão, sendo um item recorrente no território baiano. Por outro lado, as fibras, como o sisal, que dá nome a um território de identidade do Estado, reforçando a sua importância simbólica e econômica, sendo as fibras do sisal e do caroá chamadas de “Riquezas do Sertão”.

Para além dessas matérias-primas que se constituem em fontes primárias da natureza, há também releituras, que colocam o reciclo como uma possibilidade para a produção artesanal. Entrariam nessa modalidade as peças de fuxico e os retalhos, que são usados para fazer roupas de cama e vestimentas. O papel machê e a papietagem dão origem a peças que integram uma linha mais contemporânea de reuso. O reciclo



de matérias-primas pode ser observado em diversos municípios baianos, tais como Salvador, Nova Soure, Morro do Chapéu, Andaraí e Itaquara.

Reitera-se, portanto, que o Estado da Bahia é um grande centro produtor de artesanatos a partir de diferentes matérias-primas. As rendas de almofadas são confeccionadas em Castro Alves e Santa Terezinha; as peças utilitárias (em miniatura) em Nazaré das Farinhas; redes de pesca em Xique-Xique; colchas de algodão e de seda e espanadores de sisal, em Caldas de Cipó e Tucano. Itiúba fabrica chapéus de fibra, artigos de palha de ouricuri ou ariri e bolsas de sisal.

Pode-se afirmar que o artesanato relaciona-se a um sistema sociocultural autônomo que dá aos objetos produzidos sentidos precisos, ou seja, relaciona-se diretamente a um sentido prático do que e para que é feito - função determinada quando são produzidos. A escolha do campo artesanal, do ofício ou especialidade, é ditada pelo material adequado à transformação e por sua abundância no lugar em função da disponibilidade de recursos naturais.

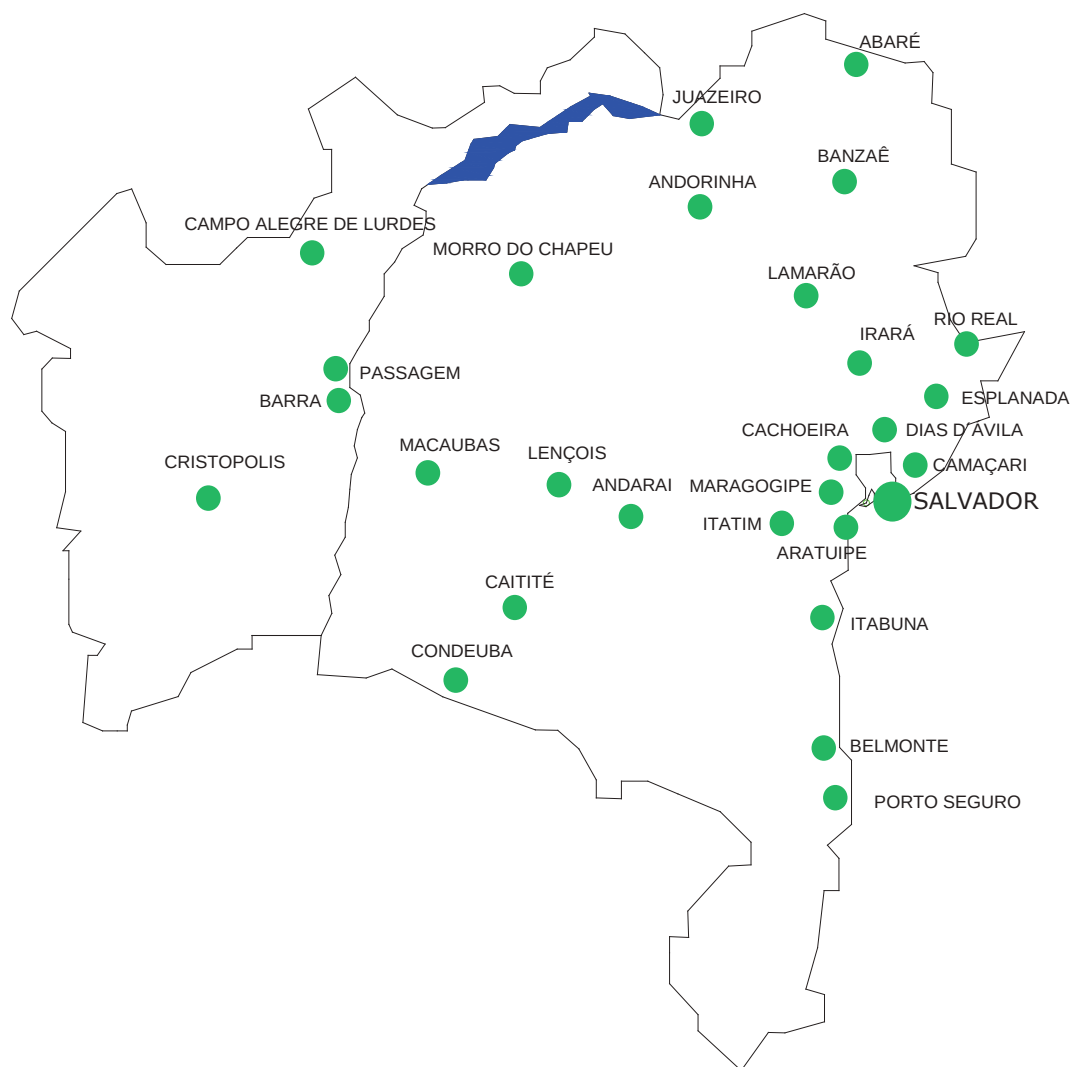


Os mapas que constam nas ilustrações anexas são fruto do levantamento realizado pelo consultor da área de artesanato Rodrigo Lyra ao longo de vinte anos de atividade junto a comunidades artesanais na capital e interior da Bahia. Neste período foram realizadas pesquisas com publicação de parte do material coletado com o objetivo de reunir informações, imagens (fotografias, desenhos, infográficos e mapas) e depoimentos sobre as atividades artesanais de diversas tipologias e técnicas no Estado da Bahia que sejam os mais relevantes e representativos para traçar um cenário destas atividades e que reunidos configuram um painel do contexto cultural, social, humano, técnico e ecológico registrados de forma a compreender as identidades das atividades artesanais no estado, além de se configurar em um documento de referência técnica para o setor.

Este levantamento identifica grupos e manifestações que estão em atividade ou latentes, que de acordo com o plano de orientação e capacitação estariam aptas e integrar as redes para o fortalecimento da atividade artesanal na Bahia. Ao mapearmos estas manifestações, é possível detectar regularidades e especificidades, como vários grupos humanos interpretam de forma diferente suas experiências e as materializam de acordo com suas concepções, esta diversidade é que caracteriza a

identidade do artesanato baiano que, se confrontarmos com aspectos históricos e econômicos, podemos também reconhecer vocações e identificar oportunidades para o planejamento de novas ações de apoio a atividade artesanal no estado. Fomentando e protegendo suas características identitárias sem provocar o perigo de cristalizar artificialmente essas manifestações, dando-lhes uma sobrevida que lhes roubaria o valor funcional anterior e lhes esvaziaria o significado.

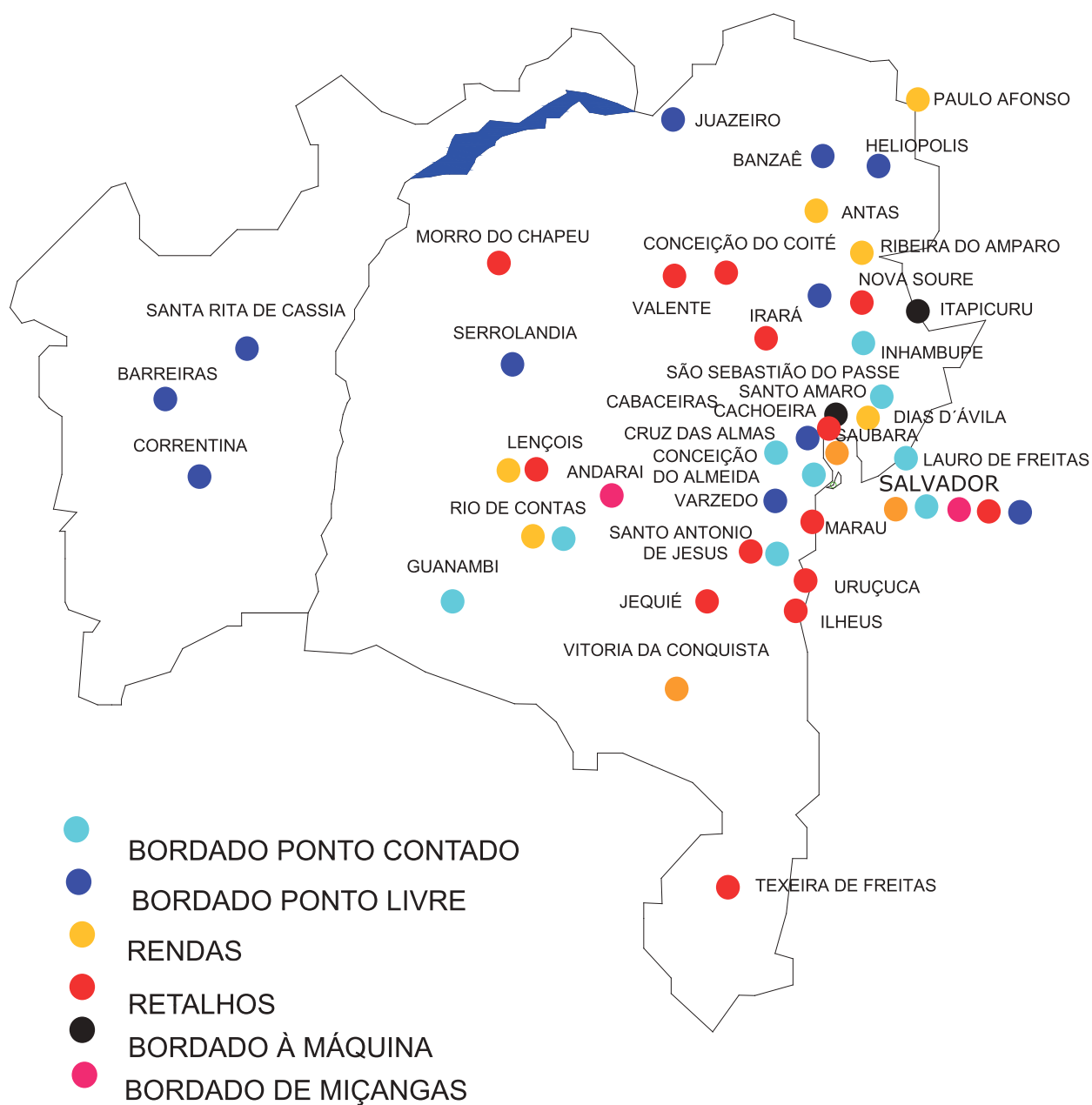
Manifestações do artesanato em Cerâmica - Municípios do Estado da Bahia



Fonte: LYRA, Rodrigo (2020)



Manifestações do Artesanato de Bordado - Municípios do Estado da Bahia



Fonte: LYRA, Rodrigo (2020)

**Manifestações do Artesanato Mineral, Metal e Ourivesaria -
Municípios do Estado da Bahia**



Fonte: LYRA, Rodrigo (2020)



**Manifestações do Artesanato em Couro -
Municípios do Estado da Bahia**



Fonte: LYRA, Rodrigo (2020)

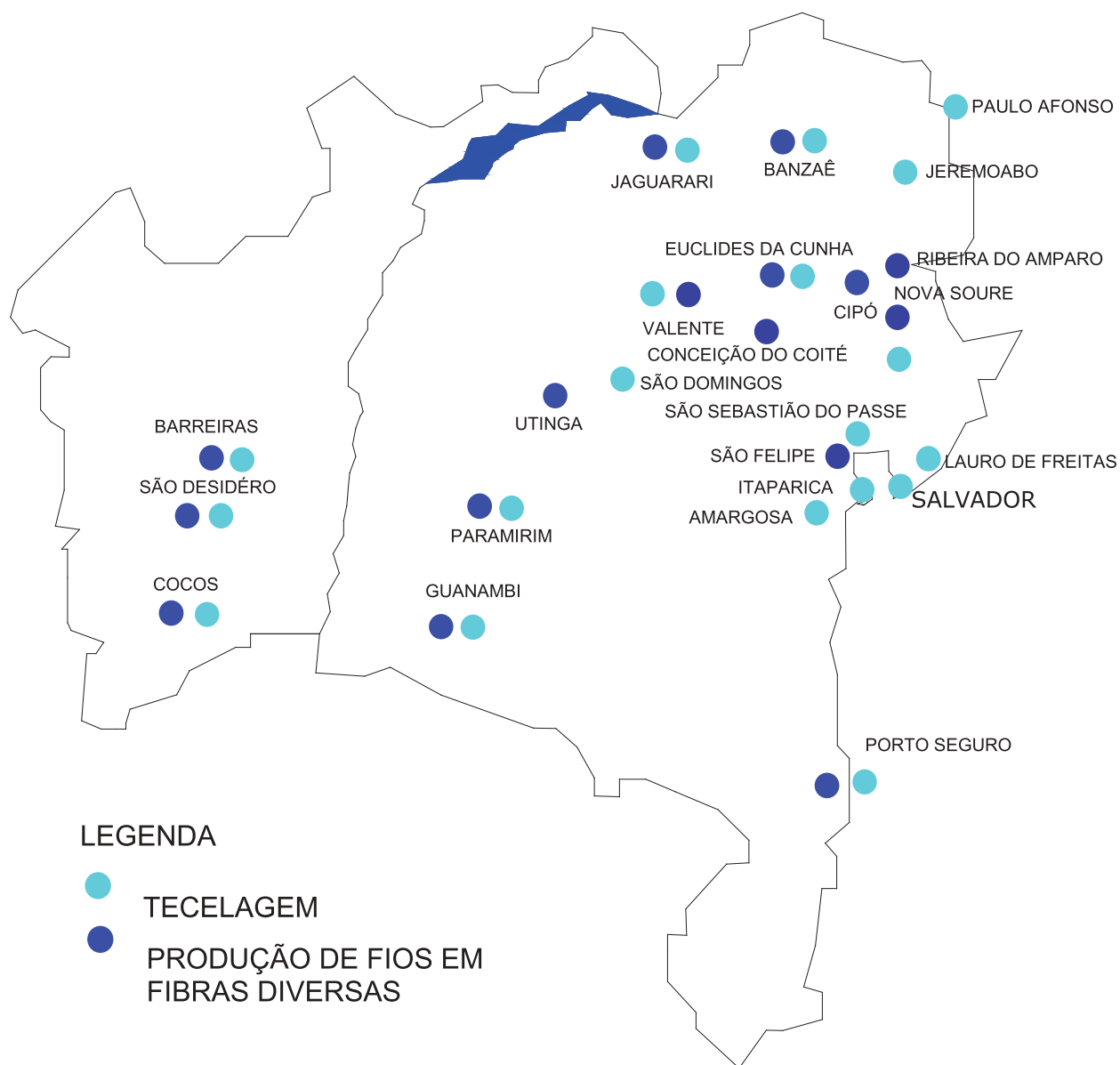
Grupos de Trançado - Municípios do Estado da Bahia



Fonte: LYRA, Rodrigo (2020)



Grupos de Tecelagem e Fiação - Municípios do Estado da Bahia



Fonte: LYRA, Rodrigo (2020)

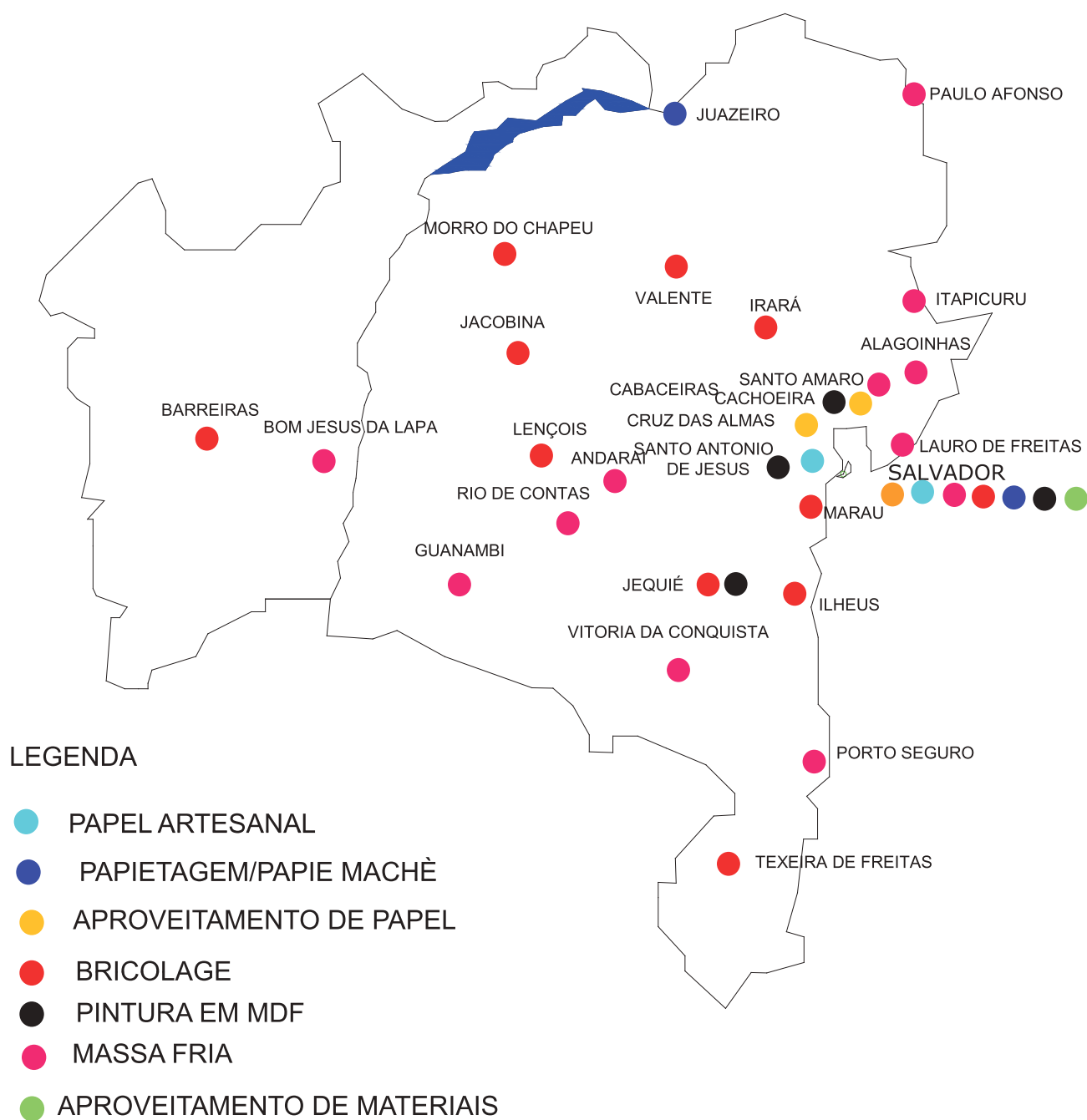
Manifestações do Artesanato em Madeira e Coco - Municípios



Fonte: LYRA, Rodrigo (2020)



Manifestações de Artesanatos Diversos – Municípios do Estado da Bahia



Fonte: LYRA, Rodrigo (2020)

Listagem Geral de Matérias-Primas citadas

Para além da dimensão qualitativa, que evidencia a representatividade da produção artesanal nos municípios, já apresentada, faremos aqui uma apresentação dos principais materiais citados pelos artesãos respondentes da pesquisa, sendo este um indicativo dos principais insumos utilizados para produção artesanal do Estado. Trata-se de um perfil relativo unicamente à amostragem pesquisada.

POLO TERRITÓRIO DA CHAPADA DIAMANTINA

Materiais	BACIA DO PARAMIRIM	CHAPADA DIAMANTINA	PIEMONTE DA DIAMANTINA	PIEMONTE DO PARAGUAÇU	Total
Areia					
Argila		1	2		3
Borracha					
Cerâmica		2	2		4
Ceras		1	1		2
Chifres					
Conchas					
Couros		4	1	1	6
Fibras		1			1
Fios/Tecidos/confecções/bordados		16	4	4	24
Madeira		4			4
Materiais Sintéticos		1			1
Material Reciclado/ Reciclo		1			1
Metal		2	2		4
Misto					
Outros			1		1
Palha	1	1		1	3
Papel		4	4		8
Pedra					
Piaçava					
Sementes					
Vidro	1				1
Vime					
Total Geral	2	38	17	6	63



POLO TERRITÓRIOS COSTA DO DENDÊ E JIQUIRIÇÁ

Materiais	BACIA DO RIO CORRENTE	BAIXO SUL	PIEMONTE DO PARAGUAÇU	VALE DO JIQUIRIÇÁ	Total
Areia					
Argila		4		3	7
Borracha		1	1		2
Cerâmica		2			2
Ceras					
Chifres		2			2
Conchas					
Couros	1			1	2
Fibras		3		4	7
Fios/Tecidos/confecções/bordados	1	10		4	15
Madeira				4	4
Materiais Sintéticos				1	1
Material Reciclado/ Reciclo				1	1
Metal		13		1	14
Misto		1			1
Outros	1	2			3
Palha		3	3	1	7
Papel		10		2	12
Pedra		1	1	1	3
Piaçava					
Sementes					
Vidro		2		1	3
Vime					
Total Geral	3	54	5	24	86

POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO CACAU

Materiais	LITORAL SUL	Total
Areia		
Argila	4	4
Borracha	1	1
Cerâmica		
Ceras		
Chifres		
Conchas		
Couros	3	3
Fibras	3	3
Fios/Tecidos/confecções/bordados	14	14
Madeira	4	4
Materiais Sintéticos	3	3
Material Reciclado/ Reciclo	3	3
Metal	3	3
Misto	2	2
Outros		
Palha	1	1
Papel	6	6
Pedra	4	4
Piaçava		
Sementes		
Vidro	4	4
Vime	1	1
Total Geral	56	56



POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO DESCOBRIMENTO E EXTREMO SUL

Materiais	COSTA DO DESCOBRIMENTO	EXTREMO SUL	Total
Areia			
Argila	11		11
Borracha		2	2
Cerâmica			
Ceras	1		1
Chifres			
Conchas	1		1
Couros	5		5
Fibras	3	1	4
Fios/Tecidos/confecções/bordados	11	15	26
Madeira	3		3
Materiais Sintéticos	4	4	8
Material Reciclado/ Reciclo	1	1	2
Metal	9	2	11
Misto	2		2
Outros	3	1	4
Palha	1		1
Papel	15	4	19
Pedra	3		3
Piaçava			
Sementes			
Vidro	7	3	10
Vime			
Total Geral	80	33	113

POLO TERRITÓRIOS DE SALVADOR E RECÔNCAVO

Materiais	METROPOLITANO DE SALVADOR	RECÔNCAVO	Total
Areia			
Argila	34	5	39
Borracha	2		2
Cerâmica	6	1	7
Ceras	3		3
Chifres			
Conchas	7		7
Couros	7		7
Fibras	4	3	7
Fios/Tecidos/confecções/bordados	67	22	89
Madeira	12	3	15
Materiais Sintéticos	24	1	25
Material Reciclado/ Reciclo	12	2	14
Metal	39	2	41
Misto	6		6
Outros	18		18
Palha	7		7
Papel	60	7	67
Pedra	8	2	10
Piaçava			
Sementes	1		1
Vidro	22	3	25
Vime	3		3
Total Geral	343	50	393



POLO TERRITÓRIOS DO LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO

Materiais	LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	Total
Areia		
Argila	1	1
Borracha		
Cerâmica		
Ceras	1	1
Chifres		
Conchas		
Couros		
Fibras	1	1
Fios/Tecidos/confecções/bordados	8	8
Madeira	2	2
Materiais Sintéticos	1	1
Material Reciclado/ Reciclo		
Metal	2	2
Misto		
Outros	2	2
Palha	4	4
Papel	2	2
Pedra		
Piaçava	1	1
Sementes		
Vidro	1	1
Vime		
Total Geral	26	26

POLO TERRITÓRIOS DO OESTE

Materiais	BACIA DO RIO CORRENTE	BACIA DO RIO GRANDE	VELHO CHICO	Total
Areia			1	1
Argila	4	3	1	8
Borracha			1	1
Cerâmica				
Ceras		1		1
Chifres				
Conchas				
Couros	3			3
Fibras	1		1	2
Fios/Tecidos/confecções/bordados	7	3	1	11
Madeira				
Materiais Sintéticos		1	1	2
Material Reciclado/ Reciclo		1		1
Metal	3	2		5
Misto				
Outros			1	1
Palha		2	1	3
Papel	4	4	2	10
Pedra		2	2	4
Piaçava				
Sementes				
Vidro		3		3
Vime				
Total Geral	22	22	12	56



POLO TERRITÓRIOS DO SERTÃO, SISAL E SÃO FRANCISCO

Materiais	BACIA DO JACUIPE	IRECÊ	ITAPARICA	PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU	PORTAL DO SERTÃO	SEMIÁRIO DO NORDESTE II	SERTÃO DO SÃO FRANCISCO	SISAL	Total
Areia									
Argila	1	7	1	1			2	2	14
Borracha	1								1
Cerâmica					2				2
Ceras									
Chifres		1							1
Conchas									
Couros			1						1
Fibras		2						4	6
Fios/Tecidos/confeções/bordados	2	9	2	5	6	7		6	37
Madeira		1		1	1	1		1	5
Materiais Sintéticos				1	1				2
Material Reciclado/ Reciclo	1	1	1		1		1		5
Metal	1		2	1			1	2	7
Misto									
Outros		1			2	1		2	6
Palha	2	1			2			15	20
Papel		3		3	8	4	1	2	21
Pedra		1			1	1			3
Piaçava									
Sementes									
Vidro	1			2			2	1	6
Vime (vazio)									
Total Geral	9	27	7	14	24	14	7	35	137

**POLO TERRITÓRIOS DO
SUDOESTE**

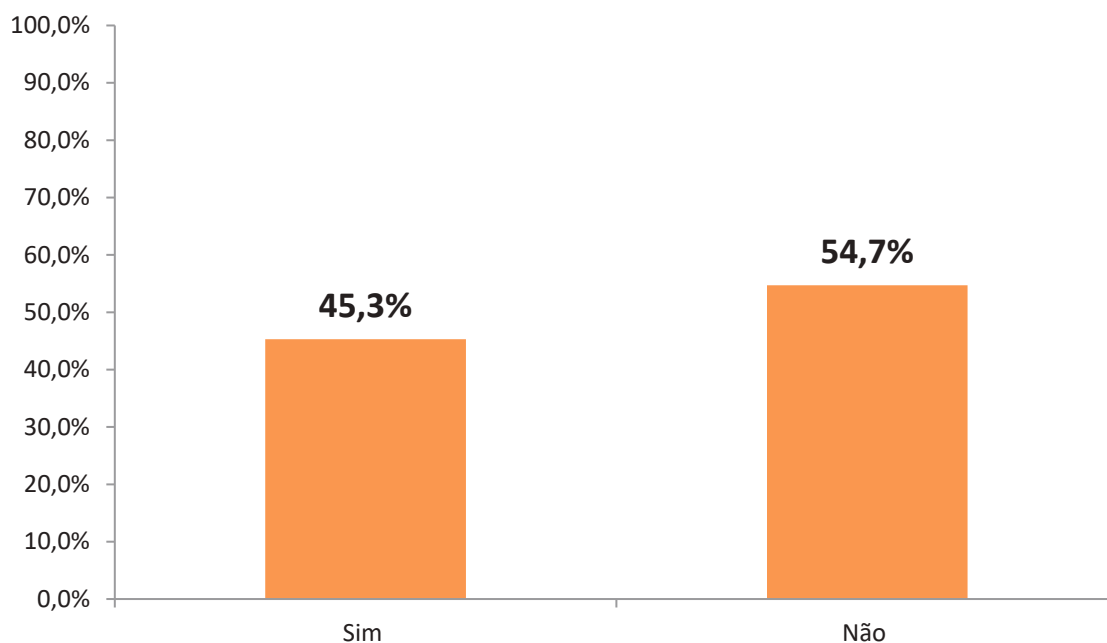
Materiais	MÉDIO RIO DE CONTAS	MÉDIO SUDOESTE DA BAHIA	SERTÃO PRODUTIVO	SUDOESTE BAIANO	Total
Areia					
Argila	1			4	5
Borracha					
Cerâmica					
Ceras					
Chifres					
Conchas					
Couros					
Fibras			1	1	2
Fios/Tecidos/confeccões/bordados	4	2	10	13	29
Madeira				2	2
Materiais Sintéticos	1		1	1	3
Material Reciclado/ Reciclo				1	1
Metal	1		3	3	7
Misto	1		2	1	4
Outros	1			1	2
Palha			1	1	2
Papel	4		4	9	17
Pedra					
Piaçava				1	1
Sementes					
Vidro			1	4	5
Vime					
Total Geral	13	2	23	42	80







QUALIFICAÇÃO

Você já participou de alguma capacitação na área de artesanato?

Opções de respostas	Frequência absoluta	Frequência Relativa
Sim	458	45,3%
Não	553	54,7%
Total	1011	100,0%

Nota: Universo = 1011 respondentes

Você já participou de alguma capacitação na área de artesanato?

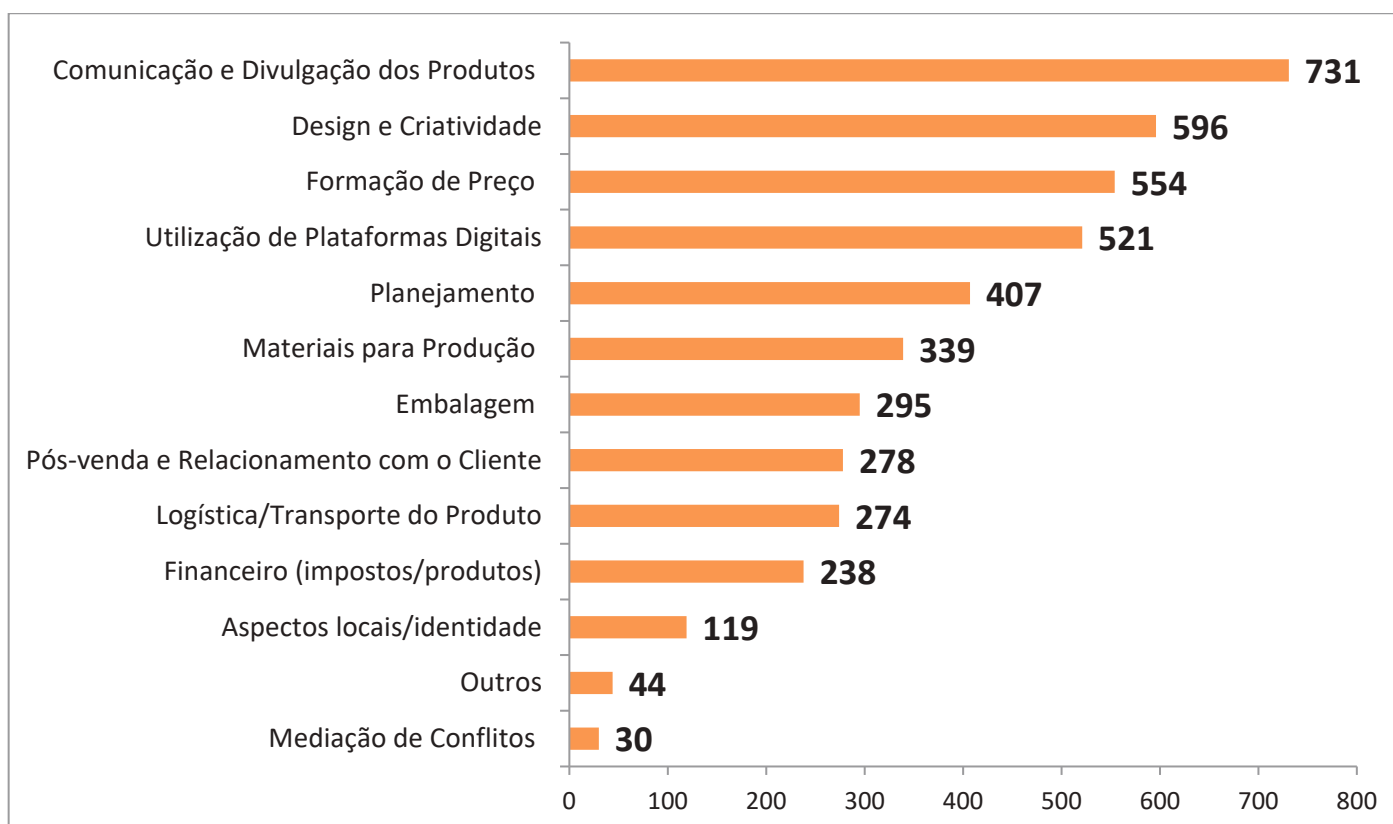
	Não	Sim	Total
POLO TERRITÓRIO DA CHAPADA DIAMANTINA	30	33	63
BACIA DO PARAMIRIM	1	1	2
CHAPADA DIAMANTINA	19	19	38
PIEMONTE DA DIAMANTINA	9	8	17
PIEMONTE DO PARAGUAÇU	1	5	6
POLO TERRITÓRIOS COSTA DO DENDÊ E JIQUIRIÇÁ	55	33	88
BACIA DO RIO CORRENTE	3		3
BAIXO SUL	34	20	54
PIEMONTE DO PARAGUAÇU	4	1	5
VALE DO JIQUIRIÇÁ	14	10	24
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO CACAU	29	27	56
LITORAL SUL	29	27	56
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO DESCOBRIMENTO E EXTREMO SUL	70	43	113
COSTA DO DESCOBRIMENTO	49	31	80
EXTREMO SUL	21	12	33

POLO TERRITÓRIOS DE SALVADOR E RECÔNCAVO	123	269	392
METROPOLITANO DE SALVADOR	96	247	342
RECÔNCAVO	27	22	49
POLO TERRITÓRIOS DO LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	17	9	26
LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	17	9	26
POLO TERRITÓRIOS DO OESTE	31	25	56
BACIA DO RIO CORRENTE	9	13	22
BACIA DO RIO GRANDE	14	8	22
VELHO CHICO	8	4	12
POLO TERRITÓRIOS DO SERTÃO, SISAL E SÃO FRANCISCO	67	70	137
BACIA DO JACUÍPE	6	3	9
IRECÊ	15	12	27
ITAPARICA	2	5	7
PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU	11	3	14
PORTAL DO SERTÃO	15	9	24
SEMIÁRIDO DO NORDESTE II	5	9	14
SERTÃO DO SÃO FRANCISCO	3	4	7
SISAL	10	25	35
POLO TERRITÓRIOS DO SUDOESTE	36	44	80
MÉDIO RIO DE CONTAS	5	8	13
MÉDIO SUDOESTE DA BAHIA	2		2
SERTÃO PRODUTIVO	13	10	23
SUDOESTE BAIANO	16	26	42
Total Geral	458	553	1011

O número de respondentes que não participou de nenhuma capacitação na área de artesanato é bastante expressivo. Ainda que a formação não tenha se dado em temas mais ligados diretamente ao desenvolvimento de alguma técnica, faz-se notar que 54,7% dos respondentes não tenha passado por nenhuma formação, nem mesmo por cursos voltados a alguma área de gestão, por exemplo. A capacitação e a formação profissional remetem à necessidade de utilização de processos apropriados ao segmento artesanal. O artesão precisa de um retorno financeiro de curto prazo para o seu produto, pois não dispõe de tempo ou recursos para investir em capacitação ou aperfeiçoamento, não sendo possível esperar o reconhecimento do valor imaterial do que produz, para que possa investir o seu tempo em uma atividade de aperfeiçoamento, o que o coloca em um dilema. **Pensar um programa de Formação ou Qualificação para os artesãos deve considerar** fortemente que modelo pedagógico pode coexistir com as demandas de manutenção/sobrevivência do artesão, considerando as novas tecnologias disponíveis, o ensino híbrido, a estratégia de mentorias e a formação assíncrona.

Quais seriam os temas ligados ao artesanato mais importantes ou de seu interesse para participação em futuros cursos?





Nota: 4.426 respostas válidas no universo de 1.000 respondentes

Opções de respostas	Qdade. de respostas	Frequência Relativa
Comunicação e Divulgação dos Produtos	731	16,5%
Design e Criatividade	596	13,5%
Formação de Preço	554	12,5%
Utilização de Plataformas Digitais	521	11,8%
Planejamento	407	9,2%
Materiais para Produção	339	7,7%
Embalagem	295	6,7%
Pós-venda e Relacionamento com o Cliente	278	6,3%
Logística/Transporte do Produto	274	6,2%
Financeiro (impostos/produtos)	238	5,4%
Aspectos locais/identidade	119	2,7%
Outros	44	1,0%
Mediação de Conflitos	30	0,7%
Total	4426	100,0%

Nota: Frequência relativa considerando-se 4.426 respostas válidas no Universo de 1.000 respondentes

Em relação aos tipos de formação mais demandados, destaca-se “Comunicação e Divulgação dos produtos”, com **731 citações (16,5%)** o que traduz uma compreensão de que as vendas tem uma relação direta com a exposição do produto. Em parte, essa premissa se mostra verdadeira, porém deve estar atrelada,

sobretudo, a outras formações, como o próprio planejamento, seja para o ambiente digital ou o planejamento do próprio negócio. **Design e criatividade** em segundo lugar com **596 citações (13,5%)** indica uma preocupação com a técnica e também com o buscar o fator de diferenciação das peças. Ao falar-se de design, está-se em busca da função prática das peças, de sua função estética e também simbólica, como esferas indissociáveis da produção artesanal. Como o artesanato está voltado para produção de artefatos utilitários da cultura material, o design pode ser um elemento que valorize a produção, desde que não vá de encontro à historicidade das peças e os saberes nela envolvidos. **Formação de preço (12,5%), planejamento (9,2%), embalagem (6,7%), logística (6,2%) e financeiro (5,4%)** indicam aspectos de gestão que poderiam ser trabalhados junto aos artesãos, em formações online. Um módulo voltado a esse tipo de conteúdo certamente seria de grande valia para os artesãos, considerando-se, inclusive, que muitos possuem acesso à internet. De forma geral, os resultados apresentam certa uniformidade para questões relacionada à gestão, à técnica/produção e à comunicação. Como a produção apresentou-se predominantemente individual, naturalmente o tema de **“mediação de conflitos” (0,7%)** teve uma baixa citação de respostas. Chama atenção, contudo, a baixa frequência de respostas para **aspectos locais/identidade (2,7%)**, pois essa é uma das razões de existência do artesanato. Conhecer os aspectos de tradição local, da obtenção de insumos e como utilizar. Qualificar os artesãos no que concerne aos aspectos identitários que representam as peças é uma premissa para o fortalecimento do segmento artesanal. Contudo, essa não foi a percepção do público entrevistado, em termos de hierarquização de prioridades e este é um dado a ser considerado. Neste sentido, entendemos que essa conscientização mereça ser trabalhada junto a este público, de forma que essa percepção seja não apenas compartilhada entre gestores e pesquisadores do artesanato, mas pelos próprios artesãos. Certamente, o investimento nessa formação será importante para que, em uma eventual pesquisa futura, esse número sofra uma alteração significativa. Contudo, reitera-se que em uma pesquisa, não apenas os altos índices devem ser objetos de reflexão, mas sobretudo, as ausências, os baixos índices, os silêncios que, em muitos casos, também se constituem em dados extremamente relevantes para a análise. Nesta situação, em específico, o baixo índice de respostas reforça a necessidade de que este tema seja trabalhado associado a qualquer processo futuro de qualificação. Em outros, foram citados demais temas de interesse. Considerando que alguns não se repetem, tem uma frequência absoluta muito pequena, eles foram sintetizados na listagem a seguir:

Síntese de respostas em “OUTROS”
Curso de Flores em EVA
Aperfeiçoamento
Trabalho em palha de piaçava
Tipos de programas/financiamento/parcerias/

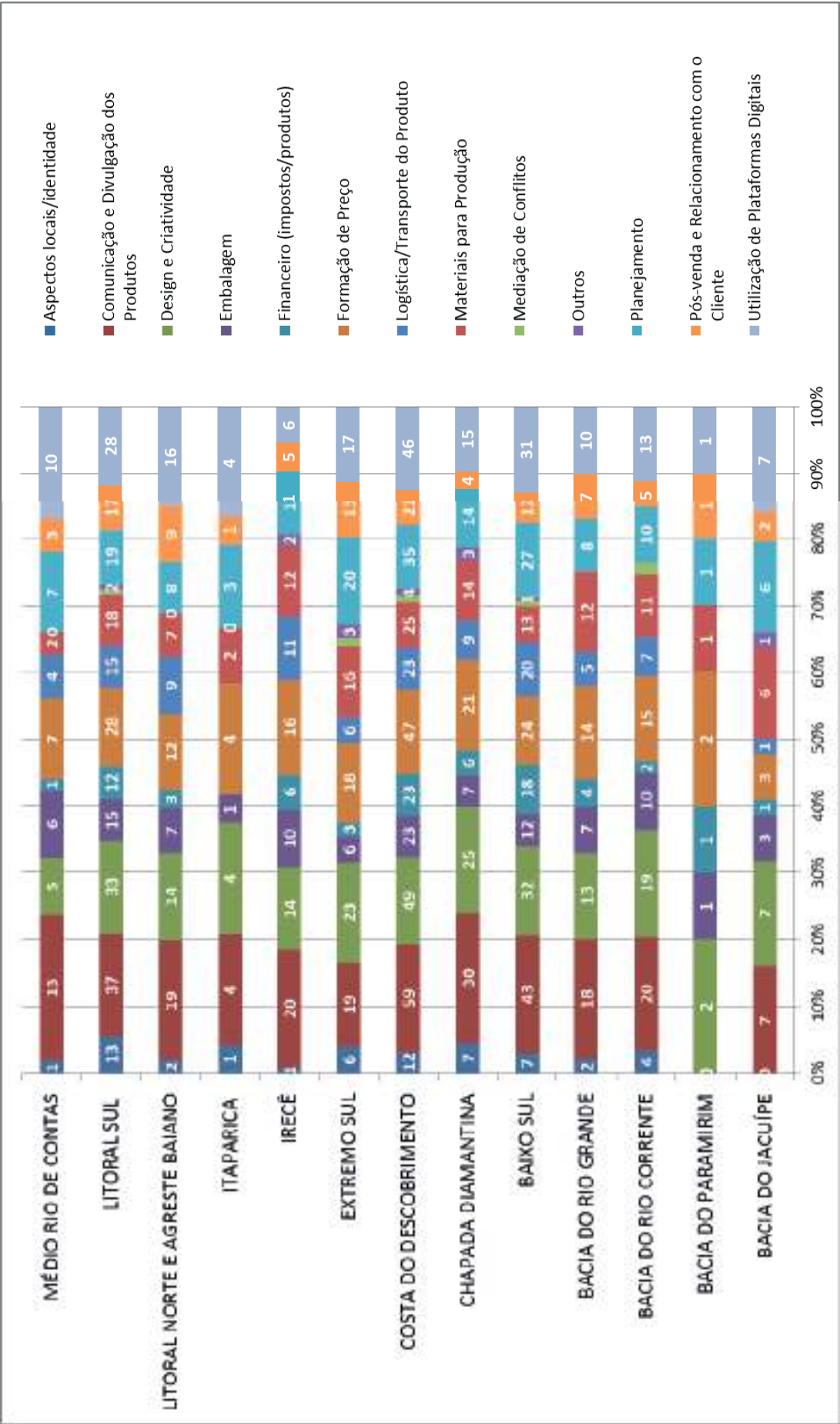


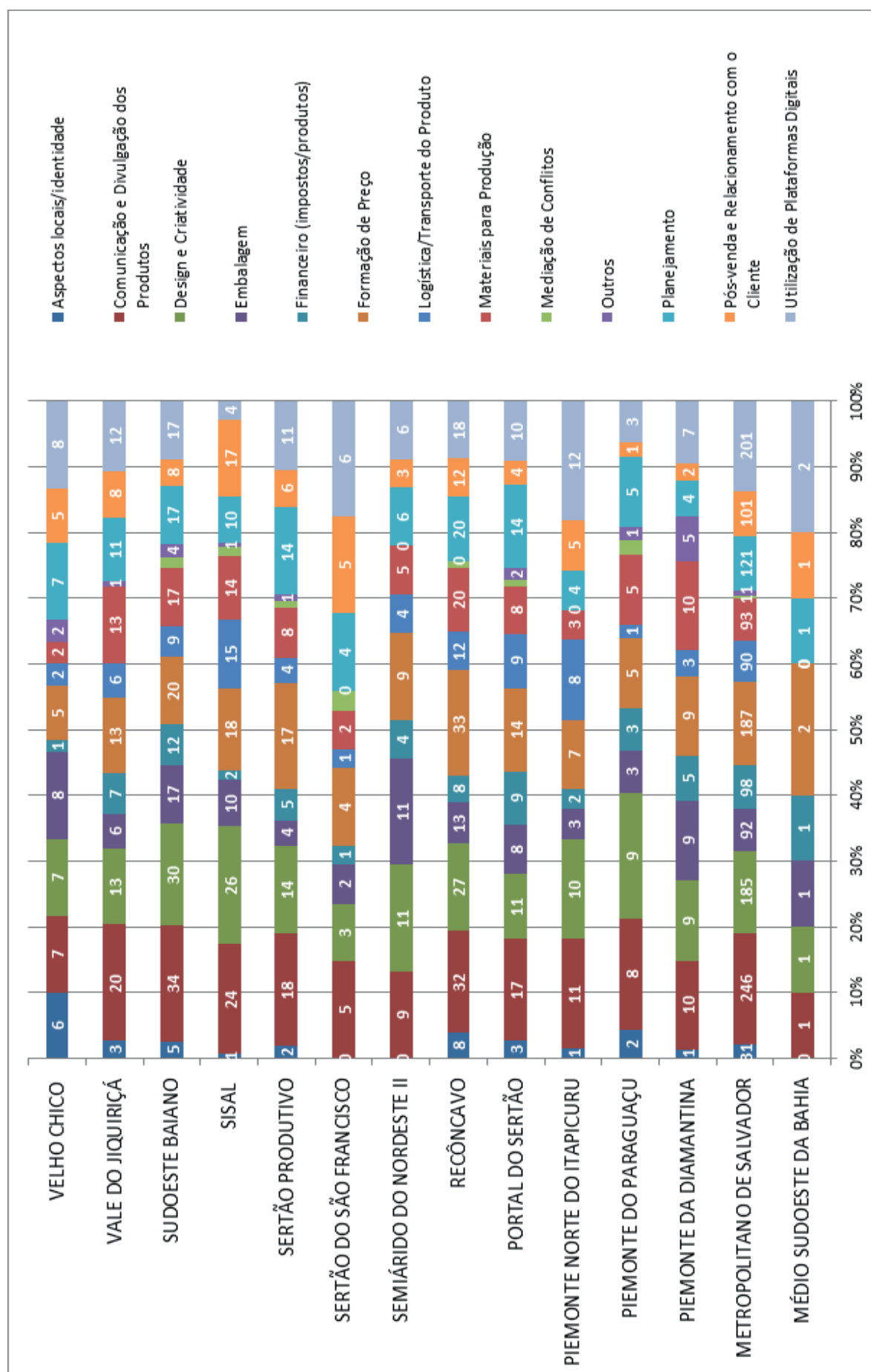
Aperfeiçoamento, novas técnicas e multiplicar as técnicas
Métodos para atrair cliente
Feiras regionais
Cursos de biscuit
Cursos de Arte sacra, Pinturas
Costura criativa
Vendas digitais
Cursos de técnicas de bordados e rendas como renascença
Vitrinismo
Como montar uma loja on-line
Ampliação de vendas.
Criatividade maior para diversificar meus produtos
Como escoar o produto
Costura em máquinas elétricas
Acesso a crédito
Recursos financeiros
Acesso/Compra de insumos (opções pra adquirir linhas e tecido)
Troca de experiências, bate-papo, exposição em outras cidades, divulgação dos trabalhos
Como vender pela internet
Personalização de bolsas
Informa ter interesse em qualquer curso
Planejamento
Formas de pagamento online (cliente)
Oficinas de Bolsa, ajuda para vendas em site, orientação para exportação, orientação direta para exposição de uma coleção dos nossos produtos
Técnicas de modelagem em esculturas de argila
Repassando a tradição do barro e pintura no tauá e tabatinga
Artesanato afro-indígena

A seguir, compilamos as respostas quantitativas obtidas com a segmentação por territórios de identidade:

TERRITÓRIOS	Aspectos locais	Comunicação e Divulgação dos Produtos	Design e Criatividade	Embalagem	Financeiro (impostos/produtos)	Formação de Preço	Logística/Transporte do Produto	Materiais para Produção	Mediação de Conflitos	Outros	Planejamento	Pós-venda e Relacionamento com o Cliente	Utilização de Plataformas Digitais	Total
BACIA DO JACUIPE	0	7	7	3	1	3	1	6	0	1	6	2	7	44
BACIA DO PARAMIRIM	0	0	2	1	1	2	0	1	0	0	1	1	1	10
BACIA DO RIO CORRENTE	4	20	19	10	2	15	7	11	2	0	10	5	13	118
BACIA DO RIO GRANDE	2	18	13	7	4	14	5	12	0	0	8	7	10	100
BAIXO SUL	7	43	32	12	18	24	20	13	2	1	27	12	31	242
CHAPADA DIAMANTINA	7	30	25	7	6	21	9	14	0	3	14	4	15	155
COSTA DO DESCOBRIMENTO	12	59	49	23	23	47	23	25	4	4	35	21	46	371
EXTREMO SUL	6	19	23	6	3	18	6	16	2	3	20	13	17	152
IRECÊ	1	20	14	10	6	16	11	12	0	2	11	5	6	114
ITAPARICA	1	4	4	1		4		2	0	0	3	1	4	24
LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	2	19	14	7	3	12	9	7	0	0	8	9	16	106
LITORAL SUL	13	37	33	15	12	28	15	18	2	2	19	17	28	239
MÉDIO RIO DE CONTAS	1	13	5	6	1	7	4	2	0	0	7	3	10	59
MÉDIO SUDOESTE DA BAHIA	0	1	1	1	1	2	0	0	0	0	1	1	2	10
METROPOLITANO DE SALVADOR	31	246	185	92	98	187	90	93	7	11	121	101	201	1463
PIEMONTE DA DIAMANTINA	1	10	9	9	5	9	3	10	0	5	4	2	7	74
PIEMONTE DO PARAGUAI	2	8	9	3	3	5	1	5	1	1	5	1	3	47
PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU	1	11	10	3	2	7	8	3	0	0	4	5	12	66
PORTAL DO SERTÃO	3	17	11	8	9	14	9	8	1	2	14	4	10	110
RECÔNCAVO	8	32	27	13	8	33	12	20	2	0	20	12	18	205
SEMIÁRIDO DO NORDESTE II	0	9	11	11	4	9	4	5		0	6	3	6	68
SERTÃO DO SÃO FRANCISCO	0	5	3	2	1	4	1	2	1	0	4	5	6	34
SERTÃO PRODUTIVO	2	18	14	4	5	17	4	8	1	1	14	6	11	105
SISAL	1	24	26	10	2	18	15	14	2	1	10	17	4	144
SUDOESTE BAIANO	5	34	30	17	12	20	9	17	3	4	17	8	17	193
VALE DO JUIQUIÇÁ	3	20	13	6	7	13	6	13	0	1	11	8	12	113
VELHO CHICO	6	7	7	8	1	5	2	2		2	7	5	8	60
SUBTOTAL	119	731	596	295	238	554	274	339	30	44	407	278	521	4426



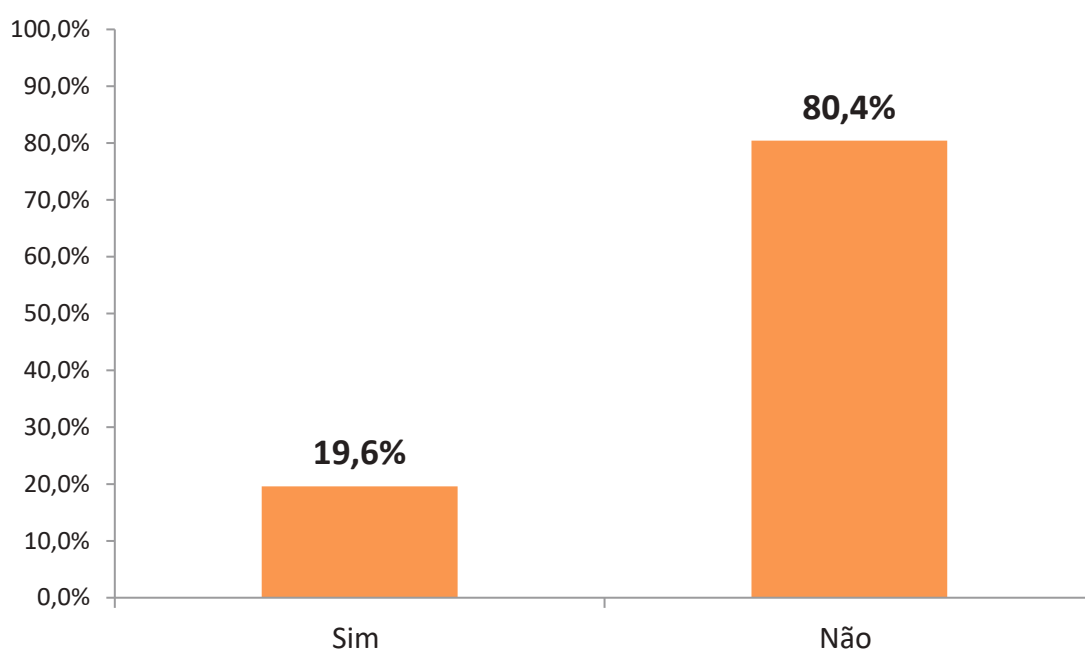




Questões sobre produção aparecem, sobretudo, em “Outros”, estando portanto presentes na análise. Questões relacionadas à gestão nesta pesquisa apareceram com mais ênfase. Ambos os campos encontram-se registrados e identificados (produção e gestão).

Um item a ser considerado é que a pandemia se apresenta como um dado de realidade que, sim, interfere/interferiu na percepção dos indivíduos. O contexto de pandemia se apresenta a todos nós, não apenas para os artesãos, sendo esta uma realidade posta, que demandará estratégias consistentes para “comunicação e divulgação dos produtos”. A pandemia de Covid-19 acelerou processos que estavam caminhando em um ritmo moderado, sendo o ambiente online algo que já perpassava o segmento do artesanato e que agora se apresenta de forma mais urgente.

Atualmente recebe apoio técnico de alguma instituição, projeto ou programa municipal, estadual ou federal?



Opções de respostas	Frequência absoluta	Frequência Relativa
Sim	198	19,6%
Não	813	80,4%
Total	1011	100,0%

Nota: Universo = 1.011 respondentes

Recebe apoio técnico de alguma instituição, projeto ou programa municipal, estadual ou federal?	Não	Sim	Total
---	-----	-----	-------

POLO TERRITÓRIO DA CHAPADA DIAMANTINA	58	5	63
BACIA DO PARAMIRIM	2		2
CHAPADA DIAMANTINA	34	4	38
PIEMONTE DA DIAMANTINA	16	1	17
PIEMONTE DO PARAGUAÇU	6		6
POLO TERRITÓRIOS COSTA DO DENDÊ E JIQUEIRIÇÁ	73	15	88
BACIA DO RIO CORRENTE	3		3
BAIXO SUL	46	10	54
PIEMONTE DO PARAGUAÇU	5		5
VALE DO JIQUEIRIÇÁ	19	5	24
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO CACAU	48	8	56
LITORAL SUL	48	8	56
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO DESCOBRIMENTO E EXTREMO SUL	101	12	113
COSTA DO DESCOBRIMENTO	75	5	80
EXTREMO SUL	26	7	33
POLO TERRITÓRIOS DE SALVADOR E RECÔNCAVO	293	99	392
METROPOLITANO DE SALVADOR	264	79	343
RECÔNCAVO	29	20	49
POLO TERRITÓRIOS DO LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	22	4	26
LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	22	4	26
POLO TERRITÓRIOS DO OESTE	51	5	56
BACIA DO RIO CORRENTE	18	4	22
BACIA DO RIO GRANDE	22		22
VELHO CHICO	11	1	12
POLO TERRITÓRIOS DO SERTÃO, SISAL E SÃO FRANCISCO	103	34	137
BACIA DO JACUÍPE	9		9
IRECÊ	20	7	27
ITAPARICA	6	1	7
PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU	13	1	14
PORTAL DO SERTÃO	22	2	24
SEMIÁRIDO DO NORDESTE II	7	7	14
SERTÃO DO SÃO FRANCISCO	4	3	7
SISAL	22	13	35
POLO TERRITÓRIOS DO SUDOESTE	62	18	80
MÉDIO RIO DE CONTAS	13		13
MÉDIO SUDOESTE DA BAHIA	2		2
SERTÃO PRODUTIVO	11	12	23
SUDOESTE BAIANO	36	6	42
Total Geral	813	198	1011



Primeiramente, faz-se necessário especificar que, por apoio técnico, considera-se um leque bastante amplo, que inclui diversas formas de apoio, sejam municipais, estaduais, federais, privados, através de projetos, qualificações, feiras, rodadas de negócio, prêmios, entre outros.

O alto índice de menções dos artesãos entrevistados sobre “não receberem apoio” de nenhuma instância do poder público (municipal, estadual ou federal) revela as fragilidades de um setor que ainda é bastante identificado pela dependência de agentes públicos governamentais como catalisadores das ações. É bastante comum perceber na narrativa dos artesãos um sentimento que em alguns casos são expressos em terminologias como “abandono” ou “falta de ajuda” ou “falta de incentivo”. Considerando que o setor ainda apresenta desafios relacionados à produção e comercialização, de fato a ação governamental se torna o elemento central, até que o segmento tenha uma maior musculatura e tenha uma maior diversidade de apoiadores e parceiros.

A seguir foram elencadas as opções de resposta referentes aos percentuais de apoio citados (198 citações):

Opções de respostas	Frequência absoluta
CESOL	85
SEBRAE	46
PREFEITURAS	15
Associação de artesãos (<i>sem especificar qual</i>)	7
SETRE	6
Associação Regional dos Grupos Solidários de Geração de Renda - ARESOL - Senhor do Bonfim	5
RENDAVAN – Assoc. de Rendeiras de Dias D'Avila	4
SECULT-BA	3
GOVERNO DO ESTADO DA BAHIA (sem citar a Secretaria/órgão)	3
Rede Artesol	3
Associação Lutar Pela Vida em Abundância (ALVA) - Teixeira de Freitas	3
Cooperativa de Assessoria Técnica e Educacional para o Desenvolvimento da Agricultura Familiar – COOTRAF	2
SASOP-Serviços de Assessoria a Organizações Populares Rurais	2
ARTEIROS DO CORRENTE - ARTECOR is located in SANTA MARIA DA VITORIA, BAHIA,	2
SESC	1
UEFS	1
INSTITUTO ALIANÇA	1
Associação Comunitária Empreendedora Flor de Maracujá	1

Associação de Artesãos de Bom Jesus da Lapa	1
Museu de Arte Moderna - Bahia - MAM	1
AIART - ARTESANATO GRAPIÚNA. Associação Itabunense de Artesãos	1
Associação Cultural Balaio Das Artes Bonito-BA	1
CODETER – Colegiado de Desenvolvimento Territorial ...	1
Instituto Berimbau - Mata de São João	1
Casa do Artesão de Brejões	1
PAB	1
Total	198

Nota-se nessa listagem de instituições que apoiam os artesãos, o CESOL como ator institucional majoritário. Os Centros Públicos de Economia Solidária foram citados por quase a metade dos respondentes que indicaram receber algum tipo de apoio do poder público. Conceitualmente, os CESOL são *“espaços multifuncionais públicos, de caráter comunitário, que se destinam a articular oportunidades de geração, fortalecimento e promoção do trabalho coletivo, baseado na economia solidária. São estruturas criadas e mantidas por meio de parceria entre o poder público e a sociedade civil organizada.”*¹

Em segundo lugar, o SEBRAE aparece com um expressivo número de citações também, decorrente do trabalho contínuo de sua rede de consultores em campo, em um formato de trabalho que privilegia o atendimento e proximidade com o artesão e acompanhamento técnico. Contudo, embora a pergunta tivesse como foco os governos, a listagem apresenta também organizações sociais como referências de apoio ao artesão, o que é um dado bastante positivo, pois o poder público pode atuar em parceria com essas entidades e com isso otimizar recursos humanos e materiais. De certa forma, o entendimento de “projetos municipais” como algo não exclusivo de prefeituras é um dado relevante em termos de compreensão dos papéis dos atores que estão na esfera pública.

No que se refere ao trabalho de excelência feito pelo antigo Mauá e estrutura atual da CFA, este é especialmente um item a ser pensado em termos de comunicação. Como o trabalho vem sendo divulgado? Já foi feita alguma avaliação de imagem institucional da CFA nestes municípios? Qual a percepção dos artesãos sobre a CFA e o extinto Mauá? Uma resposta a essas questões exigiria uma pesquisa de opinião

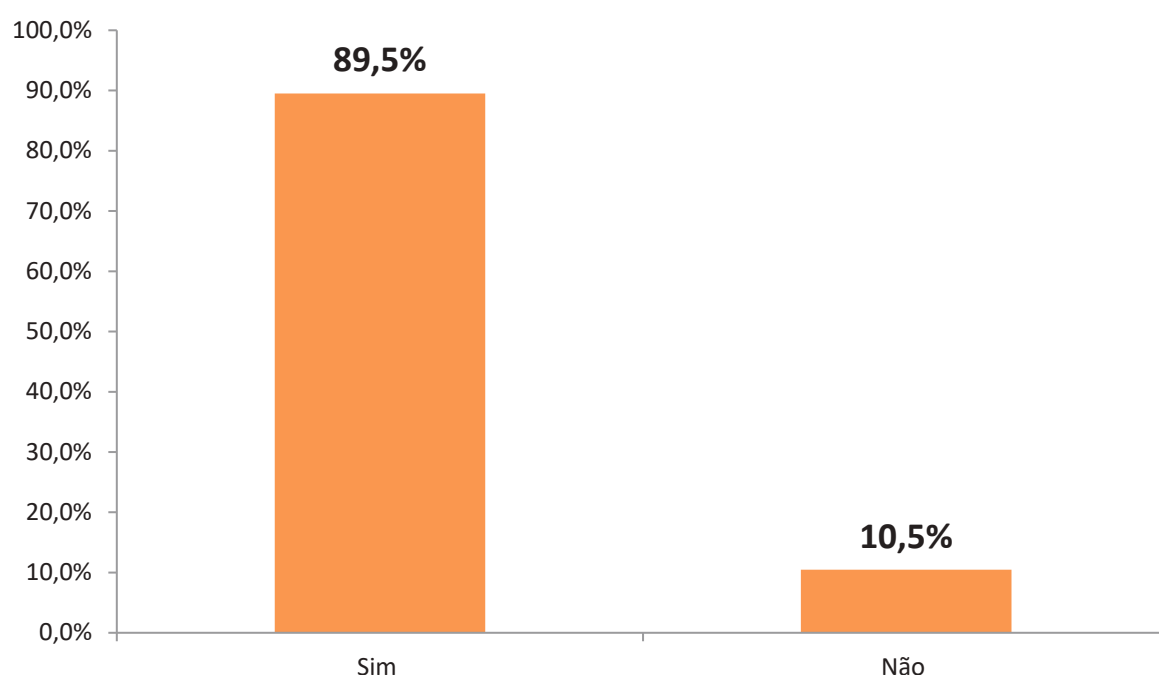
¹ Secretaria do Trabalho, Emprego, Renda e Esporte – SETRE. Centros Públicos de Economia Solidária. Disponível em: <http://www.setre.ba.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=218>. Acesso em 15 de junho de 2020.



específica para este tema, não sendo possível, neste diagnóstico, fazermos qualquer tipo de inferência a este respeito.

O que se pode afirmar é que a construção de marcas (e sua posterior consolidação) no imaginário coletivo requer ações e estratégias específicas para este fim, já que a realização de atividades, por si só, não é capaz de promover essa significação para os indivíduos/beneficiários. Há que se considerar que a recepção é um polo ativo do processo comunicativo, sobre o qual deve-se pensar formas e qualificação da interlocução.

Você participaria de uma ação do Programa de Qualificação caso ela fosse realizada em um município próximo ao seu?



Opções de respostas	Frequência absoluta	Frequência Relativa
Sim	905	89,5%
Não	106	10,5%
Total	1011	100,0%

Nota: Universo = 1.011 respondentes

Participaria de Programa de Qualificação em município próximo?			
	Não	Sim	Total

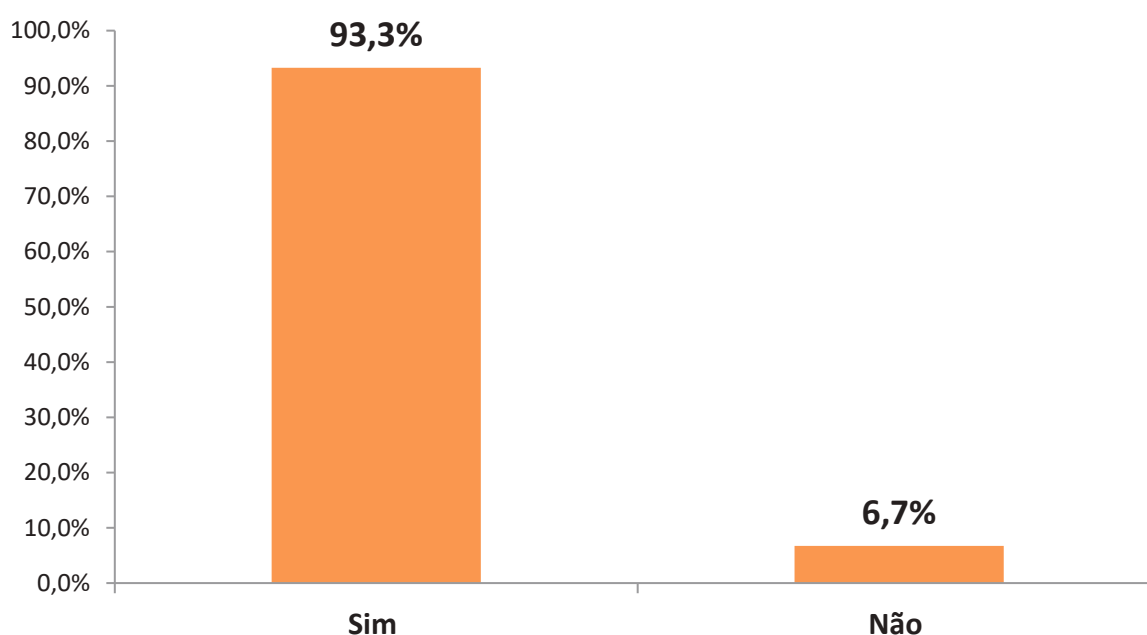
POLO TERRITÓRIO DA CHAPADA DIAMANTINA	6	57	63
BACIA DO PARAMIRIM		2	2
CHAPADA DIAMANTINA	3	35	38
PIEMONTE DA DIAMANTINA	3	14	17
PIEMONTE DO PARAGUAÇU		6	6
POLO TERRITÓRIOS COSTA DO DENDÊ E JIQUIRIÇÁ	4	84	88
BACIA DO RIO CORRENTE		3	3
BAIXO SUL	4	52	56
PIEMONTE DO PARAGUAÇU		5	5
VALE DO JIQUIRIÇÁ		24	24
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO CACAU	3	53	56
LITORAL SUL	3	53	56
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO DESCOBRIMENTO E EXTREMO SUL	11	102	113
COSTA DO DESCOBRIMENTO	8	72	80
EXTREMO SUL	3	30	33
POLO TERRITÓRIOS DE SALVADOR E RECÔNCAVO	51	341	392
METROPOLITANO DE SALVADOR	48	295	342
RECÔNCAVO	3	46	49
POLO TERRITÓRIOS DO LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO		26	26
LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO		26	26
POLO TERRITÓRIOS DO OESTE	10	46	56
BACIA DO RIO CORRENTE	3	19	22
BACIA DO RIO GRANDE	5	17	22
VELHO CHICO	2	10	12
POLO TERRITÓRIOS DO SERTÃO, SISAL E SÃO FRANCISCO	18	119	137
BACIA DO JACUÍPE		9	9
IRECÊ	5	22	27
ITAPARICA	1	6	7
PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU	2	12	14
PORTAL DO SERTÃO	1	23	24
SEMIÁRIDO DO NORDESTE II	2	12	14
SERTÃO DO SÃO FRANCISCO	1	6	7
SISAL	6	29	35
POLO TERRITÓRIOS DO SUDOESTE	3	77	80
MÉDIO RIO DE CONTAS		13	13
MÉDIO SUDOESTE DA BAHIA		2	2
SERTÃO PRODUTIVO		23	23
SUDOESTE BAIANO	3	39	42



Total	106	905	1011
--------------	------------	------------	-------------

Esta questão remonta à estratégia inicial de realização de ações de pesquisa e formação por polos, porém de forma regionalizada. A ideia é a de que um conjunto de nove ou mais polos do Estado pudesse concentrar atividades presenciais. Como observado, o deslocamento para pequenas distâncias seria visto de forma viável pelos artesãos, com 89,5% de respostas positivas.

Você participaria de um curso do Programa de Qualificação caso ele estivesse em um site na Internet?



Opções de respostas	Frequência absoluta	Frequência Relativa
Sim	943	93,3%
Não	68	6,7%
Total	1011	100,0%

Considerando-se que 98% dos respondentes indicaram anteriormente terem acesso à Internet, a disponibilidade dos respondentes em participarem de formações online alinha-se às demandas e possibilidades atuais.

Participaria de um curso do Programa de Qualificação caso ele estivesse em um site na	Não	Sim	Total
---	-----	-----	-------

Internet?			
POLO TERRITÓRIO DA CHAPADA DIAMANTINA	4	59	63
BACIA DO PARAMIRIM		2	2
CHAPADA DIAMANTINA	2	36	38
PIEMONTE DA DIAMANTINA	2	15	17
PIEMONTE DO PARAGUAÇU		6	6
POLO TERRITÓRIOS COSTA DO DENDÊ E JIQUIRIÇÁ	5	83	88
BACIA DO RIO CORRENTE		3	3
BAIXO SUL	3	53	56
PIEMONTE DO PARAGUAÇU	1	4	5
VALE DO JIQUIRIÇÁ	1	23	24
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO CACAU	4	52	56
LITORAL SUL	4	52	56
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO DESCOBRIMENTO E EXTREMO SUL	4	109	113
COSTA DO DESCOBRIMENTO	3	77	80
EXTREMO SUL	1	32	33
POLO TERRITÓRIOS DE SALVADOR E RECÔNCAVO	18	374	392
METROPOLITANO DE SALVADOR	16	327	343
RECÔNCAVO	2	47	49
POLO TERRITÓRIOS DO LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO		26	26
LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO		26	26
POLO TERRITÓRIOS DO OESTE	5	51	56
BACIA DO RIO CORRENTE	1	21	22
BACIA DO RIO GRANDE	4	18	22
VELHO CHICO		12	12
POLO TERRITÓRIOS DO SERTÃO, SISAL E SÃO FRANCISCO	21	116	137
BACIA DO JACUÍPE	2	7	9
IRECÊ	4	23	27
ITAPARICA		7	7
PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU	3	11	14
PORTAL DO SERTÃO		24	24
SEMIÁRIDO DO NORDESTE II	5	9	14
SERTÃO DO SÃO FRANCISCO		7	7
SISAL	7	28	35
POLO TERRITÓRIOS DO SUDOESTE	7	73	80
MÉDIO RIO DE CONTAS		13	13
MÉDIO SUDOESTE DA BAHIA		2	2
SERTÃO PRODUTIVO	4	19	23
SUDOESTE BAIANO	3	39	42



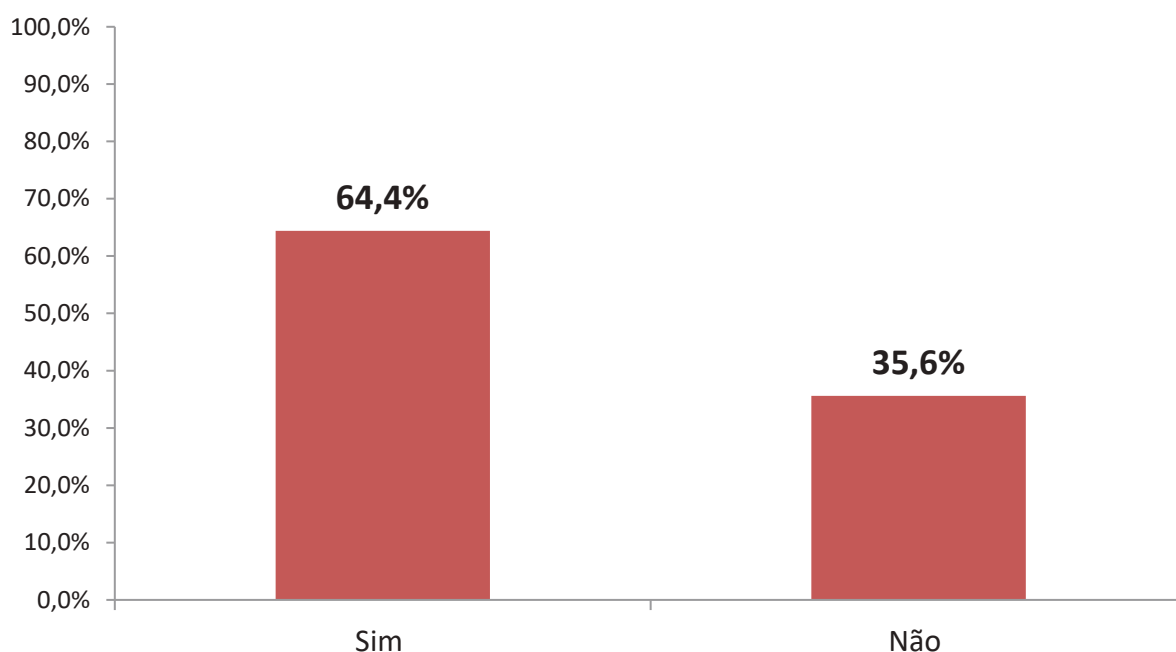
Total Geral	68	943	1010
--------------------	-----------	------------	-------------

Este um dado estratégico para a construção do Programa de Qualificação. Somada à questão anterior, que tinha o fator presencial como alternativa, ambas demonstraram a predisposição do artesão em participar de cursos e formações, independente do ambiente, se presencial ou online.





COMERCIALIZAÇÃO

Participação em Feiras

Opções de respostas	Frequência absoluta	Frequência Relativa
Sim	651	64,4%
Não	360	35,6%
Total	1011	100,0%

Já participou de alguma feira?	Não	Sim	Total
POLO TERRITÓRIO DA CHAPADA DIAMANTINA	27	36	63
BACIA DO PARAMIRIM		2	2
CHAPADA DIAMANTINA	16	22	38
PIEMONTE DA DIAMANTINA	8	9	17
PIEMONTE DO PARAGUAÇU	3	3	6
POLO TERRITÓRIOS COSTA DO DENDÊ E JIQUIRIÇÁ	26	62	88
BACIA DO RIO CORRENTE		3	3
BAIXO SUL	19	37	56
PIEMONTE DO PARAGUAÇU	2	3	5
VALE DO JIQUIRIÇÁ	5	19	24
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO CACAU	19	37	56
LITORAL SUL	19	37	56
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO DESCOBRIMENTO E EXTREMO SUL	42	71	113

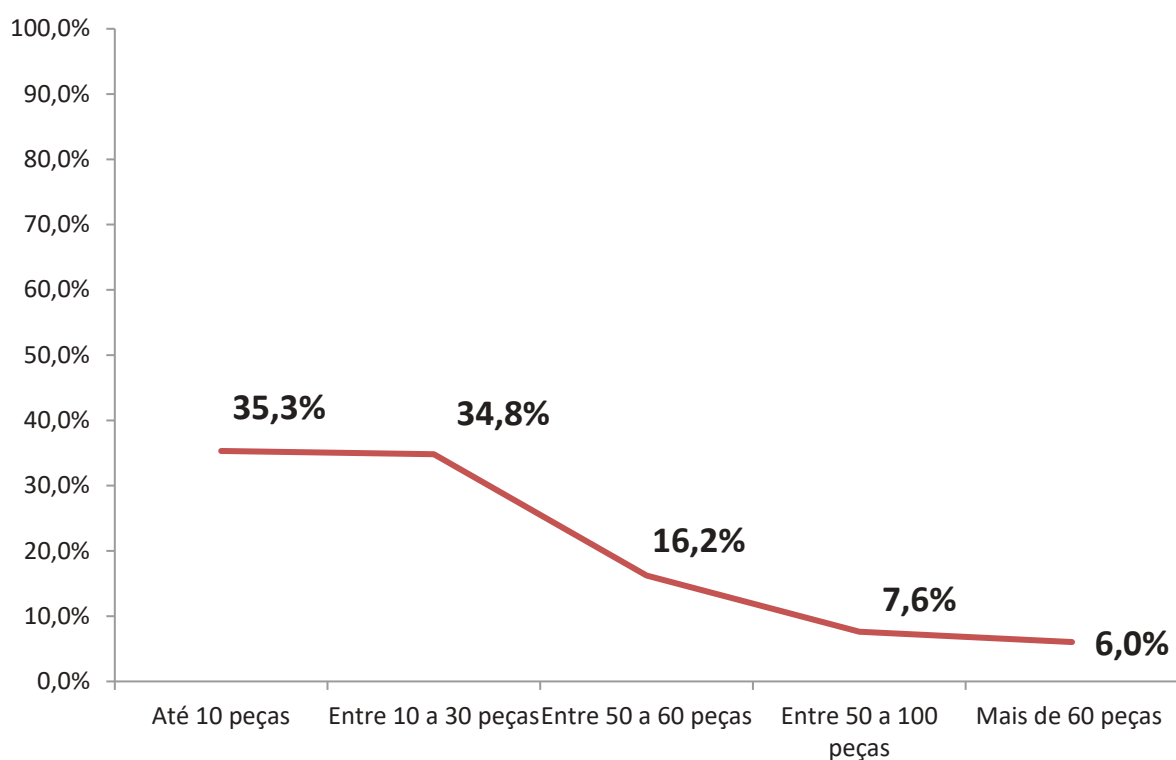
COSTA DO DESCOBRIMENTO	31	49	80
EXTREMO SUL	11	22	33
POLO TERRITÓRIOS DE SALVADOR E RECÔNCAVO	142	249	391
METROPOLITANO DE SALVADOR	129	213	342
RECÔNCAVO	13	36	49
POLO TERRITÓRIOS DO LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	15	11	26
LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	15	11	26
POLO TERRITÓRIOS DO OESTE	14	42	56
BACIA DO RIO CORRENTE	6	16	22
BACIA DO RIO GRANDE	3	19	22
VELHO CHICO	5	7	12
POLO TERRITÓRIOS DO SERTÃO, SISAL E SÃO FRANCISCO	42	95	137
BACIA DO JACUÍPE	5	4	9
IRECÊ	9	18	27
ITAPARICA	2	5	7
PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU	3	11	14
PORTAL DO SERTÃO	10	14	24
SEMIÁRIDO DO NORDESTE II	5	9	14
SERTÃO DO SÃO FRANCISCO	2	5	7
SISAL	6	29	35
POLO TERRITÓRIOS DO SUDOESTE	28	52	80
MÉDIO RIO DE CONTAS	6	7	13
MÉDIO SUDOESTE DA BAHIA	2		2
SERTÃO PRODUTIVO	6	17	23
SUDOESTE BAIANO	14	28	42
Total Geral	360	651	1011

O gráfico acima mostra que 64,4% dos artesãos já participaram de feiras e esse dado corrobora com informações coletadas presencialmente, em oficina participativa em Itabuna/BA. As feiras de artesanato, que podem ter abrangência nacional, regional ou local, aparecem na pesquisa como importante estratégia de comercialização, pois



favorecem o encontro de produtores, lojistas, organizações de fomento ao artesanato ou ao turismo, além de clientes finais (consumidores). Eventos como a FEIARTE - Feira Internacional de Artesanato, FENEARTE - Feira Internacional de Artesanato de Pernambuco, a FEBAFES - Feira Baiana da Agricultura Familiar e Economia Solidária, as Rodadas de Negócios do Sebrae, os Salões de Arte Popular, dentre outros, são importantes referências para o segmento artesanal e seu desenvolvimento no país.

Qual a sua produção atual por mês?



Opções de respostas	Frequência absoluta	Frequência Relativa
Até 10 peças	357	35,3%
Entre 10 a 30 peças	352	34,8%
Entre 50 a 60 peças	164	16,2%
Entre 50 a 100 peças	77	7,6%
Mais de 60 peças	61	6,0%
Total	1.011	100,0%

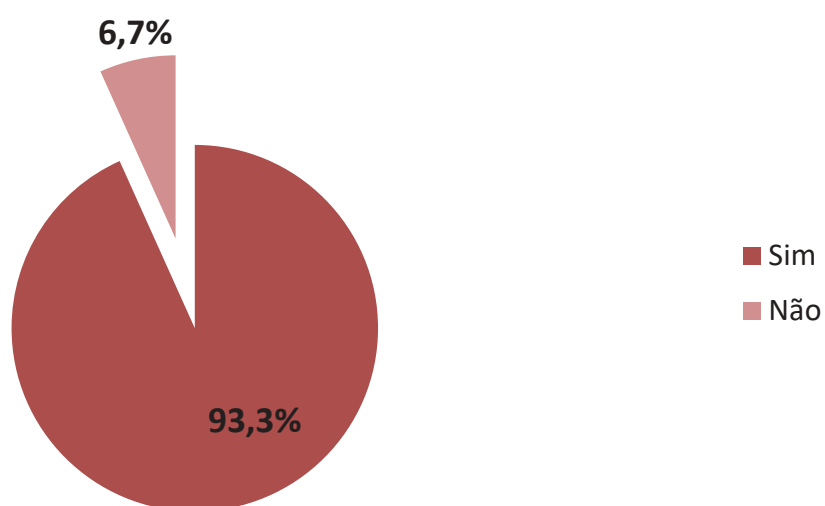
Qual a sua produção atual por mês?	Até 10 peças	Entre 10 a 30 peças	Entre 30 a 50 peças	Entre 50 a 100 peças	Mais de 100 peças	Total Geral
POLO TERRITÓRIO DA CHAPADA DIAMANTINA						
DIAMANTINA	27	22	6	6	2	63
BACIA DO PARAMIRIM	2					2

CHAPADA DIAMANTINA	16	14	4	3	1	38
PIEMONTE DA DIAMANTINA	6	5	2	3	1	17
PIEMONTE DO PARAGUAÇU	3	3				6
POLO TERRITÓRIOS COSTA DO DENDÊ E JIQUIRIÇÁ	21	32	17	10	8	88
BACIA DO RIO CORRENTE	1		1	1		3
BAIXO SUL	8	22	13	9	4	56
PIEMONTE DO PARAGUAÇU	2	3				5
VALE DO JIQUIRIÇÁ	10	7	3		4	24
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO CACAU	20	22	8	3	3	56
LITORAL SUL	20	22	8	3	3	56
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO DESCOBRIMENTO E EXTREMO SUL	40	33	21	8	11	113
COSTA DO DESCOBRIMENTO	26	21	16	7	10	80
EXTREMO SUL	14	12	5	1	1	33
POLO TERRITÓRIOS DE SALVADOR E RECÔNCAVO	137	132	58	36	29	392
METROPOLITANO DE SALVADOR	113	116	53	33	28	343
RECÔNCAVO	24	16	5	3	1	49
POLO TERRITÓRIOS DO LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	13	10	2		1	26
LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	13	10	2		1	26
POLO TERRITÓRIOS DO OESTE	16	25	11	4		56
BACIA DO RIO CORRENTE	7	8	3	4		22
BACIA DO RIO GRANDE	5	11	6			22
VELHO CHICO	4	6	2			12
POLO TERRITÓRIOS DO SERTÃO, SISAL E SÃO FRANCISCO	52	47	24	9	5	137
BACIA DO JACUÍPE	6	2	1			9
IRECÊ	10	9	5	2	1	27
ITAPARICA		3	2	1	1	7
PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU	1	7	3	2	1	14
PORTAL DO SERTÃO	10	7	6	1		24
SEMIÁRIDO DO NORDESTE II	5	7		1	1	14
SERTÃO DO SÃO FRANCISCO	4	1		1	1	7
SISAL	16	11	7	1		35
POLO TERRITÓRIOS DO SUDOESTE	31	29	17	2	1	80
MÉDIO RIO DE CONTAS	3	7	3			13
MÉDIO SUDOESTE DA BAHIA	1	1				2
SERTÃO PRODUTIVO	8	11	3	1		23
SUDOESTE BAIANO	19	10	11	1	1	42
Total Geral	357	352	164	77	61	1011



A produção dos artesãos em quase 2/3 é de 10 a 30 peças por mês, o que não define, necessariamente, uma produção satisfatória, mas indica que este percentual supre a demanda de mercado que ele possui naquele momento. A pergunta seguinte do formulário mostra que existem aspectos que estão subjacentes à produção artesanal. Será que o artesão consegue produzir mais rápido, mantendo a qualidade final? Será que lhe faltam recursos para produzir peças excedentes? Ou esta produção está associada à sua falta de tempo ou tecnologia?

Você gostaria de aumentar a sua capacidade de produção (produzir mais peças por mês)?



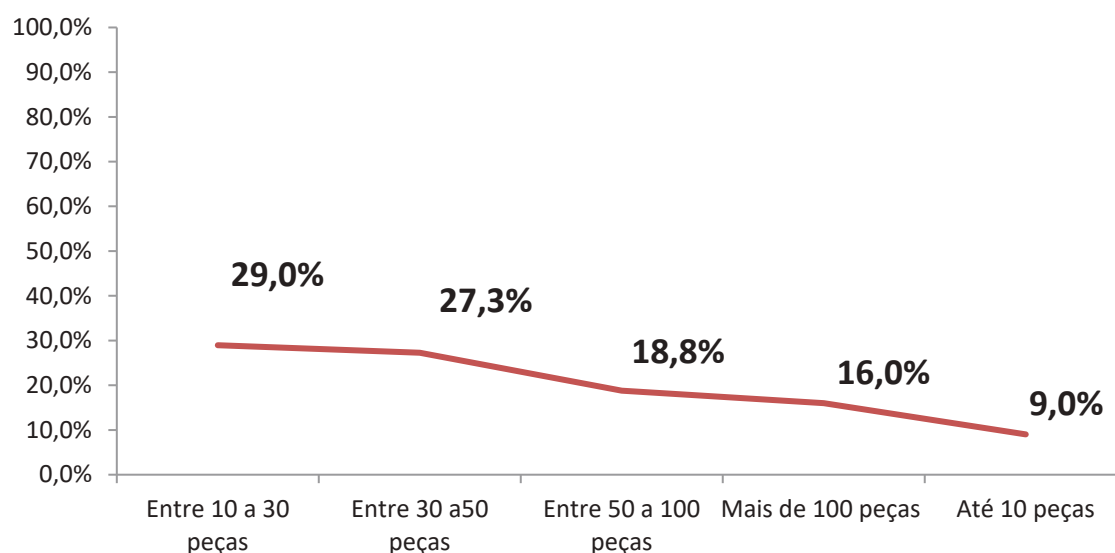
Opções de respostas	Frequência absoluta	Frequência Relativa
Sim	943	93,3%
Não	68	6,7%
Total	1011	100,0%

Você gostaria de aumentar a sua capacidade de produção?	Não	Sim	Total
POLO TERRITÓRIO DA CHAPADA DIAMANTINA	7	56	63
BACIA DO PARAMIRIM		2	2
CHAPADA DIAMANTINA	6	32	38
PIEMONTE DA DIAMANTINA	1	16	17
PIEMONTE DO PARAGUAÇU		6	6
POLO TERRITÓRIOS COSTA DO DENDÊ E JIQUIRIÇÁ	4	84	88
BACIA DO RIO CORRENTE		3	3

BAIXO SUL	3	53	56
PIEMONTE DO PARAGUAÇU		5	5
VALE DO JIQUIRIÇÁ	1	23	24
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO CACAU	7	49	56
LITORAL SUL	7	49	56
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO DESCOBRIMENTO E EXTREMO SUL	9	104	113
COSTA DO DESCOBRIMENTO	8	72	80
EXTREMO SUL	1	32	33
POLO TERRITÓRIOS DE SALVADOR E RECÔNCAVO	9	383	392
METROPOLITANO DE SALVADOR	6	335	343
RECÔNCAVO	3	46	49
POLO TERRITÓRIOS DO LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	1	25	26
LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	1	25	26
POLO TERRITÓRIOS DO OESTE	4	52	56
BACIA DO RIO CORRENTE	2	20	22
BACIA DO RIO GRANDE	1	21	22
VELHO CHICO	1	11	12
POLO TERRITÓRIOS DO SERTÃO, SISAL E SÃO FRANCISCO	21	116	137
BACIA DO JACUÍPE		9	9
IRECÊ	4	23	27
ITAPARICA		7	7
PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU	1	13	14
PORTAL DO SERTÃO	2	22	24
SEMIÁRIDO DO NORDESTE II	3	11	14
SERTÃO DO SÃO FRANCISCO	1	6	7
SISAL	10	25	35
POLO TERRITÓRIOS DO SUDOESTE	6	74	80
MÉDIO RIO DE CONTAS	1	12	13
MÉDIO SUDOESTE DA BAHIA		2	2
SERTÃO PRODUTIVO	2	21	23
SUDOESTE BAIANO	3	39	42
Total Geral	68	943	1011

A maioria dos entrevistados demonstrou o interesse em produzir mais peças, com 943 respostas (93,3%). Esta resposta indica um potencial de crescimento neste mercado e mostra que alguns motivos impedem que o artesão amplie sua capacidade produtiva.



Quantas peças você comercializa (mês)?

Quantas peças você comercializa (mês)?	Até 10 peças	Entre 10 a 30 peças	Entre 30 a 50 peças	Entre 50 a 100 peças	Mais de 100 peças	Total
POLO TERRITÓRIO DA CHAPADA DIAMANTINA	2	22	9	14	7	54
BACIA DO PARAMIRIM		2				2
CHAPADA DIAMANTINA	1	12	4	10	4	31
PIEMONTE DA DIAMANTINA	1	4	4	4	3	16
PIEMONTE DO PARAGUAÇU		4	1			5
POLO TERRITÓRIOS COSTA DO DENDÊ E JIQUIRIÇÁ	4	22	21	20	18	85
BACIA DO RIO CORRENTE		1	1		1	3
BAIXO SUL	1	12	13	15	13	52
PIEMONTE DO PARAGUAÇU		2	2	1		5
VALE DO JIQUIRIÇÁ	3	7	5	4	4	23
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO CACAU	2	19	14	5	9	49
LITORAL SUL	2	19	14	5	9	49
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO DESCOBRIMENTO E EXTREMO SUL	12	24	29	21	18	104
COSTA DO DESCOBRIMENTO	10	16	17	16	13	72
EXTREMO SUL	2	8	12	5	5	32
POLO TERRITÓRIOS DE SALVADOR E RECÔNCAVO	57	125	122	79	70	453
METROPOLITANO DE SALVADOR	51	108	106	78	70	413
RECÔNCAVO	6	17	16	4	2	45
POLO TERRITÓRIOS DO LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	3	9	6	5	2	25
LITORAL NORTE E AGRESTE	3	9	6	5	2	25

BAIANO

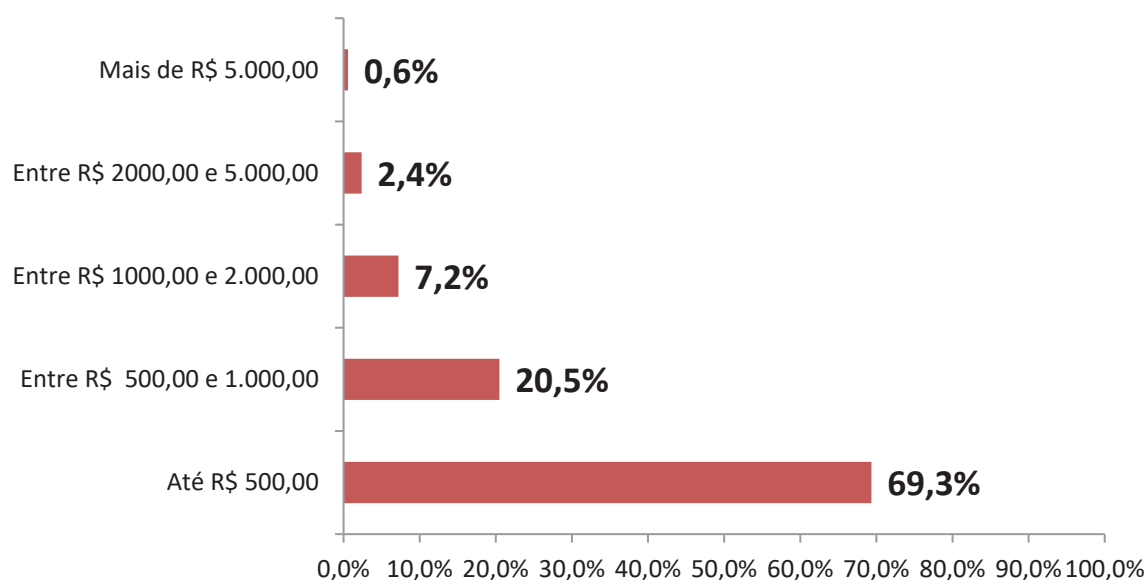
POLO TERRITÓRIOS DO OESTE	1	15	19	9	8	52
BACIA DO RIO CORRENTE		6	6	3	5	20
BACIA DO RIO GRANDE	1	4	9	4	3	21
VELHO CHICO		5	4	2		11
POLO TERRITÓRIOS DO SERTÃO, SISAL E SÃO FRANCISCO	20	31	32	16	17	116
BACIA DO JACUIPE	3	3	2	1		9
IRECÊ	2	4	12	3	2	23
ITAPARICA	2		1		4	7
PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU		3	3	4	3	13
PORTAL DO SERTÃO	2	8	7	1	4	22
SEMIÁRIDO DO NORDESTE II	1	3	4	2	1	11
SERTÃO DO SÃO FRANCISCO	2	1	1	1	1	6
SISAL	8	9	2	4	2	25
POLO TERRITÓRIOS DO SUDOESTE	9	28	13	15	8	73
MÉDIO RIO DE CONTAS	1	6	1	1	2	11
MÉDIO SUDOESTE DA BAHIA		1	1			2
SERTÃO PRODUTIVO	3	7	4	4	3	21
SUDOESTE BAIANO	5	14	7	10	3	39
Total Geral	110	295	265	184	157	1011

Quando perguntado sobre a comercialização destas peças, o número é bastante próximo ao de produção, com 56,3% de respostas, indicando uma comercialização de até 50 peças. Se cruzarmos ambas as informações, veremos que é possível ampliar e fortalecer o segmento.

Opções de respostas	Produção	Comercialização
Até 10 peças	35,3%	29,0%
Entre 10 a 30 peças	34,8%	27,3%
Entre 50 a 60 peças	16,2%	18,8%
Entre 50 a 100 peças	7,6%	16,0%
Mais de 60 peças	6,0%	9,0%

Na tabela comparativa de produção versus comercialização, percebemos que a produção de até 30 peças, que corresponde a 70,1% dos entrevistados, é comercializada quase integralmente, gerando um excedente de 13,8% da produção mensal.



Qual o volume de vendas comercializado por mês?

Opções de respostas	Frequência absoluta	Frequência Relativa
Até R\$ 500,00	701	69,3%
Entre R\$ 500,00 e 1.000,00	207	20,5%
Entre R\$ 1000,00 e 2.000,00	73	7,2%
Entre R\$ 2000,00 e 5.000,00	24	2,4%
Mais de R\$ 5.000,00	6	0,6%
Total	1.011	100,0%

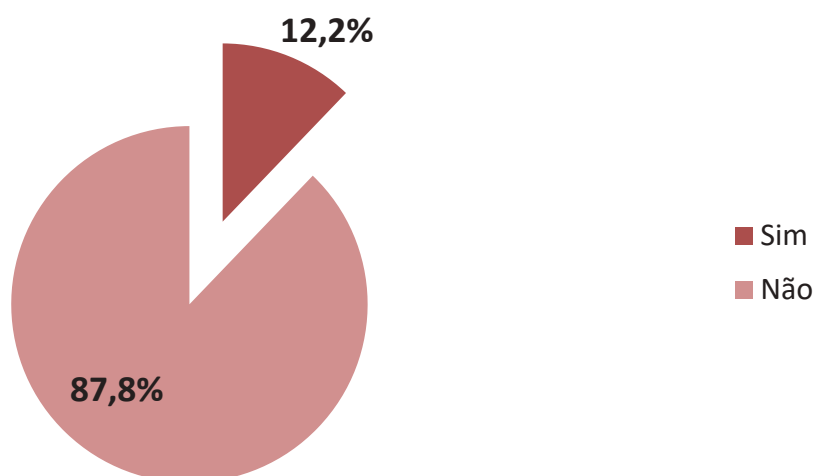
Qual o volume de vendas comercializado por mês?	até R\$500,00	entre R\$ 2.000,00 e 5.000,00	entre R\$1.000,00 e 2.000,00	entre R\$500,00 e 1.000,00	Mais de R\$ 5.000,00	Total
POLO TERRITÓRIO DA CHAPADA DIAMANTINA	49	2	1	11		63
BACIA DO PARAMIRIM	2					2
CHAPADA DIAMANTINA	28	2		8		38
PIEMONTE DA DIAMANTINA	13		1	3		17
PIEMONTE DO PARAGUAÇU	6					6
POLO TERRITÓRIOS COSTA DO DENDÊ E JIQUIRIÇÁ	56	2	12	15	3	88
BACIA DO RIO CORRENTE	1			2		3
BAIXO SUL	33	2	10	9	2	54
PIEMONTE DO PARAGUAÇU	5					5
VALE DO JIQUIRIÇÁ	17		2	4	1	24
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO CACAU	36	2	6	12		56
LITORAL SUL	36	2	6	12		56

POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO DESCOBRIMENTO E EXTREMO SUL	73	4	11	25	113
COSTA DO DESCOBRIMENTO	47	4	9	20	80
EXTREMO SUL	26		2	5	33
POLO TERRITÓRIOS DE SALVADOR E RECÔNCAVO	260	10	28	91	3 392
METROPOLITANO DE SALVADOR	217	10	25	88	3 343
RECÔNCAVO	43		3	3	49
POLO TERRITÓRIOS DO LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	18		3	5	26
LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	18		3	5	26
POLO TERRITÓRIOS DO OESTE	33		4	19	56
BACIA DO RIO CORRENTE	11		3	8	22
BACIA DO RIO GRANDE	12		1	9	22
VELHO CHICO	10			2	12
POLO TERRITÓRIOS DO SERTÃO, SISAL E SÃO FRANCISCO	111	2	7	17	137
BACIA DO JACUÍPE	7			2	9
IRECÊ	24		1	2	27
ITAPARICA	4	1	2		7
PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU	12			2	14
PORTAL DO SERTÃO	19		1	4	24
SEMIÁRIDO DO NORDESTE II	8	1	3	2	14
SERTÃO DO SÃO FRANCISCO	5			2	7
SISAL	32			3	35
POLO TERRITÓRIOS DO SUDOESTE	65	2	1	12	80
MÉDIO RIO DE CONTAS	9			4	13
MÉDIO SUDOESTE DA BAHIA	2				2
SERTÃO PRODUTIVO	21	2			23
SUDOESTE BAIANO	33		1	8	42
Total Geral	701	24	73	207	6 1.011

Quando observamos o volume de recursos mobilizado pelos artesãos nas vendas, percebemos que o retorno financeiro mensal, de 89,8% dos entrevistados, é de até R\$ 1.000,00, reforçando os dados apresentados no quadro sociodemográfico da pesquisa.



Já participou de alguma rodada de negócios?



Rótulos de Linha	Não	Sim	Total
POLO TERRITÓRIO DA CHAPADA DIAMANTINA	59	4	63
BACIA DO PARAMIRIM	2		2
CHAPADA DIAMANTINA	34	4	38
PIEMONTE DA DIAMANTINA	17		17
PIEMONTE DO PARAGUAÇU	6		6
POLO TERRITÓRIOS COSTA DO DENDÊ E JIQUIRIÇÁ	79	9	88
BACIA DO RIO CORRENTE	3		3
BAIXO SUL	47	9	54
PIEMONTE DO PARAGUAÇU	5		5
VALE DO JIQUIRIÇÁ	24		24
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO CACAU	48	8	56
LITORAL SUL	48	8	56
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO DESCOBRIMENTO E EXTREMO SUL	102	11	113
COSTA DO DESCOBRIMENTO	70	10	80
EXTREMO SUL	32	1	33
POLO TERRITÓRIOS DE SALVADOR E RECÔNCAVO	335	56	392
METROPOLITANO DE SALVADOR	295	48	342
RECÔNCAVO	40	9	49
POLO TERRITÓRIOS DO LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	23	3	26
LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	23	3	26
POLO TERRITÓRIOS DO OESTE	52	4	56
BACIA DO RIO CORRENTE	21	1	22
BACIA DO RIO GRANDE	20	2	22
VELHO CHICO	11	1	12

POLO TERRITÓRIOS DO SERTÃO, SISAL E SÃO FRANCISCO	115	22	137
BACIA DO JACUÍPE	9		9
IRECÊ	25	2	27
ITAPARICA	5	2	7
PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU	13	1	14
PORTAL DO SERTÃO	21	3	24
SEMIÁRIDO DO NORDESTE II	7	7	14
SERTÃO DO SÃO FRANCISCO	5	2	7
SISAL	30	5	35
POLO TERRITÓRIOS DO SUDOESTE	75	5	80
MÉDIO RIO DE CONTAS	13		13
MÉDIO SUDOESTE DA BAHIA	2		2
SERTÃO PRODUTIVO	22	1	23
SUDOESTE BAIANO	38	4	42
(vazio)			
(vazio)			
Total Geral	888	123	1.011

Um percentual expressivo de 87,8% de respondentes nunca participou de uma rodada de negócios. O que isto pode revelar? Primeiro, podemos supor que as rodadas de negócios têm sido restritivas e não atingem o propósito de divulgação da diversidade do artesanato do Estado. Segundo, que a maioria dos artesãos não possuem os requisitos mínimos para participar destas atividades ou não estão devidamente informados desta oportunidade de comercialização. De uma maneira ou de outra, percebemos que uma das principais estratégias de comercialização do artesanato, segundo a opinião dos lojistas, abarca apenas 12,2% dos respondentes.

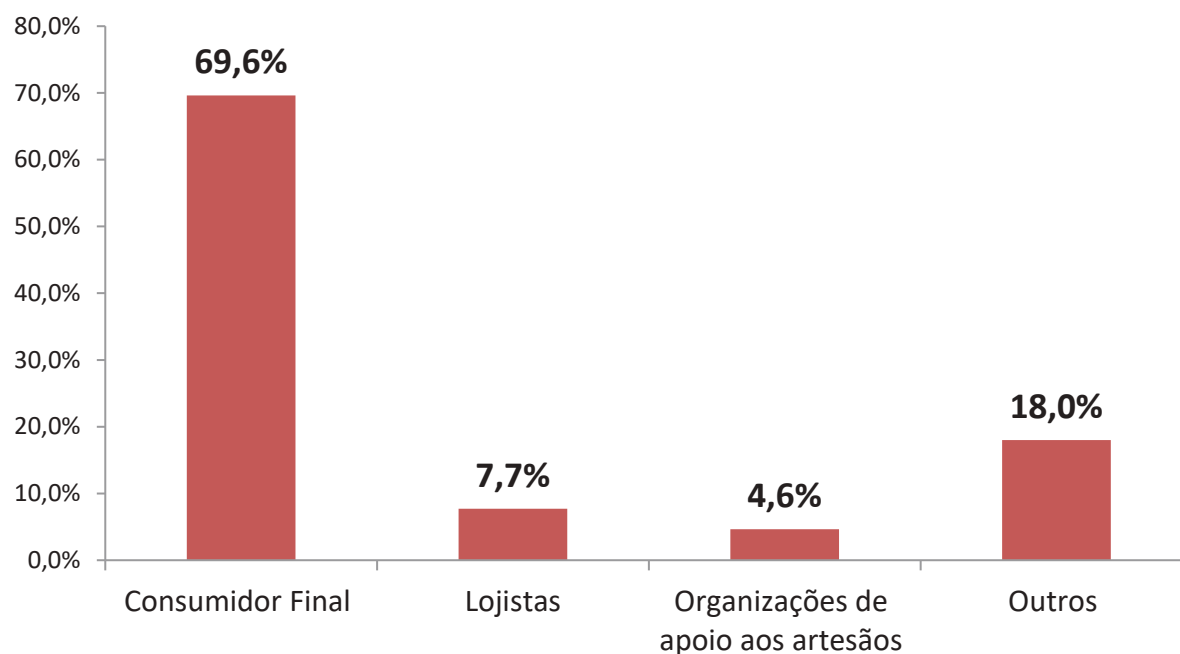
Sebrae	88
CESOL	14
Instituto de Visconde de Mauá	4
Fenagro	2
Cediter Comissão Evangélica dos Direitos da Terra	2
SESC	1
UESC	1
Realizado pela Rede Lilás	1
Primeira rodada de negócios internacionais da Bahia	1
Rodada de negócios em Salvador	1
CASAR	1
SENAC	1
Prefeitura de Barreiras e parceiros: TV Oeste, Sebrae e Sicred	1
O Sebrae de Salvador	1
Brasil Original - Sebrae	1
SENAC	1



Sebra/ Mauá	1
Brasil Original	1
Total	123

Entendemos que os artesãos possuem condições para participarem de rodadas de negócio e, aqueles que não reúnam condições para tal, devem ser alvo de formações técnicas para que incorporem esta competência individual e coletiva, bem como melhorias ao produto. Rodadas de negócios em artesanato são realizadas na Bahia pelo SEBRAE já há alguns anos e em outros estados no Nordeste, a exemplo de Pernambuco² e Ceará³, ou seja, estados com características similares ao nosso em termos de perfil de artesãos.

Para quem você vende a maior parte de sua produção?



Opções de respostas	Frequência absoluta	Frequência Relativa
Consumidor Final	704	69,6%
Lojistas	78	7,7%
Organizações de apoio aos artesãos	47	4,6%
Outros	182	18,0%
Total	1.011	100,0%

² Rodada de negócios fortalece mercado do artesanato pernambucano. Ver: <http://www.cultura.pe.gov.br/canal/funcultura/rodada-de-negocios-fortalece-mercado-do-artesanato-pernambucano/>

³ Cariri recebe Rodada de Negócios de Artesanato do Nordeste. Ver: <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/verso/cariri-recebe-rodada-de-negocios-de-artesanato-do-nordeste-1.2154319>

Rótulos de Linha	Consumidor final	Lojista	Organização de apoio ao artesanato	Outros	Total
POLO TERRITÓRIO DA CHAPADA DIAMANTINA	45	3		15	63
BACIA DO PARAMIRIM	1			1	2
CHAPADA DIAMANTINA	29	2		7	38
PIEMONTE DA DIAMANTINA	12	1		4	17
PIEMONTE DO PARAGUAÇU	3			3	6
POLO TERRITÓRIOS COSTA DO DENDÊ E JQUIRIÇÁ	61	9	2	16	88
BACIA DO RIO CORRENTE	1			2	3
BAIXO SUL	40	5	2	9	54
PIEMONTE DO PARAGUAÇU	4			1	5
VALE DO JQUIRIÇÁ	16	4		4	24
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO CACAU	42	3	3	8	56
LITORAL SUL	42	3	3	8	56
POLO TERRITÓRIOS DA COSTA DO DESCOBRIMENTO E EXTREMO SUL	90	7	1	15	113
COSTA DO DESCOBRIMENTO	64	7		9	80
EXTREMO SUL	26		1	6	33
POLO TERRITÓRIOS DE SALVADOR E RECÔNCAVO	257	29	24	82	392
METROPOLITANO DE SALVADOR	220	28	21	74	343
RECÔNCAVO	37	1	3	8	49
POLO TERRITÓRIOS DO LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	13	2	4	7	26
LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	13	2	4	7	26
POLO TERRITÓRIOS DO OESTE	45	4		7	56
BACIA DO RIO CORRENTE	18	4			22
BACIA DO RIO GRANDE	16			6	22
VELHO CHICO	11			1	12
POLO TERRITÓRIOS DO SERTÃO, SISAL E SÃO FRANCISCO	83	21	14	19	137
BACIA DO JACUÍPE	8			1	9
IRECÊ	16	4	4	3	27
ITAPARICA	6	1			7
PIEMONTE NORTE DO ITAPICURU	11		1	2	14
PORTAL DO SERTÃO	18		1	5	24
SEMIÁRIDO DO NORDESTE II	6	6		2	14
SERTÃO DO SÃO FRANCISCO	6			1	7
SISAL	12	10	8	5	35

POLO TERRITÓRIOS DO SUDOESTE	67	1	12	80
MÉDIO RIO DE CONTAS	11		2	13
MÉDIO SUDOESTE DA BAHIA	1		1	2
SERTÃO PRODUTIVO	18		5	23
SUDOESTE BAIANO	37	1	4	42
Total Geral	704	78	47	182 1011

Observando este resultado, percebemos que 69,6% dos respondentes vende para o consumidor final e apenas 7,7 % para lojistas. Esses resultados mostram que o artesão acumula diversas funções, dentre elas a necessidade de divulgar e vender seus produtos. As lojas coletivas, como as do Cesol e de associações locais, alcançam apenas 4,6% desse universo.

Quais são as principais dificuldades para comercialização do seu artesanato?

A seguir, segue listagem de respostas que mais se repetiram na questão aberta (qualitativa) relacionada às dificuldades para comercialização do artesanato produzido.

Principais dificuldades relatadas
Consumidor não valoriza o produto / consumidor acha caro
Divulgação
Não ter local para venda
Artesanato é sazonal, depende da existência de turistas
Insegurança de produzir muito e não ter como escoar a produção
Falta de apoio do poder público
Falta de capital de giro / crédito
Frete para enviar peças é muito caro
Encontrar insumos
Apoio das secretarias para participação em feiras / eventos
Pouca produção (dificuldades em ampliar a produção)
Dificuldades para comercialização com as cooperativas que compram e vendem artesanatos
Falta de articuladores que possam colocar nossos produtos em mais espaços de venda
Dificuldade em saber o perfil dos clientes e estratégias para alcançá-los
Atualmente a maior dificuldade é a comercialização por meio da internet, divulgo meus produtos nas redes sociais mais só consigo realizar vendas nas feiras que participo.
Apoio governamental na participação de Feiras e Eventos dentro e fora do Estado da Bahia;
As taxas para participar de feiras estão cada vez mais caras. O valor da taxa nem sempre se paga com as vendas.

Outro fator que complica é artesã/o que não valoriza seu próprio trabalho e derruba o dos outros, colocando preços muito baixos (pra vender logo). Isso faz o cliente -numa cidade pequena- comparar preços e achar caro o que na verdade é um valor justo (contabilizado horas trabalhadas, materiais, etc).
Autorização do IBAMA para recolher árvores caídas nas fazendas para servir de matéria prima.
Qualificação
Local adequado para guardar a mercadoria
Organização das feiras: cada local exige uma preparação e arrumação diferente
Parceiros Comerciais
Preço dos insumos
Falta de conhecimento na utilização das plataformas digitais, tais como uso das redes sociais: Instagram, Facebook, assim como sites, aplicativos de venda, E-commerce no geral;
Locais para exposição (de forma regular)

Contudo, uma questão que aparece de forma recorrente nas falas refere-se a um sentimento de pouca valorização do artesanato:

“O não reconhecimento do valor cobrado na mercadoria, ou seja, as pessoas não valorizam muito o artesanato. Principalmente quando é feito em casa” (“artesão A”)

Precificação, o artesanato não é valorizado financeiramente. Todo mundo admira minhas peças, mas poucos pagam o valor devido.” (“artesão B”)

“Moro no interior, e as pessoas não aceitam os valores, não valorizam.” (“artesão C”)

*“Falta de valorização do produto na cidade, desconhecimento do trabalho artesanal, desvalorização em torno dos preços das peças.”
 (“artesão D”)*

Trata-se de um discurso recorrente, que, em uma avaliação menos rigorosa, poderia nos conduzir a razões/motivações difusas e pouco tangíveis. Contudo, uma análise mais pragmática pode revelar que a referência a “**valorização**” pode ter diversas interpretações:

- **A valorização como item de consumo**, por parte dos consumidores está intimamente ligada às funções do objeto artesanal: sua praticidade/estética e/ou apresentação de elementos claros acerca de sua historicidade. Certamente, as peças nem sempre atenderão aos três aspectos concomitantemente, mas devem, ao menos, cumprir bem uma dessas dimensões e isso deve estar claro para os artesãos;



- **A valorização como política pública**, ou a sua percepção, vincula-se também à existência ou não de projetos e programas governamentais, a um apoio do poder público;
- **A valorização em termos financeiros**, depende de uma compreensão em relação ao mercado, aos públicos potenciais, à correta precificação, o que demandaria ações específicas de formação/qualificação.

Recomenda-se que os problemas de comercialização indicados nessa etapa da pesquisa sejam correlacionados com ações futuras para mitigá-los, a curto, médio e longo prazo, pois há níveis operacionais distintos para atacar o problema. Um planejamento focado nessas questões apresentadas certamente teria uma adesão significativa dos artesãos e agiria com foco no que são identificadas como fragilidades.

Quais as suas sugestões para fortalecer a comercialização do artesanato baiano?

Principais Sugestões
Divulgação
Circulação de catálogos físicos e virtuais com os produtos de todos os artesãos
Investimentos, cursos de planejamento financeiro, plataforma digital para divulgação do trabalho artesanal
Cursos sobre mídias sociais e sobre fotografia para registrarmos nossas peças
Apoio logístico (transporte)
Ter mais pontos de vendas
Fortalecimento do mercado online e diálogo direto com quem produz
Criação de associações específicas para cada ramo de artesanato (associação das crocheteiras, das pintoras, das que trabalham com biscuit...)
Qualificação
Segmentação dos produtos em locais dedicados a experiência podem ajudar. Ex. Uma loja de presentes feitos de forma artesanal ou artigos de decoração. As lojas colaborativas já exploram esse conceito. As lojas são atrativas e organizadas. As feiras não.
Direito a desconto em farmácias ou lojas por ter a carteira de artesão
Uma vitrine virtual
Uma página onde as pessoas vejam como é feita a peça (o fazer)
Criação de um espaço público destinado a comercialização do trabalho artesanal, oferecendo aos artesãos um espaço exclusivo para a exposição de seus trabalhos como um shopping ou um complexo de lojas.
Neste momento de pandemia, precisamos nos adequar a venda virtual, aprender a usar os serviços de entrega, técnicas de vendas online.
Projetos que incentivem o artesão a manter a tradição do artesanato
Apoiar centros de artesanato nas pequenas comunidades e incentivar o turismo para esses centros
Criar rotas culturais e inserir o artesanato nessas rotas

A criação de uma página na web onde fosse exposto e divulgado só artesanato do Estado da Bahia.
Fomentar/ Apoiar parcerias com lojas
O governo reduzir impostos de lojas de comércio que vendam artesanato baiano
Parceria da SETRE para fortalecimento, capacitações, utilização de associações abandonados espaços comunitários Cran, Creas e Cras Pop e todos os equipamentos públicos para assistência social, escolas em horários contra turnos e finais de semanas, oficinas, programas culturais para serem utilizadas para feiras, amostras para vendas além dos espaços fixos
Criar pontos turísticos como temos em todas as capitais do Nordeste, onde os artesãos exponham seu trabalho.
Facilitar o registro de artesãos
Linhas de crédito específicas para lojistas consumidores do artesanato baiano.

Observa-se que algumas proposições misturam-se com as críticas, como por exemplo a “pouca divulgação” e a sugestão de “maior divulgação”. Contudo, alguns itens são mais propositivos, como o diálogo com o setor de turismo, temas específicos para alguns cursos e sugestões relacionadas a pontos de venda presenciais ou virtuais.





EIXO 2
ENTREVISTAS COM
COMPRADORES E
LOJISTAS

Para compreender melhor o mercado de artesanato na Bahia, ampliou-se o público-alvo do Diagnóstico Integrado, fazendo-se uma escuta com lojistas do segmento para mapear aspectos como: tipologias, aquisição e transporte dos produtos, qualidade e preço do artesanato baiano, bem como demandas do mercado relativas aos produtores ou a outros elos da cadeia. Por se tratar de dados qualitativos, vamos sintetizar algumas informações que podem melhor descrever as demandas ou pontos críticos na perspectiva das empresas que comercializam o artesanato.

Durante os meses de abril e maio de 2020, foram realizadas 18 entrevistas com donos ou gerentes de lojas de artesanato das seguintes localidades: Salvador/BA, Barra Grande/BA, Sauípe/BA, São Paulo/SP, Vitória/ES, Belo Horizonte/MG, Passo Fundo/RG, Pato Branco/PR, Rio de Janeiro/RJ, Balneário Camboriú/SC e Florianópolis/SC. Os compradores responderam 12 questões abertas sobre o funcionamento das suas lojas, quanto aos produtos vendidos, formas de aquisição, características do artesanato, comportamento do consumidor, dentre outras questões relevantes para a venda desses produtos nas lojas e outros canais de vendas.

Notou-se que quase a totalidade de lojistas entrevistados trabalha com tipologias diversas de artesanato - que inclui madeira, cerâmica, tecido, palhas, metal, dentre outros. Eles sinalizam que a qualidade e o preço dos produtos são os principais atributos para aquisição das peças, além da preferência dos clientes, que podem variar bastante segundo aspectos geográficos, classes sociais, canal de aquisição do produto etc.

Neste aspecto, vale ressaltar que os lojistas se interessam mais por produtos classificados como “tradicionais” ou “típicos” das regiões, ou seja, peças que traduzem, de certa maneira, a cultura ou ícones das identidades regionais brasileiras.

"Eu comercializo peças do Brasil todo. Participo das rodadas de negócio do Sebrae em todos os estados. Geralmente, comercializo produtos que remetem ao artesanato tradicional, resgate de técnicas, observando o acabamento das peças".
(Entrevistada 2 - São Paulo)

Geralmente, a compra dessas peças acontece diretamente com o artesão, não havendo intermediação com associações, grupos ou prefeituras locais. As rodadas de negócio do Sebrae, a Fenearte, bem como as feiras de artesanato regionais foram indicadas como estratégias que facilitam o acesso do lojista aos produtos e produtores.

Outro aspecto relevante é o desinteresse desses compradores em relação ao selo de qualidade ou originalidade dos produtos. Segundo a maioria, os clientes não parecem se importar com essas informações. Poucos sinalizaram o interesse dos clientes em saber a origem do artesanato (história da região, nome do artesão, tipo de matéria-prima etc.).

Quanto ao uso da internet como meio de comercialização, 83% afirma que utiliza redes sociais como Instagram e Facebook para vender produtos, embora não utilizem tecnologias de e-commerce, ou seja, não possuem lojas virtuais.

“Todos estão enfrentando dificuldades. As minhas lojas são em hotéis e os hotéis serão a última coisa a reabrir. E mesmo buscando vender pela internet, as vendas estão fracas, pois nosso produto não é de primeira necessidade”. (Entrevistado 3 - Salvador).

A depender do perfil de cliente da loja, percebe-se que existe uma maior exigência quanto ao produto artesanal comercializado. Lojas situadas em pontos turísticos, com perfil pouco definido, geralmente não qualifica o produto pela origem ou autoria, e os clientes, por sua vez, parecem não se importar com essas informações. Lojas específicas, tais como artesanato religioso, peças de decoração, móveis rústicos, dentre outros, são mais detalhistas, preocupam-se com a origem dos produtos, até porque seus clientes demandam esse tipo de informação.

Quanto ao volume de compras e vendas, as lojas variam muito por região e, em sua maioria, dependem de períodos festivos, em que há uma maior circulação de turistas. Mesmo sem precisar o volume de peças compradas por mês, os lojistas sinalizam a existência de estoque mínimo e compras mais volumosas em um determinado período do ano.

Quando perguntados sobre o que precisa melhorar na produção artesanal para expandir ou ampliar as vendas, vê-se alguns aspectos relevantes:

- Alguns lojistas sinalizaram a necessidade de melhorar a divulgação do artesanato, ampliando as feiras e outros mecanismos de acesso a informações e novos artesãos (fornecedores);
- Seis compradores afirmaram que o preço das peças precisa ser melhor formulado para favorecer a revenda e consumo pelos clientes;
- Três entrevistados apontaram problemas com a logística de entrega do produto, que envolve prazo, transporte e segurança das peças;
- Quatro lojistas ressaltaram a qualidade dos produtos, incluindo design, embalagem, tendências que também permeiam o universo do artesanato, assim como em outras áreas da produção;



- Apenas um lojista citou a necessidade de nota fiscal como um aspecto relevante para a comercialização dos produtos.

Dentro do cenário atual, da pandemia, a comercialização do artesanato, assim como todo o segmento turístico, ficou prejudicada e por isso estão surgindo ideias para apoiar lojistas e artesãos. A entrevistada contou ter apresentado um projeto para o Sebrae nacional de marketplace (shopping virtual), para fortalecer o segmento de arte e artesanato, articulando as lojas particulares, de pequenos comerciantes, além da oferta de capacitação para lojistas e artesãos.

“O mercado hoje está muito seletivo. Não há mais espaço para o que é mal feito, a embalagem, o acabamento do produto, o tipo de contato com o cliente. Tudo que a gente fazia vista grossa, não tem mais espaço, não tem tempo, nem dinheiro. A crise vai ser muito boa para a gente aprender a trabalhar.”
(Entrevistada 2 – São Paulo)

Uma artesã baiana, que se tornou lojista há 10 anos, ressaltou a necessidade de qualificar o design dos produtos artesanais. E esse pensamento é comum em outras entrevistas, que revelam que o mercado de artesanato ficou mais exigente e mais diversificado. A maneira de expor o produto, contar sua história, falar das técnicas, pode ser decisivo para sua venda.



EIXO 3

ENTREVISTAS COM GRUPOS PRODUTIVOS

Listagem de Grupos Produtivos que responderam ao questionário

AAMOM	Aratuípe/ Maragogipinho
ABAM - Associação de Bordadeiras e Artesãos Morrenses	Morro do Chapéu
Abayomi Casa de Cultura	Porto Seguro
ACBANTU - Associação Nacional Cultural de Preservação do Patrimônio Bantu	Salvador
ACULT – Associação de Artesanato e Cultura	Canarana
Adecoarte - Associação de Desenvolvimento Comunitário da Cidadania do Artesanato da Cultura do Esporte e Lazer	Santo Antônio de Jesus
AIART - Associação Itabunense de Artesãos	Itabuna
Aldeia Taba Jayri	Ilhéus
Alentícia Bertoza Ribeiro	Cachoeira
ALVA - Associação Juntos pela Vida em Abundância	Teixeira de Freitas
Amigos da Arte	Santo Antônio de Jesus
AMOSP	Cairu
ARCB	Cruz das Almas
Art Bella	Salvador
Arte em Retalhos	Caetité
ARTECOR - Associação dos Arteiros do Corrente	Jequié
Artes da Serra	Muritiba
Artesanato Pinheiro	Lamarão
Artesanato Quilombo dos Anjos	Candiba
Ascam	Maragogipe
Asproart - Associação de Produtores de Artesanato	Dom Macedo Costa
Associação	Ituaçu
Associação Amigos da Região Costa do Descobrimento	Belmonte
Associação Artesanal Chitarte de Cachoeira Bahia	Cachoeira
Associação Artesanando de Santana	Santana dos Brejos

Associação Baixão Cinésia	Irecê
Associação Casa do Artesanato e Cultura	Itapetinga
Associação Ciranda da Vida	Porto Seguro
Associação Comunitária de Alto de Quindim	São Gabriel
Associação Comunitária de Artesãs de Sítio Santana e Adj da Comunidade Remanescente de Quilombo de Sítio Santana	Lamarão
Associação Cultural Balaio das Artes	Bonito
Associação das Mulheres do Rio de Contas	Rio de Contas
Associação das Mulheres Empreendedoras da Comunidade de Caritá	Jeremoabo
Associação das Produtoras Artesãs de Vila Sauípe, Estiva, Canoas e Água Comprida	Mato de São João
Associação das Rendeiras de Dias D'Ávila	Dias D'Ávila
Associação de Agricultores Familiares nas Comunidades Quilombolas de Santo Antônio Ividel - Vera Cristina Santos de Jesus	São Felix
Associação de Arte e Cultura Quilombo do Tereré	Vera Cruz
Associação de Artesanato Aldeia Itapuã	Ilhéus
Associação de Artesãos Calmonense	Miguel Calmon
Associação de Artesãos de Jequié	Jequié
Associação de Artesãos do Corrente	Santa Maria da Vitória
Associação de Artesãs do São Rafael	Salvador
Associação de Artesãs Nossa Arte	Santo Amaro
Associação de Artesãs, Artesãos e Artistas do Município de Poções	Poções
Associação de Auxílio Mútuo de Oleiros de Maragogipinho	Aratuípe
Associação de Costureiras e Bordadeiras de Macajuba	Macajuba
Associação de Culto Afro Itabunense	Itabuna
Associação de Ecoturismo Pataxó de Aldeia Velha	Porto Seguro
Associação de Familiares e Artesãos de Várzea Formosa e Itiúba	Itiúba
Associação de Moradores e Pequenos Produtores Ruais, Ceramistas e Oleiros de Tocos III	Governador Mangabeira
Associação de Produtores da Floresta do Baixo Sul da Bahia	Ituberá



Associação do Grupo de Eco. Sol. de Candiba	Candiba
Associação dos Artesãos de Dário Meira	Dário Meira
Associação dos Artesãos de Saubara	Saubara
Associação dos Artesãos Jaguaquara	Jaguaquara
Associação dos Pequenos Produtores Rurais de Mulungu e Adjacências	Guanambi
Associação dos Produtores Artesanais de Gandu	Gandu
Associação Mãos que Criam	Catu
Associação Mãos que Realizam Artes	Feira de Santana
Associação Rural Cultural Beneficente dos Remanescentes	Pedrão
Associarte - Associação dos Artesãos e Artistas de Santa Maria da Vitória	Santa Maria da Vitória
Ateliê do Agreste	Jandaíra
Atitude Certa	Porto Seguro
AUMA - Associação União Mulheres do Monte Alegre	Jeremoabo
AUUSSP - Associação dos Artesãos Unidos de São Sebastião do Passé	São Sebastião do Passé
Casa do Artesão	Brejões
Casa do Artesão	Porto Seguro
Casa do Boneco de Itacaré	Itacaré
Centro de Convivência Santo Aníbal	Presidente Jânio Quadros
Coletivo Borboletas do Lar	Porto Seguro
COLIBRIS - Cooperativa Mista dos Produtores em Corte e Costura	Salvador
Comitê Municipal das Associações de Central	Central
COOPCIARTE- Cooperativa de Trabalho das Costureiras de Costura Industrial e Artesanal da Cidade de Porto Seguro	Porto Seguro
Cooperafis - Cooperativa Regional de Artesãos Fibras do Sertão	Valente
Coopvitoria - Cooperativa de Trabalho e Produção de Calçados dos Moradores do Bairro Vila Vitória	Porto Seguro
COPIS - Cooperativa de Produção da Região do Piemonte da Diamantina	Capim Grosso
Costa do Descobrimento	Porto Seguro

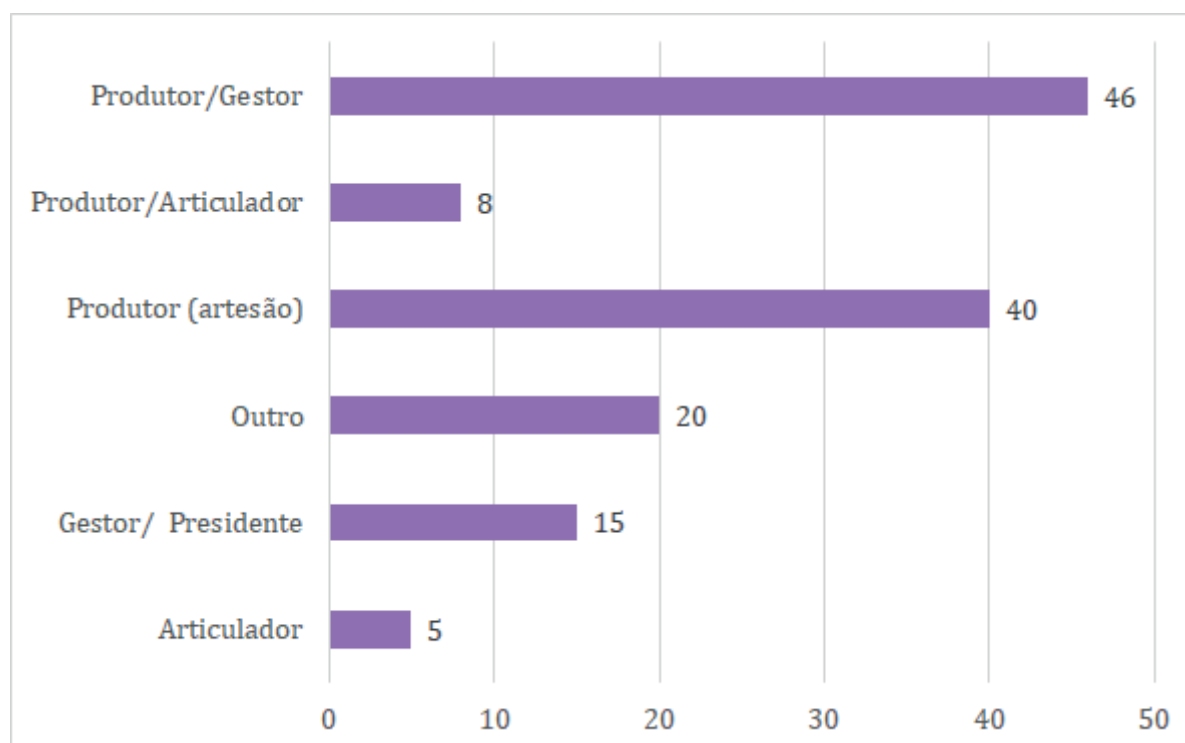
Costurarte - Associação de Costureiras	Santa Luzia
Doralice Benicio da Silva Guimarães	Irecê
Ebí Wúrà	Salvador
Estação Barroca	Salvador
Evany Batista Galvão (Atitude Certa)	Porto Seguro
Filhos do Mundo	Salvador
Friboart - Grupo Frivolitê de Vitória da Conquista	Vitória da Conquista
Fundação João de Azevedo	Cocos
FUNDASF	Bom Jesus da Lapa
GFM - Grupo Fazendo com Mãos	Salvador
Gotini Arte	Salvador
Grupo de Artesãos da Cruz Vermelha	Porto Seguro
Grupo de Mulheres Produtivas do Candeal	Maracás
Grupo Marias	Jacobina
Grupo Morada do Sol	Santa Maria da Vitória
Grupo Mulheres na Arte Produtiva – Associação de Gameleira	Guanambi
Iones Mota	Irecê
Joicele Aparecida Belelli Castellan	Porto Seguro
Joyce Fabião de Oliveira	Porto Seguro
Karkaju Pataxó	Santa Cruz Cabralia
Leliartes	Guanambi
Lilian Ateliê	São José do Jacuipe
Maria do Carmo Cerqueira - Rede Crisálida	Cachoeira
Maria Márcia Guedes Aki	Salvador
Maria Núbia Silva Sales (Associação de artesãs, artesãos e artistas)	Poções
Marilene Gomes de Araújo	Santa Maria da Vitoria
Massapê Artesanato de Raiz	Santo Amaro



MEA - Associação Mulheres em Ação	Porto Seguro
Movimento Gosto de Arte	Jequié
Mulheres de Axé do Recôncavo	Muritiba
Nós de Memória	Cachoeira
O Saverista	Saubara
Oficina de Artesanato Mãos de Fadas	Rodelas
Projeto Diversidade Cultural do Grupo Acarbo	Santo Amaro
Projeto Vila Criativa - Instituto Sociocultural Brasil Chama África	Porto Seguro
Quinta do Artesanato	Santo Antônio de Jesus
Rawdando	Uruçuca
Rede Crisálida	Salvador
Samara Nunes de Sant Ana Arrais	Irecê
Sementes da Roça	Salvador
Sertão Mulheres – Grupo de Artesãs de Capim Grosso Economia Solidária	Capim Grosso
Sindicato dos Trabalhadores da Agricultura Familiar de Ubaíra	Ubaíra
Tecendo a vida	Pindaí
Teixeira Criativa Arte na Praça	Teixeira de Freitas
Trançado das Marias	Cachoeira
Vila Criativa	Salvador
Viverart	Salvador

Cada representante de grupo respondeu inicialmente o nome da instituição, ano de fundação, município de origem e contatos do grupo. Na sequência, buscamos identificar o papel desse representante na instituição. Daremos seguimento à exposição dos dados com breves comentários que possam elucidar o contexto de atuação desses grupos no segmento de artesanato na Bahia.

Função que o representante desempenha no grupo produtivo



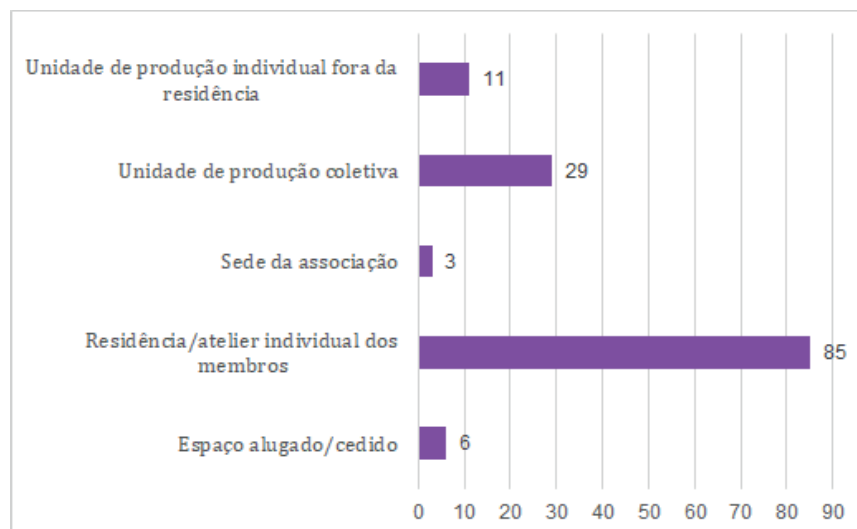
Vimos que os representantes de grupo, em sua maioria, são artesãos (**94 respondentes - 82%**), que podem assumir outras funções de relevância no coletivo, a exemplo da gestão (34,3%) e articulação (6%). Temos um percentual de 11% de representantes que são gestores, presidentes ou fundadores, não se envolvendo com a produção artesanal diretamente. Além disso, o gráfico mostra que 3,7% só faz articulação e outros 14,9% assumem mais de duas funções já citadas ou atividades não listadas na pergunta, tais como: secretaria, tesouraria e treinamento.

Classificação do grupo quanto à forma de organização



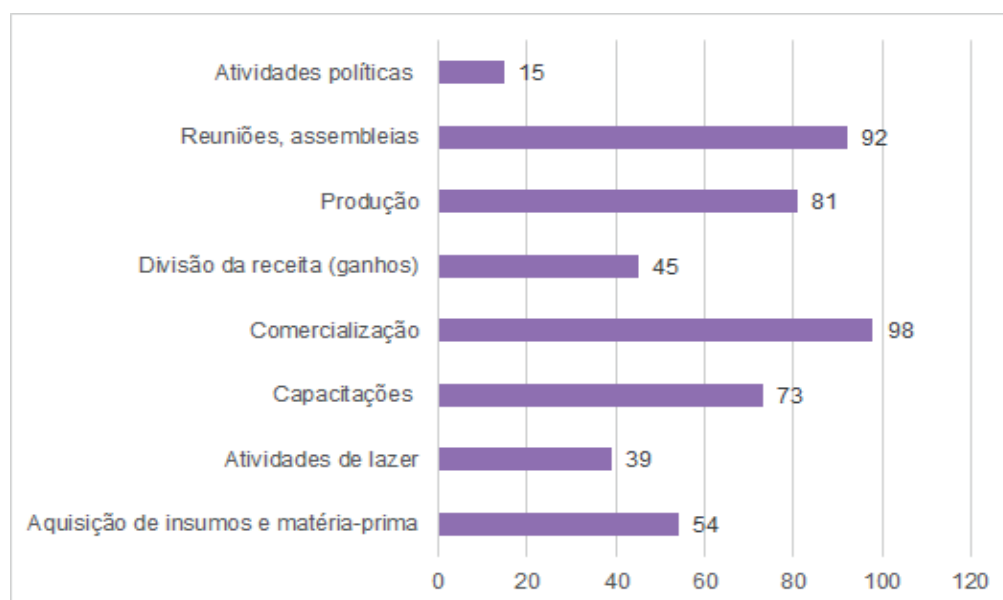
Quanto à classificação, nossa amostragem traz 54% de associações (72 respondentes) e 32% de grupos informais (43 respondentes). Redes e cooperativas somam 11% e outros agrupam 3% do total. Na categoria outros, aparecem um sindicato e uma produtora cultural.

Qual o espaço de produção do grupo?



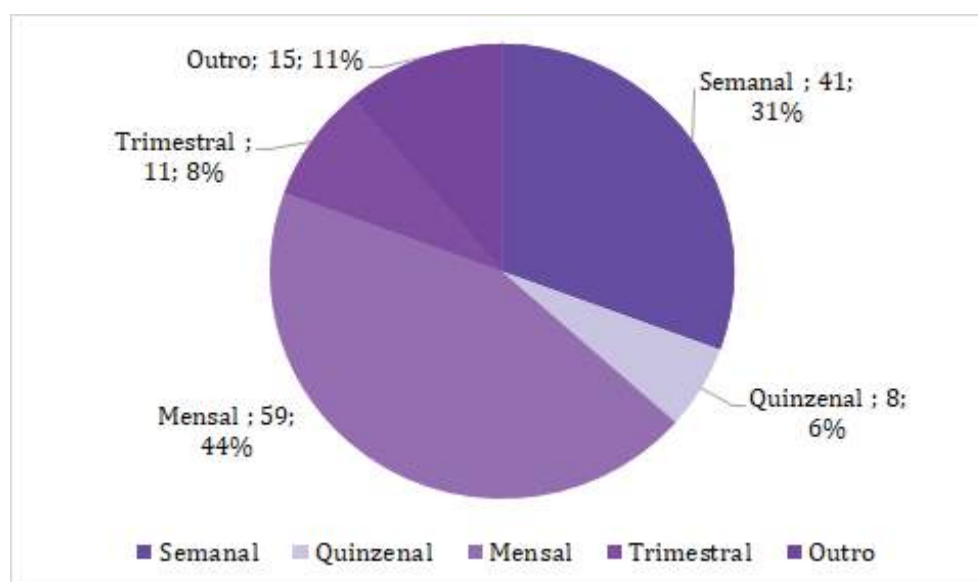
Como vimos nos resultados da pesquisa individual, o mais comum é que o artesão produza em sua residência ou atelier pessoal. Essa realidade não muda no contexto de grupo, com **71,6%** produzindo em unidade individual dentro ou fora da sua residência e apenas **28,4%** que utiliza a unidade de produção coletiva do grupo, sede ou espaço alugado para produzir.

Quais das atividades listadas abaixo, o grupo desenvolve de forma coletiva?



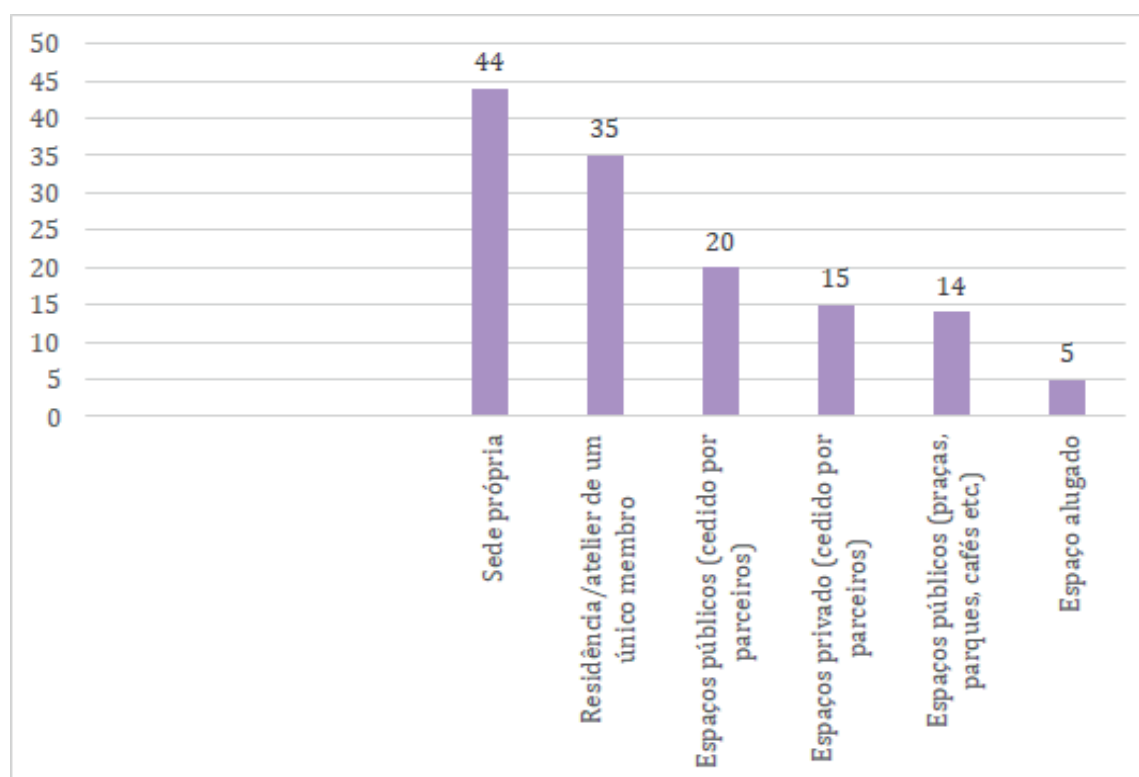
O gráfico acima revela que há duas atividades centrais, que mobilizam os profissionais a se organizarem em grupos ou associações: a produção artesanal (**81 registros**) e a sua comercialização (**98 registros**). Em seguida, vimos que a capacitação (73 registros) e a aquisição de insumos e matéria-prima (54 registros) também aparecem com destaque. Entendemos que as reuniões e assembleias são citadas pela importância que têm no processo de articulação do trabalho em grupo. Percebemos, ainda, que a divisão de receita (ganhos) só é citada por 33,5% da amostragem.

Qual a frequência dos encontros presenciais do grupo?

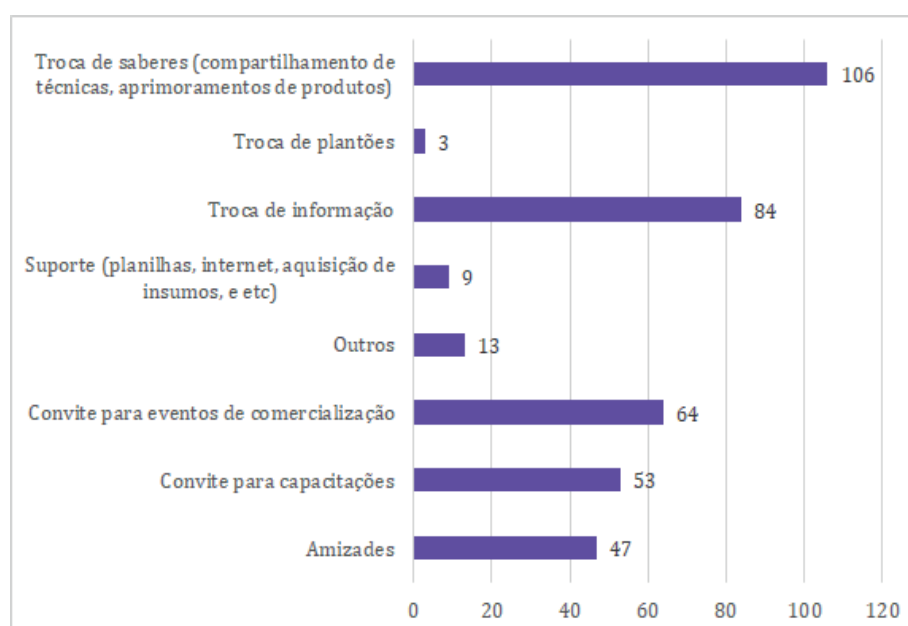


Nesta amostragem, vimos que **50%** dos grupos se reúnem com uma periodicidade quinzenal ou mensal, e **31%** semanalmente. Se a produção, uma das principais atividades dos coletivos, ocorre para a maioria em espaços individuais, esse dado alinha-se ao anterior e mostra que os grupos promovem outras ações que demandam certa regularidade, como reuniões, feiras, treinamentos, dentre outros.



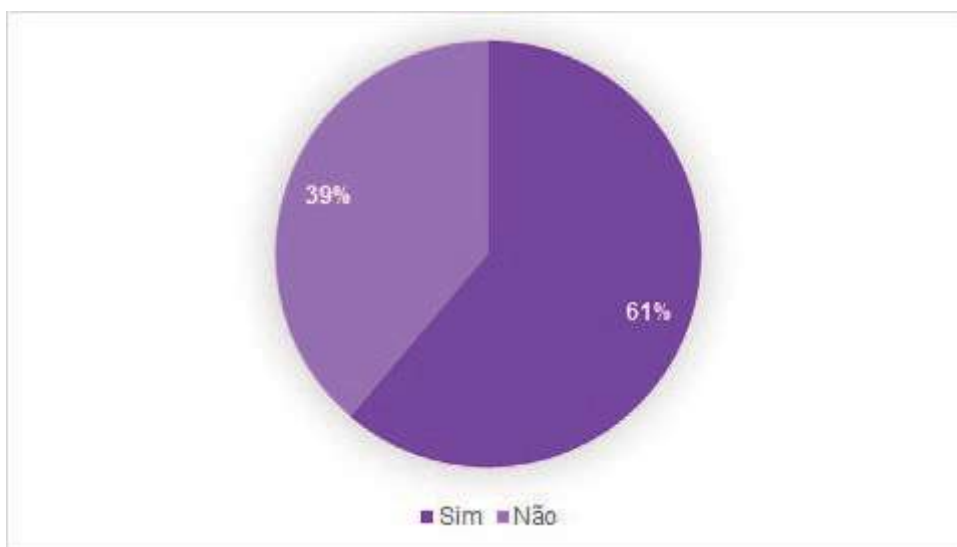
Qual o local de realização dos encontros presenciais do grupo?

Os encontros ocorrem na sede da organização (**32,8%**), na residência ou atelier de um dos membros (**26,11%**), podendo também acontecer em espaços cedidos (**26,11%**), espaços públicos (**10,4%**) ou alugado (**4,6%**). Vimos que $\frac{1}{3}$ dos grupos precisa solicitar apoio de parceiros governamentais ou privados para manter seus encontros.

O que te motiva a participar do grupo produtivo?

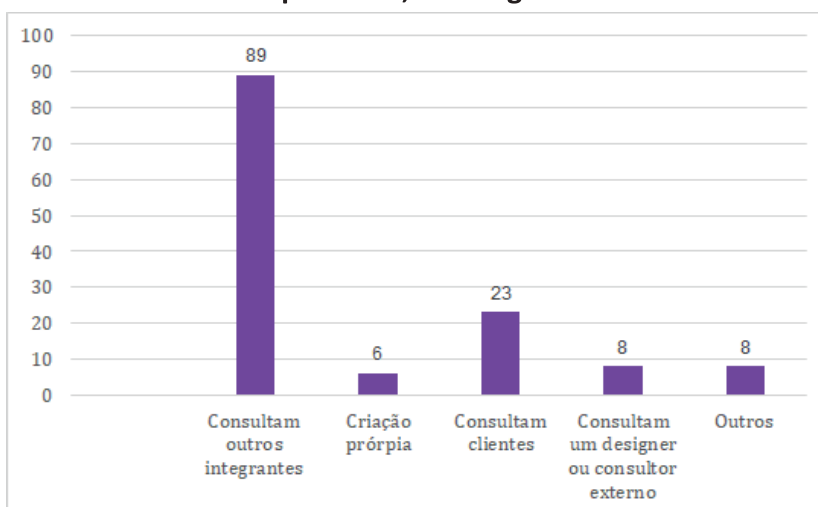
Para os representantes que responderam à pesquisa, os grupos são espaços de aprendizagem, visto que **79,1%** citaram como motivação a “troca de saberes” e **62,7%** escolheram a “troca de informações”. Em terceiro lugar, aparece “convite para eventos de comercialização” e “convite para capacitações” (47,7% e 39,5%). As “amizades” são apontadas por 47 respondentes como uma das motivações para participação nos grupos.

Existe a produção integrada de algum produto?



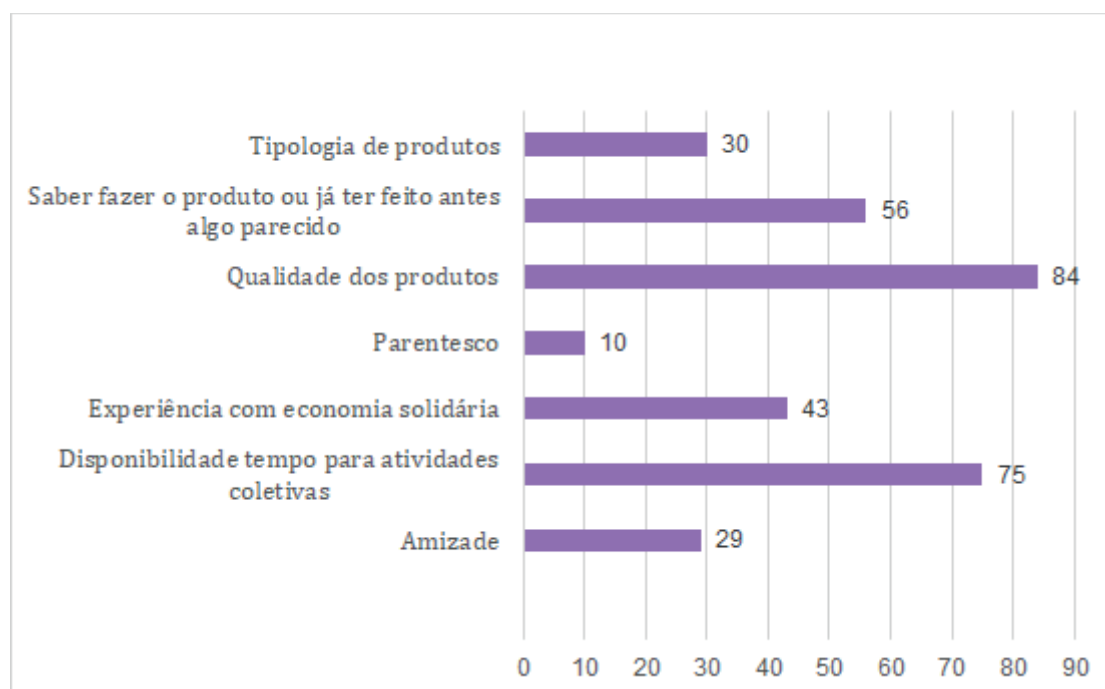
Este gráfico revela que **61%** dos grupos possuem, pelo menos, um produto que é elaborado de forma coletiva. Com isso podemos supor que haja colaboração em relação ao uso de matéria-prima, compartilhamento de técnicas, design do produto final, dentre outros aspectos que permeiam a produção e comercialização deste produto.

Para desenvolver os produtos, os integrantes:



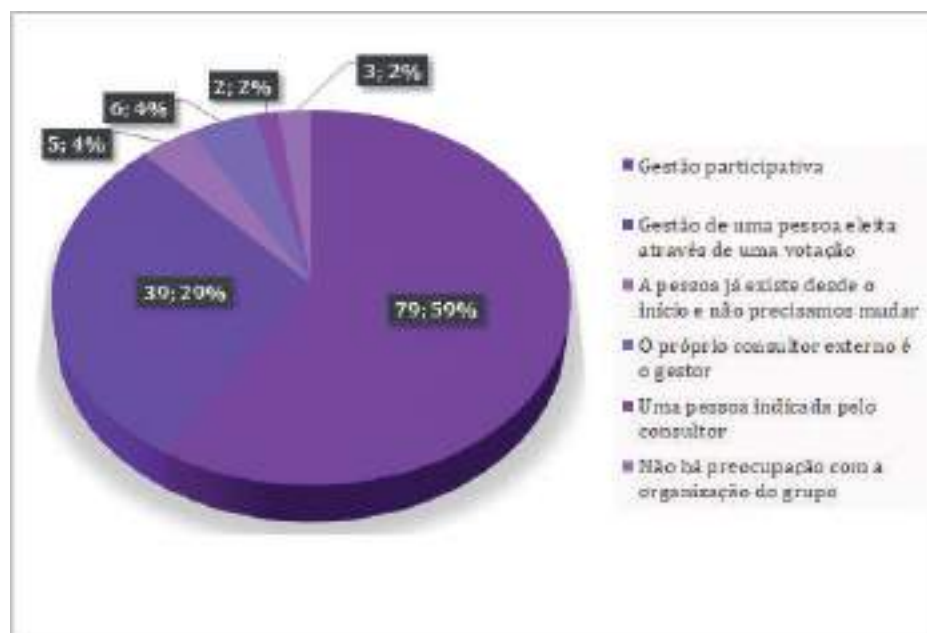
Outro aspecto muito relevante, no que diz respeito à produção artesanal e ao papel dos membros do grupo, aparece neste gráfico, em que 89 respondentes (**66,4%**) afirmam consultar outros integrantes no momento da produção. Além disso, 23 respondentes (**17,1%**) consultam clientes e 8 grupos (**5,9%**) consultam um profissional de design. Estas respostas também reforçam a percepção de que o grupo é uma referência de qualidade do produto, através da troca de saberes e experiências.

Quais são os critérios para adesão de novos membros ao grupo?



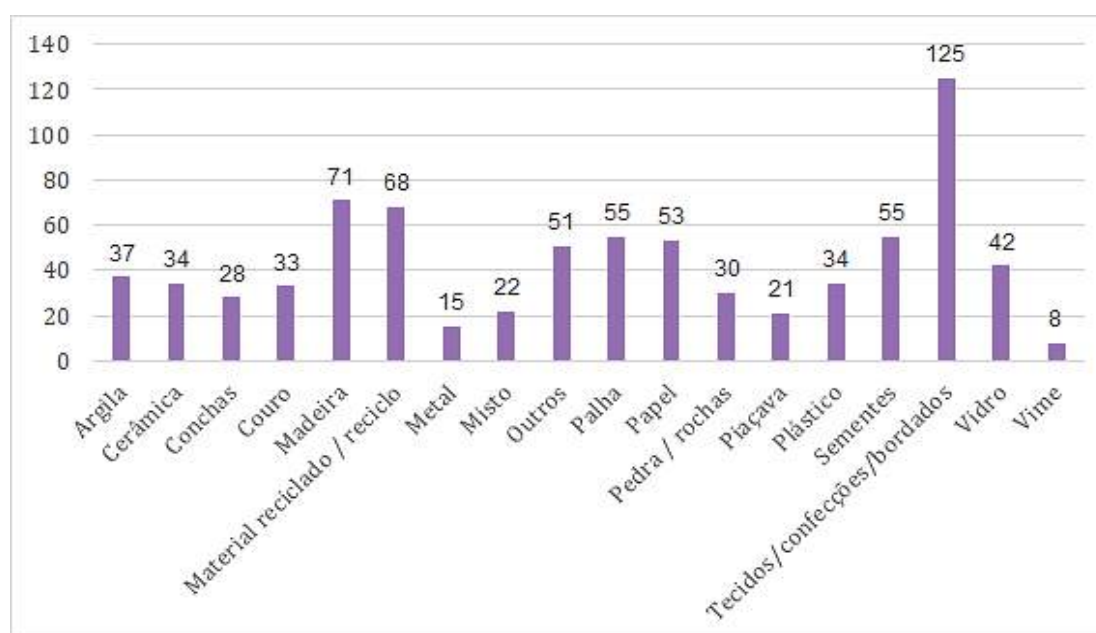
Para fazer parte de um grupo, o artesão precisa demonstrar, entre seus pares, a qualidade do seu trabalho expresso em produtos (**84 registros**), no acabamento das peças (**56 registros**) ou a tipologia do produto (**30 registros**). Porém, outro aspecto relevante, foi demonstrar disponibilidade de tempo para as atividades coletivas (**75 registros**) e experiência com a economia solidária (**43 registros**). A amizade e o parentesco aparecem como uma oportunidade para ingressantes, totalizando **39 registros**.

Como ocorre a gestão do grupo produtivo:



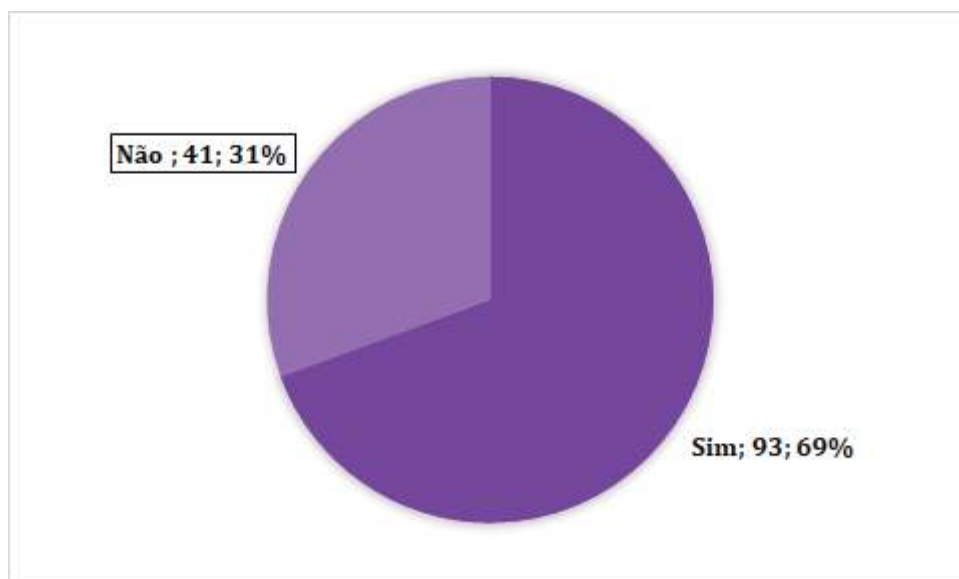
Quanto ao modelo de gestão, **59%** dos grupos diz que desenvolve uma gestão participativa, com decisões e processos colaborativos entre os membros. Um percentual de **29%** tem uma gestão democrática, com um representante eleito por votação. Vimos que um pequeno percentual, de **12%** dessa amostragem, tem uma gestão técnica (consultor ou indicação) ou não tem desenvolvido estratégias de organização do grupo.

Quais os TIPOS de materiais utilizados na produção do grupo?

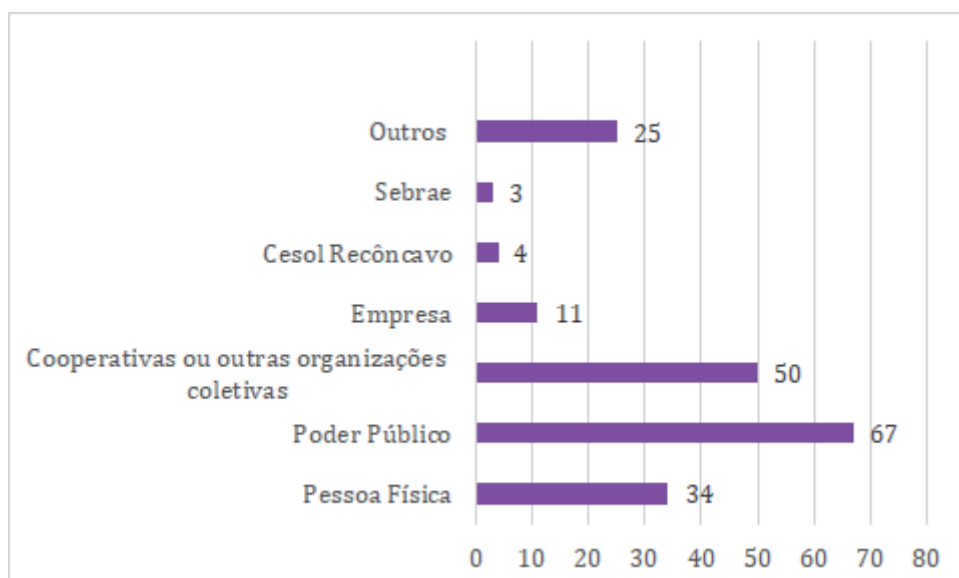


Sabemos que a Bahia possui enorme variedade de tipologias artesanais e, nesta pesquisa, alguns materiais têm aparecido de forma predominante, é o caso dos tecidos/confecções/bordados (**125 citações**) e madeira (**71 citações**). Destaca-se também o material reciclado que aparece com **68 registros**, e evidencia um segmento de mercado. Como vimos, esses dados corroboram com o resultado da pesquisa individual com os artesãos, em que esses três materiais estão no topo da lista.

Algum agente externo auxilia o grupo?



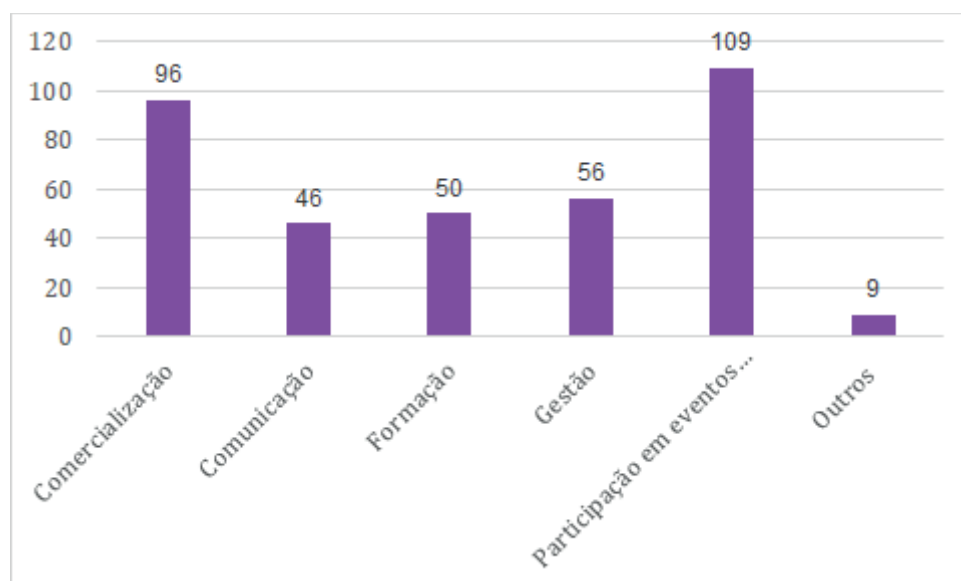
Se você respondeu sim, caracterize o(s) tipo(s) de agente(s) parceiro(s)



No primeiro gráfico, observamos que mais da metade da amostra, **69%**, afirma que possui ajuda de agente externo nas suas atividades e apenas **31%** não possui. Dentre esses atores, o poder público aparece em primeiro lugar com **67 registros**, seguido de cooperativas ou organizações coletivas,

com **50 registros**. Pessoas físicas têm colaborado com o artesanato, aparecendo em **34 registros**, bem como empresas, com **11 registros**. Percebemos que o Cesol Recôncavo aparece de forma isolada, embora seja uma política do Governo do Estado, através da SETRE, e outras instituições e órgãos públicos e do terceiro setor foram igualmente citadas em “Outros”. Esse “erro” no registro da informação pode sugerir que algumas políticas de apoio ao artesanato deve ser melhor comunicadas.

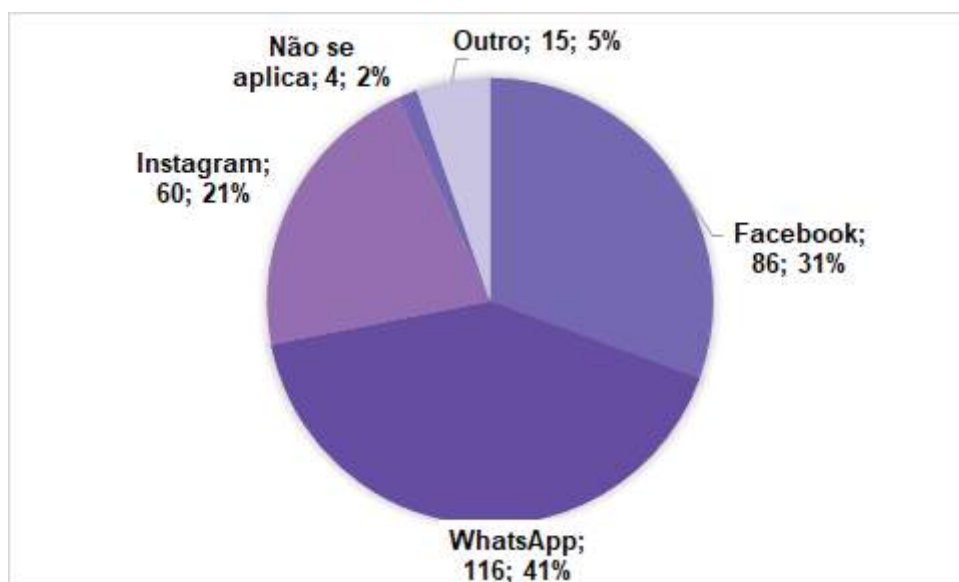
Quais as principais áreas de auxílio de agente externo ao grupo?



O auxílio oferecido pelo agente externo tem focalizado mais as ações participação em eventos (feiras, mostras, festivais e similares), com **109 registros**, e a comercialização, com **96 registros**. Atividades de gestão (**56 registros**), formação (**50 registros**) e comunicação (**46 registros**) aparecem em seguida.



Quais as principais redes sociais utilizadas pelo empreendimento, para comunicação externa?



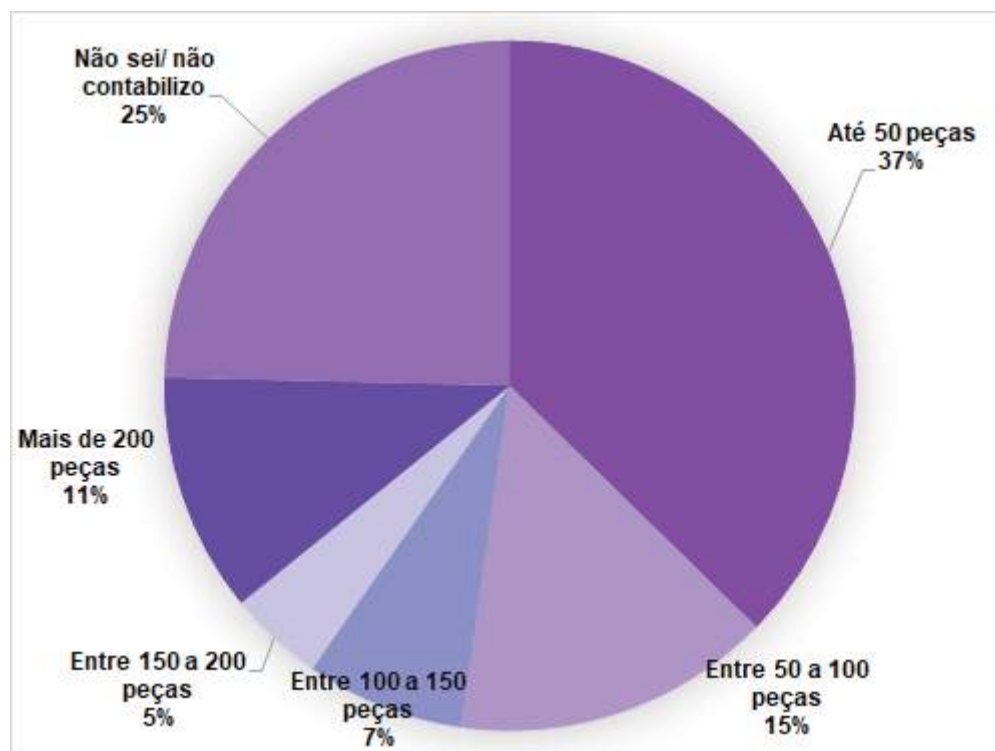
A amostra revela que os grupos já estão acessando a internet com mais facilidade e iniciando suas atividades nas redes sociais. O whatsapp aparece com **41%** dos registros, seguido do Facebook, com **31%**, e Instagram, com **21%**. Um pequeno percentual da amostra (**7%**) não utiliza redes sociais ou cita outros canais de comunicação digital ou não, tais como e-mail, telefone e comunicação presencial, boca a boca.

Qual o tipo de utilização das redes sociais?



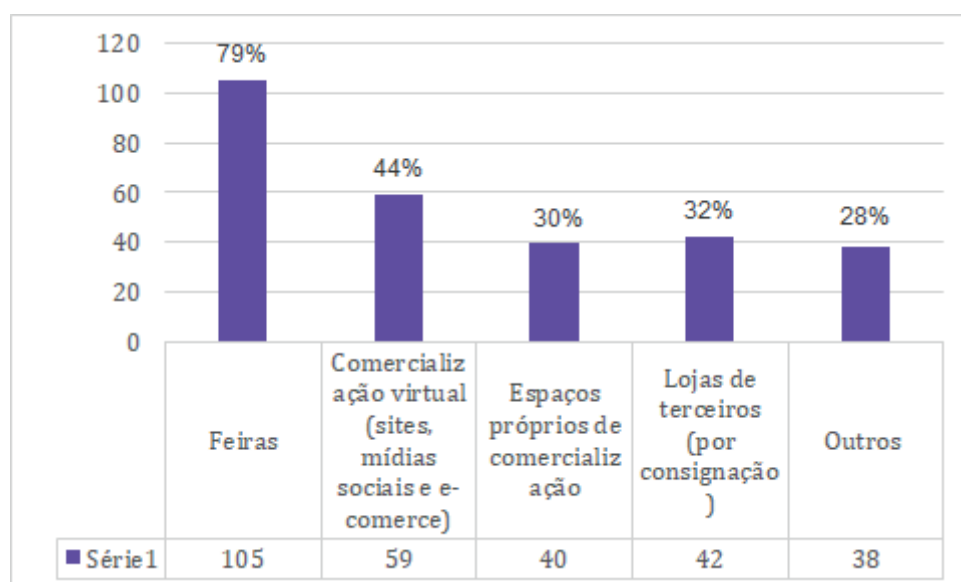
A participação desses grupos nas redes sociais tem ocorrido de forma espontânea, para divulgação de produtos e eventos (**34%**), publicação de informações do grupo (**28%**) ou venda de produtos (**23%**). Existe, como veremos adiante, uma expectativa dos grupos em dominar técnicas de comunicação e marketing digital, para potencializar o usos dessas ferramentas, que já despontam no mundo inteiro como canal efetivo de vendas.

Qual a produção mensal do grupo?

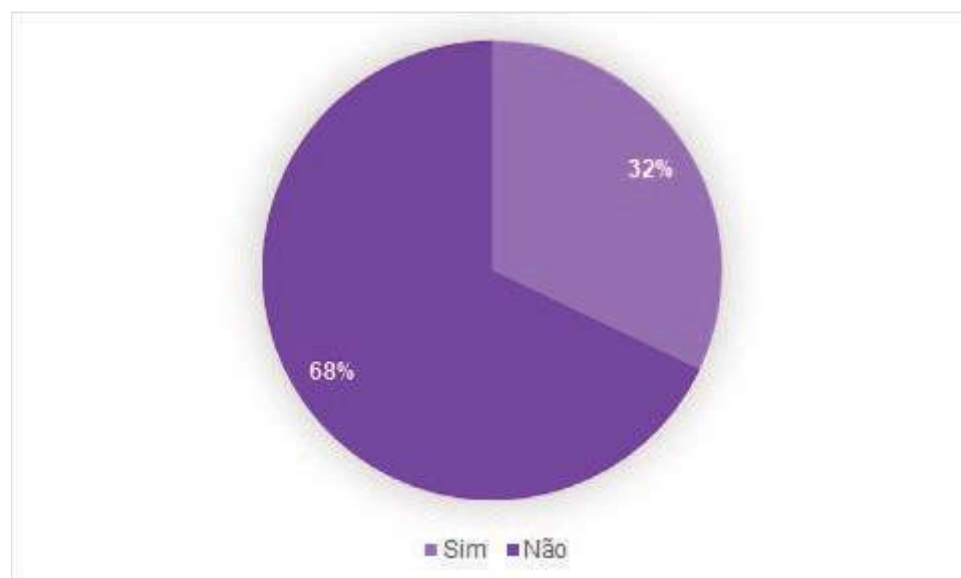


A produção dos grupos não difere muito do resultado encontrado na pesquisa individual, que revela que o menor número de peças tem o maior percentual de respostas. O percentual de **37%** dos respondentes diz que o grupo produz até 50 peças, seguido de “não sei informar ou não contabilizo”, com **25%** das respostas. **15%** afirma que produz entre 50 a 100 peças e **11%** produz mais de 200 peças por mês.

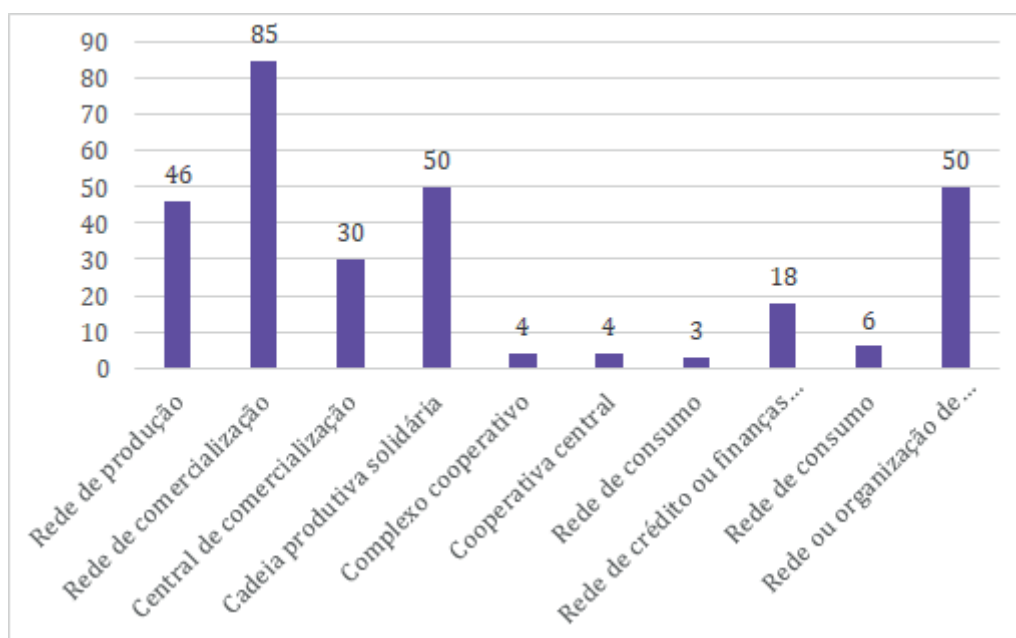


Quais os espaços de comercialização do grupo?

Os grupos têm nas feiras locais e regionais seu principal meio de escoamento da produção, aparecendo em **105 registros**, seguido pela comercialização digital, que já aparece com **59 registros**, ultrapassando as lojas e espaços próprios de comercialização.

O grupo participa de alguma rede de produção, comercialização, consumo ou crédito?

Se a resposta foi sim, especifique na listagem abaixo



Um percentual expressivo, **68%** da amostra, não participa de nenhuma rede, que focalize a produção, comercialização, consumo ou crédito para o segmento de artesanato. Dos **32%** que participam dessas estruturas horizontais, a comercialização aparece como principal, com **85 registros**, seguida de “cadeia produtiva solidária” e “rede ou organização de comércio justo e solidário”, ambos com **50 registros**.

Qual o volume de vendas comercializado por mês pelo grupo?

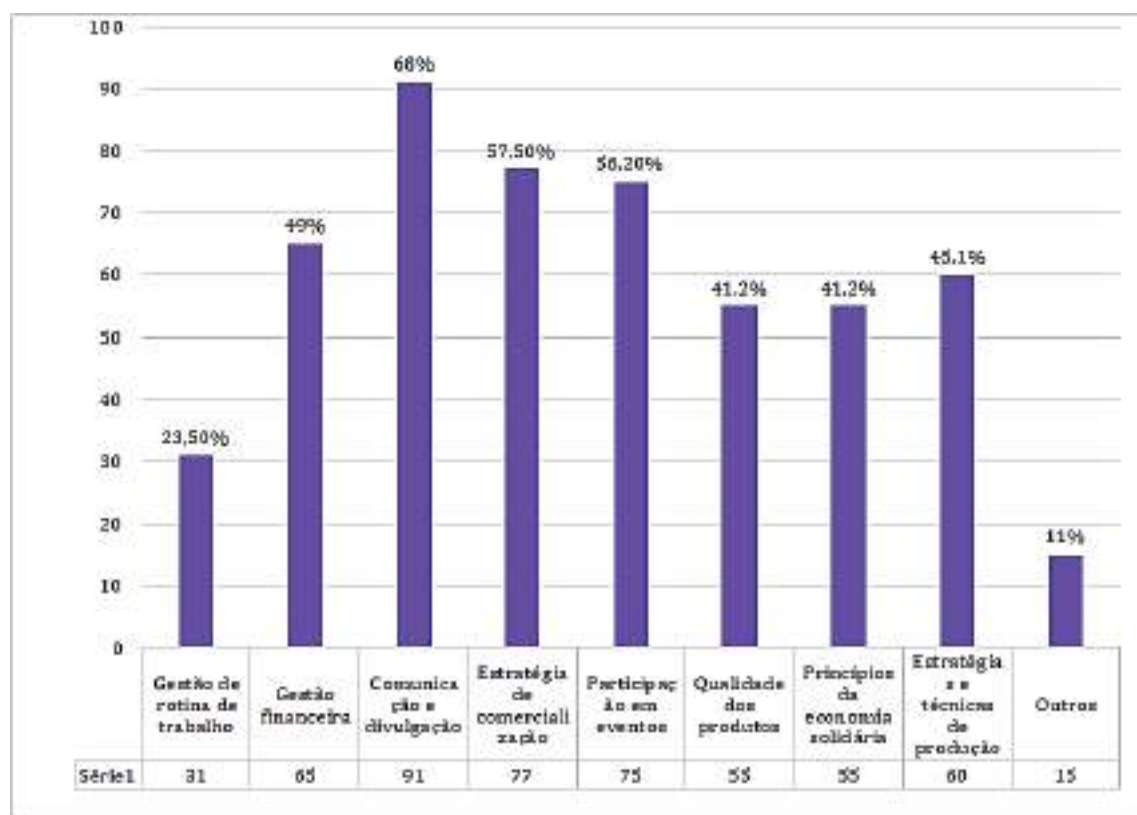


Faturamento e volume de vendas são temas delicados numa pesquisa, pois geram desconfiança e muitos respondentes não costumam informar os dados corretamente. O maior percentual de resposta, **37%**, é de quem não sabe ou não



deseja informar sobre o assunto. Um número perto do coletado na pesquisa individual, com **33%**, afirma faturar até R\$ 1.000,00 por mês. Um percentual de **13%** da amostra têm rendimento entre R\$ 1.000,00 e R\$ 3.000,00, e 2% a 4% varia de R\$ 3.000,00 a R\$ 10.000,00.

Para você, em que área(a) o grupo poderia se aprimorar?



Vivemos na era digital e na sociedade da informação. Ter presença online, seja através de sites ou páginas nas redes sociais, fortalece a identidade das pessoas, grupos e instituições. Essa necessidade, aliada à prioridade da comercialização, faz com que os três principais temas de interesse dos grupos sejam a “Comunicação e Divulgação”, com **68%**, a “Estratégia de comercialização”, com **57,5%**, e a “Participação em eventos”, com **56,2%**. A produção e qualidade do produto, bem como as estratégias de melhoria da gestão financeira e da economia solidária aparecem na sequência, também com expressivo número de interessados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio. **Programa do Artesanato Brasileiro**. Brasília, MDIC, 2012.

FISCHER, Tânia. **Maestria em Artes e Ofícios Populares**: mapeamento dos mestres-artesãos e seus saberes populares no território do Sisal/BA. Salvador: FAPESB, 2007.

FISCHER, Tânia; SOARES, Rodrigo Mauricio Freire. **Catálogo dos mestres em artes e ofícios populares**: território do Sisal/Bahia. Salvador: EDUFBA, 2010. 98 p.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 3. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

INSTITUTO DE ARTESANATO VISCONDE DE MAUÁ. **Relatório de Conceituação Técnica do Artesanato Baiano**. Salvador: IAVM, 2008.

LIMA, R. G. Artesanato em debate: Paulo Keller entrevista Ricardo Gomes Lima. In: Revista Pós Ciências Sociais, v. 8, n. 15, jan./jun. 2011.

LIMA, Ricardo Gomes. Artesanato de tradição: cinco pontos em discussão. In: ARTESOL. **Olhares itinerantes**: reflexões sobre artesanato e consumo da tradição. São Paulo: Central Arte Sol, 2005.

MELLO, C. I.; FROEHLIC, J. M. Artesanato tradicional rural e desenvolvimento territorial no Brasil – uma análise do estado da arte. In: Revista Antropolítica, Niterói, n. 39, p. 150-182, 2. sem. 2015.

INSTITUTO DE ARTESANATO VISCONDE DE MAUÁ. **Artesanato Baiano**: conceituação. Salvador: IAVM, 2009. [Apresentação em Slide] Microsoft Office PowerPoint.

SEBRAE. Serviço de apoio às micro e pequenas empresas. Centro SEBRAE de referência do artesanato brasileiro. 11 mar 2016. Disponível em: Acesso em 21 mar 2016a.

SENNETT, Richard. **O Artífice**. São Paulo: Record. Trad. Clovis Marques, 2009.

SILVA, Heliana Marinho da. Por uma teorização das organizações de produção artesanal: habilidades produtivas nos caminhos singulares do Rio de Janeiro. Tese de doutorado. Rio de Janeiro: FGV, 2006.







APÊNDICE

LISTAGEM DE COMPRADORES

AMANTIQUIRA - BFMC COMÉRCIO DE MÓVEIS E ARTIGOS DE DECORAÇÃO LTDA

ANESSO - ANNESSO DCORAÇÕES E PRESENTES LTDA ME

ANESSO PINHEIROS

ARMAZÉM DÉCOR - LUIZ GOMES GARRIDO

ARTE TRIBAL - ARTE TRIBAL LTDA ME

ATELIER NA RUA - ATELIER NA RUA LTDA ME

AXÉ BRASIL - AXE BRASIL COMERCIO DE CONFECÇÕES E ARTESANATOS LTDA

BRASIL AÇU - BRASILAÇU COMÉRCIO LTDA

BRASILEIRINHO - BRASILEIRINHO ARTE E MÓVEIS DO BRASIL LTDA

CIA DA LUA - MARCELO A C ALVES ME

COISAS DA BAHIA - AIDA SILVA ROLLEMBERG

COISAS DA CAROL - SANDRA ZAMBON

CORES DO BRASIL - ELIZABETH PEREIRA VASSILIOU ME

DIVINO'S - MARISTELA GORAYEB ME

ENCAN

TO DO TEAR - MARIA DO CARMO SOARES CAVALCANTE-ME

FLOR DO FORTE - MOISES MARQUES SILVA

FREE BAHIA - JOVIL VAREJO DE PRESENTES LTDA

FUCHIC - ANNY MEGHERDIJIAN DARAKJIAN ME

GALERIA ARTE BRASILEIRA - GALERIA ARTE BRASILEIRA LTDA

GALERIA PONTO DAS ARTES - OCHIN ARTES E TAPETES ORIENTAIS LTDA

M DEPÓSITO DE ARTE - M COMERCIO DE ARTE

MÃO BRASILEIRA - LUIZ FERNANDO PONTES

MARCO 500 - MARCO 500 COMERCIO E SERVIÇOS LTDA – ME

MARIA BONITA ARTES BRASILEIRAS

OBJEKTI - OBJEKTI COMERCIAL EIRELI

PROJETO TERRA – PROJETO TERRA LTDA

ROUPARIA CARIOCA - PERFIL 107 CAMA E MESA LTDA

TAUÁ - DECOR ARTIGOS MOBILIÁRIOS

TOK STOK - ESTOK COMÉRCIO E REPRESENTAÇÕES LTDA

YBAKA - YBAKA COMÉRCIO, IMPORTAÇÃO, EXPORTAÇÃO EIRELI – ME

ZAMBÊ - ZAMBE BRASIL LIMITADA ME

Empresas Participantes

AMANTIQUIRA – BFMC COMÉRCIO DE MÓVEIS E ARTIGOS DE DECORAÇÃO LTDA

CNPJ: 08.051.363/0001-68
Razão Social: BFMC COMÉRCIO DE MÓVEIS E ARTIGOS DE DECORAÇÃO LTDA
Endereço: LARGO SÃO SEBASTIÃO, 47
Bairro: SÃO FRANCISCO XAVIER **Município:** SÃO JOSÉ DOS CAMPOS **CEP:** 12.249-017
Estado: SÃO PAULO **País:** BRASIL
Telefone 1: (11) 3926-1886 **Telefone 2:** **Fax:**
E-mail: marina@amantiquira-sfx.com.br **Home Page:**
Contato: MARINA CARVALHO / CAIO FERREIRA
Departamentos: **Comercial:** MARINA CARVALHO (marina@amantiquira-sfx.com.br)

- Produtos para Compra

TECELAGEM, ARTESANATO EM CERÂMICA, PEÇAS EM MADEIRA, RENDA DE BILRO E BORDADOS, ARTESANATO EM FIBRAS NATURAIS, ESCULTURAS EM PEDRAS, TÉCNICAS DIVERSAS: PAPEL MACHÊ, TECIDO, BAMBU E RECICLADO

ANESSO - ANESSO DECORAÇÕES E PRESENTES LTDA ME

CNPJ: 24.870.278/0001-88
Razão Social: ANESSO DECORAÇÕES E PRESENTES LTDA ME
Endereço: AV. COTOVIA, 516
Bairro: INDIANÓPOLIS **Município:** SÃO PAULO **CEP:** 45.170-01
Estado: SÃO PAULO **País:** BRASIL
Telefone 1: (11) 3023-5612 **Telefone 2:** 11 99127-2120 **Fax:**
E-mail: denisespada@annesso.com.br **Home Page:** www.annesso.com.br
Contato: DENISE SPADA
Departamentos: **Comercial:** DENISE SPADA (denisespada@annesso.com.br)

- Produtos para Compra

ARTESANATO EM CERÂMICA, PEÇAS EM MADEIRA, BIOJÓIAS, ARTESANATO EM FIBRAS NATURAIS, PEÇAS EM METAL, ESCULTURAS EM PEDRAS, TÉCNICAS DIVERSAS: PAPEL MACHÊ, TECIDO, BAMBU E RECICLADO

ANESSO PINHEIROS

CNPJ: 24.870.278/0002-69
Razão Social: ANESSO DECORAÇÕES E PRESENTES LTDA ME
Endereço: RUA SIMÃO ALVARES, 963
Bairro: PINHEIROS **Município:** SÃO PAULO **CEP:** 05417-030
Estado: SÃO PAULO **País:** BRASIL
Telefone 1: (11) 3032-2555 **Telefone 2:** **Fax:**
E-mail: loja@annesso.com.br **Home Page:** www.annesso.com.br
Contato: EDVARD LUIZ APARECIDO DA SILVA

Departamentos: Comercial : EDVARD LUIZ APARECIDO DA SILVA (loja@annesso.com.br)

- Produtos para Compra

ARTESANATO EM CERÂMICA, PEÇAS EM MADEIRA, BIOJÓIAS, ARTESANATO EM FIBRAS NATURAIS, PEÇAS EM METAL, ESCULTURAS EM PEDRAS, TÉCNICAS DIVERSAS: PAPEL MACHÊ, TECIDO, BAMBU E RECICLADO

ARMAZÉM DECOR

CNPJ: 30.792.021/0001-58

Razão Social: LUIZ GOMES GARRIDO

Endereço: RUA JOÃO GOMES, 87 LJ B 10/11, FREE SHOP RIO VERMELHO

Bairro: RIO VERMELHO **Município:** SALVADOR

CEP:

41950-640 **Estado:** BAHIA **País:** BRASIL

Telefone 1: (71) 99294-0686 **Telefone 2:** (71) 98742-4060 **Fax:**

E-mail: lulagarrido@gmail.com **Home Page:**

Contato: LUIZ GOMES GARRIDO

Departamentos: Comercial : LUIZ GOMES GARRIDO (lulagarrido@gmail.com)

- Produtos para Compra

TECELAGEM, ARTESANATO EM CERÂMICA, PEÇAS EM MADEIRA, BIOJÓIAS, RENDA DE BILRO E BORDADOS, ARTESANATO EM FIBRAS NATURAIS, PEÇAS EM METAL, ESCULTURAS EM PEDRAS, TÉCNICAS DIVERSAS: PAPEL MACHÊ, TECIDO, BAMBU E RECICLADO

ARTE TRIBAL - ARTE TRIBAL LTDA ME

CNPJ: 03.551.341/0001-43

Razão Social: ARTE TRIBAL LTDA ME

Endereço: RUA HADDOCK LOBO 1307 LOJA 26

Bairro: JARDINS **Município:** SÃO PAULO **CEP:** 01414-003

Estado: SÃO PAULO **País:** BRASIL

Telefone 1: (11) 99935-3440 **Telefone 2:** (11) 3081.8170

E-mail: artetribal@hotmail.com **Home Page:**

Contato: CHRISTINE DE MENDONÇA (artetribal@hotmail.com)

Departamentos: Comercial : CHRISTINE DE MENDONÇA (artetribal@hotmail.com)

- Produtos para Compra

TECELAGEM, ARTESANATO EM CERÂMICA, PEÇAS EM MADEIRA, BIOJÓIAS, ARTESANATO EM FIBRAS NATURAIS, TÉCNICAS DIVERSAS: PAPEL MACHÊ, TECIDO, BAMBU E RECICLADO, ARTESANATOS EM GERAL.

ATELIER NA RUA - ATELIER NA RUA LTDA ME

CNPJ: 04.679.912/0001-92

Razão Social: ATELIER NA RUA LTDA ME

Endereço: RUA INACIO LUIS PINTO 399

Bairro: ALTO DA BOA VISTA **Município:** RIBEIRÃO PRETO **CEP:** 14025-680

Estado: SÃO PAULO **País:** BRASIL

Telefone 1: (16) 98169-7917 **Telefone 2:**

E-mail: ateliernarua@ateliernarua.com.br **Home Page:**

Contato: SUELY MACHADO ROCHA FERRARI / ANDRÉ ROCHA DE ANDRADE FERRARI

Departamentos: Comercial : SUELY MACHADO ROCHA FERRARI / ANDRÉ ROCHA DE ANDRADE FERRARI (ateliernarua@ateliernarua.com.br)

- Produtos para Compra

TECELAGEM, ARTESANATO EM CERÂMICA, PEÇAS EM MADEIRA, BIOJÓIAS, RENDA DE BILRO E BORDADOS, ARTESANATO EM FIBRAS NATURAIS, PEÇAS EM METAL, ESCULTURAS EM PEDRAS, TÉCNICAS DIVERSAS: PAPEL MACHÊ, TECIDO, BAMBU E RECICLADO

AXÉ BRASIL - AXE BRASIL COMERCIO DE CONFECÇÕES E ARTESANATOS LTDA.

CNPJ: 18.426.036/0001/05

Razão Social: AXÉ BRASIL COMÉRCIO DE CONFECÇÕES E ARTESANATOS LTDA

Endereço: RUA PORTAS DO CARMO 07

Bairro: PELOURINHO **Município:** SALVADOR **CEP:** 40026-290

Estado: SALVADOR **País:** BRASIL

Telefone 1: (71) 3321-7679 **Telefone 2:**

E-mail: pelomania@gmail.com **Home Page:**

Contato: LEONICE LEITE

Departamentos: Comercial : LEONICE LEITE (leo.turismo@gmail.com)

- Produtos para Compra

ARTESANATO EM CERÂMICA, PEÇAS EM METAL

BRASIL AÇU – BRASIL AÇU COMERCIO LTDA

CNPJ: 05.943.044/0002-50
Razão Social: BRASIL AÇU – BRASILAÇU COMÉRCIO LTDA
Endereço: RUA DA MISERICÓRDIA, N 7 LJ 2
Bairro: CENTRO HISTÓRICO **Município:** SALVADOR **CEP:** 40020-200
Estado: BAHIA **País:** BRASIL
Telefone 1: (71) 3266-3099 **Telefone 2:** (71) 98887-4614 **Fax:**
E-mail: contato@brasilacu.com.br **Home Page:**
Contato: MIRIAM NERY / MARINA MOCCELIN NERI
Departamentos: **Comercial :** MIRIAM NERY (mmneri@terra.com.br), MARINA MOCCELIN NERI (marinam_neri@hotmail.com)
- Produtos para Compra

TECELAGEM, ARTESANATO EM CERÂMICA, PEÇAS EM MADEIRA, BIOJÓIAS, RENDA DE BILRO E BORDADOS, ARTESANATO EM FIBRAS NATURAIS, PEÇAS EM METAL, ESCULTURAS EM PEDRAS, TÉCNICAS DIVERSAS: PAPEL MACHÊ, TECIDO, BAMBU E RECICLADO

BRASILEIRINHO - BRASILEIRINHO ARTE E MÓVEIS DO BRASIL LTDA

CNPJ: 10.567.731/0001-77
Razão Social: BRASILEIRINHO ARTE E MÓVEIS DO BRASIL LTDA
Endereço: AV. GOVERNADOR ISRAEL PINHEIRO 555A
Bairro: VÁRZEA DE BAIXO **Município:** TIRADENTES
CEP: 36325000
Estado: MINAS GERAIS **País:** BRASIL
Telefone 1: (32)3355-1577 **Telefone 2:** **Fax:**
E-mail: compras.brasileirinhotiradentes@yahoo.com.br **Home Page:** www.brasileirinhotiradentes.com.br
Contato: PRISCILA COSTA DE ARAÚJO / ANDRÉ MARCOS MALTA
Departamentos: **Comercial :** PRISCILA COSTA DE ARAÚJO / ANDRÉ MARCOS MALTA (compras.brasileirinhotiradentes@yahoo.com.br)
- Produtos para Compra

TECELAGEM, ARTESANATO EM CERÂMICA, PEÇAS EM MADEIRA, BIOJÓIAS, RENDA DE BILRO E BORDADOS, ARTESANATO EM FIBRAS NATURAIS, PEÇAS EM METAL, ESCULTURAS EM PEDRAS, TÉCNICAS DIVERSAS: PAPEL MACHÊ, TECIDO, BAMBU E RECICLADO, BOLSAS, ACESSÓRIOS

CIA DA LUA - MARCELO A C ALVES ME

CNPJ: 03.982.948/0001-88
Razão Social: CIA DA LUA – MARCELO A C ALVES ME
Endereço: BOSQUE FLAMBOYANTS S/N
Bairro: VILA DOS REMÉDIOS **Município:** FERNANDO DE NORONHA
CEP: 53990-000
Estado: PERNAMBUCO **País:** BRASIL
Telefone 1: (84) 98807-3781 **Telefone 2:** **Fax:**
E-mail: contato@ciadalua.com.br **Home Page:**
Contato: MARCELO AUGUSTO CARVALHO ALVES / ANA BEATRIZ FURTADO GOULART
Departamentos: **Comercial :** MARCELO AUGUSTO CARVALHO ALVES / ANA BEATRIZ FURTADO GOULART (contato@ciadalua.com.br)
- Produtos para Compra

TECELAGEM, ARTESANATO EM CERÂMICA, PEÇAS EM MADEIRA, BIOJÓIAS, ARTESANATO EM FIBRAS NATURAIS, PEÇAS EM METAL, TÉCNICAS DIVERSAS: PAPEL MACHÊ, TECIDO, BAMBU E RECICLADO

COISAS DA BAHIA - AIDA SILVA ROLLEMBERG

CNPJ: 15.359.766/0001-34
Razão Social: COISAS DA BAHIA – AIDA SILVA ROLLEMBERG
Endereço: RUA PASSARGADA, S/N - HOTEL DEVILLE
Bairro: ITAPUÃ **Município:** SALVADOR **CEP:** 41.620-430
Estado: BAHIA **País:** BRASIL
Telefone 1: (71) 99956-0807 **Telefone 2:** **Fax:**
E-mail: coisasdabahia@oi.com.br **Home Page:**
Contato: AIDA SILVA ROLLEMBERG
Departamentos: **Comercial:** AIDA SILVA ROLLEMBERG (coisasdabahia@oi.com.br)
- Produtos para Compra

TECELAGEM, TÉCNICAS DIVERSAS: PAPEL MACHÊ, TECIDO, BAMBU E RECICLADO, BONECAS E CERAMICA

COISAS DA CAROL - SANDRA ZAMBON

CNPJ: 14.563.437/0001-48
Razão Social: COISAS DA CAROL – SANDRA ZAMBON
Endereço: RUA PASSARGADA, S/N - HOTEL DEVILLE
Bairro: ITAPUÃ **Município:** SALVADOR **CEP:** 41620-430
Estado: BAHIA **País:** BRASIL
Telefone 1: (71) 71 99956-0807 **Telefone 2:** **Fax:**
E-mail: coisasdacarol@oi.com.br **Home Page:**
Contato: SANDRA ZAMBON
Departamentos: **Comercial:** SANDRA ZAMBON (coisasdacarol@oi.com.br)
- Produtos para Compra

ARTESANATO EM CERÂMICA, TÉCNICAS DIVERSAS: PAPEL MACHÊ, TECIDO, BAMBU E RECICLADO

CORES DO BRASIL - ELIZABETH PERREIRA VASSILIOU ME

CNPJ: 05.340.487/0001-75
Razão Social: CORES DO BRASIL - ELIZABETH PERREIRA VASSILIOU ME
Endereço: AV. NAÇÕES UNIDAS, 4777 LJ 17/18
Bairro: ALTO DE PINHEIROS **Município:** SAO PAULO
CEP: 05477-000
Estado: SAO PAULO **País:** BRASIL
Telefone 1: (11) 3022-8527 **Telefone 2:** (11) 94343-1007 **Fax:**
E-mail: coresdobrasil@terra.com.br **Home Page:** WWW.CORESDOBASIL.ART.BR
Contato: ELIZABETH VASSILOU(CORESDOBASIL@TERRA.COM.BR)
Departamentos: **Comercial:** ELIZABETH VASSILOU(CORESDOBASIL@TERRA.COM.BR)
- Produtos para Compra

TECELAGEM, ARTESANATO EM CERÂMICA, PEÇAS EM MADEIRA, BIOJÓIAS, ARTESANATO EM FIBRAS NATURAIS, PEÇAS EM METAL, TÉCNICAS DIVERSAS: PAPEL MACHÊ, TECIDO, BAMBU E RECICLADO, JOALHERIA ARTESANAL, COM OURO, PRATA E PEDRAS NATURAIS / AMULETOS / ACESSÓRIOS ARTESANAIS EM RENDA, MADEIRA, SEMENTES E OUTROS MATERIAIS SUSTENTÁVEIS

DIVINO'S - MARISTELA GORAYEB ME

CNPJ: 17.033.675/0001-30
Razão Social: MARISTELA GORAYEB ME
Endereço: PRAÇA SÃO JOÃO BATISTA, 17
Bairro: QUADRADO HISTÓRICO **Município:** TRANCOSO/PORTO SEGURO **CEP:** 45818-000
Estado: BAHIA **País:** BRASIL
Telefone 1: (73) 99905-8914 **Telefone 2:** **Fax:**
E-mail: contato@divinostrancoso.com.br **Home Page:** WWW.DIVINOSTRANCOSO.COM.BR
Contato: MARISTELA GORAYEB
Departamentos: **Comercial:** MARISTELA GORAYEB (CONTATO@DIVINOSTRANCOSO.COM.BR)
- Produtos para Compra

TECELAGEM, ARTESANATO EM CERÂMICA, PEÇAS EM MADEIRA, BIOJÓIAS, RENDA DE BILRO E BORDADOS, ARTESANATO EM FIBRAS NATURAIS, PEÇAS EM METAL, ESCULTURAS EM PEDRAS, TÉCNICAS DIVERSAS: PAPEL MACHÊ, TECIDO, BAMBU E RECICLADO

ENCANTO DO TEAR - MARIA DO CARMO SOARES CAVALCANTE - ME

CNPJ: 35.371.749/0001-20
Razão Social: ENCANTO DO TEAR - MARIA DO CARMO SOARES CAVALCANTE - ME
Endereço: AV. DR. MÁRIO NUNES VIEIRA, 879
Bairro: MANGABEIRAS **Município:** MACEIO **CEP:** 57037-580
Estado: ALAGOAS **País:** BRASIL
Telefone 1: (82) 3325-2645 **Telefone 2:** (82) 99922-8233 **Fax:**
E-mail: encantodotear@yahoo.com.br **Home Page:**
Contato: MARIA DO CARMO S. CAVALCANTE(encantodotear@yahoo.com.br)
Departamentos: Comercial : MARIA DO CARMO SOARES CAVALCANTE(encantodotear@yahoo.com.br)
- Produtos para Compra
TECELAGEM, ARTESANATO EM CERÂMICA, PEÇAS EM MADEIRA, ARTESANATO EM FIBRAS NATURAIS, PEÇAS EM METAL, ESCULTURAS EM PEDRAS

FLOR DO FORTE - MOISES MARQUES SILVA

CNPJ: 10.474.346/0001-85
Razão Social: LOJA FLOR DO FORTE - MOISES MARQUES SILVA
Endereço: ALAMEDA DO SOL, 515
Bairro: PRAIA DO FORTE **Município:** MATA DE SAO
CEP: 48280-000
Estado: BAHIA **País:** BRASIL
Telefone 1: (71) 3676-1139 **Telefone 2:** **Fax:**
E-mail: flordoforte2010@gmail.com **Home Page:**
Contato: ARLETE MARQUES
Departamentos: Comercial : ARLETE MARQUES (mams51@hotmail.com)
- Produtos para Compra
ARTESANATO EM CERÂMICA, PEÇAS EM MADEIRA, ARTESANATO EM FIBRAS NATURAIS, PEÇAS EM METAL, ESCULTURAS EM PEDRAS, TÉCNICAS DIVERSAS: PAPEL MACHÊ, TECIDO, BAMBU E RECICLADO

FREE BAHIA - JOVIL VAREJO DE PRESENTES LTDA

CNPJ: 86.985.561/0001-02
Razão Social: FREE BAHIA - JOVIL VAREJO DE PRESENTES LTDA
Endereço: ROD. BA 099, KM 76
Bairro: SAUÍPE **Município:** MATA DE SAO
CEP: 48282-970
Estado: BAHIA **País:** BRASIL
Telefone 1: (71)3379-1186 **Telefone 2:** **Fax:**
E-mail: freebahia@freebahia.com.br **Home Page:**
Contato: VILMA APARECIDA BERALDO FERREIRA
Departamentos: Comercial : VILMA APARECIDA BERALDO FERREIRA (freebahia@freebahia.com.br)
/ BÁRBARA OLIVEIRA
- Produtos para Compra
ARTESANATO EM CERÂMICA, PEÇAS EM MADEIRA, BIOJÓIAS, ARTESANATO EM FIBRAS NATURAIS, PEÇAS EM METAL, TÉCNICAS DIVERSAS: PAPEL MACHÊ, TECIDO, BAMBU E RECICLADO

FUCHIC - ANNY MEGHERDIJIAN DARAKJIAN - ME

CNPJ: 08.074.414/0001-77
Razão Social: FUCHIC - ANNY MEGHERDIJIAN DARAKJIAN - ME
Endereço: ALAMEDA FRANCA 1167
Bairro: JARDIM PAULISTA **Município:** SÃO PAULO
CEP: 01422-005
Estado: SAO PAULO **País:** BRASIL
Telefone 1: (11) 4192-2986 **Telefone 2:** (11)999194131 **Fax:**
E-mail: fuchic@fuchic.com.br **Home Page:** http://www.fuchic.com.br
Contato: ANNY MEGHERDIJIAN DARAKJIAN(fuchic@fuchic.com.br)
Departamentos: 175 - Comercial : Anny M. Darakjian(fuchic@fuchic.com.br)
- Produtos para Compra
TECELAGEM, ARTESANATO EM CERÂMICA, PEÇAS EM MADEIRA, BIOJÓIAS, RENDA DE BILRO E BORDADOS, ARTESANATO EM FIBRAS NATURAIS, PEÇAS EM METAL, ESCULTURAS EM PEDRAS, TÉCNICAS DIVERSAS: PAPEL MACHÊ, TECIDO, BAMBU E RECICLADO, CESTARIA

GALERIA ARTE BRASILEIRA - GALERIA ARTE BRASILEIRA LTDA

CNPJ: 50.984.905/0001-11
Razão Social: GALERIA ARTE BRASILEIRA LTDA

Endereço: ALAMEDA LORENA, 2163
Bairro: CERQUEIRA CÉSAR **Município:** SÃO PAULO **CEP:** 01424-002
Estado: SÃO PAULO **País:** BRASIL
Telefone 1: (11)3062-9452 **Telefone 2:** (11) 99612-2109
E-mail: artebrasileira@galeriaartebrasileira.com.br **Home Page:** www.galeriaartebrasileira.com.br
Contato: CLAUDIA GOMES DIAS (artebrasileira@galeriaartebrasileira.com.br)
Departamentos: **Comercial:** CLAUDIA GOMES DIAS (artebrasileira@galeriaartebrasileira.com.br) ;

CAIO GOMES

- Produtos para Compra

TECELAGEM, ARTESANATO EM CERÂMICA, PEÇAS EM MADEIRA, BIOJÓIAS, RENDA DE BILRO E BORDADOS, ARTESANATO EM FIBRAS NATURAIS, PEÇAS EM METAL, ESCULTURAS EM PEDRAS, TÉCNICAS DIVERSAS: PAPEL MACHÊ, TECIDO, BAMBU E RECICLADO

GALERIA PONTO DAS ARTES – OCHIN ARTES E TAPETES ORIENTAIS LTDA

CNPJ: 54.948.856/0001-12
Razão Social: GALERIA PONTO DAS ARTES – OCHIN ARTES E TAPETES ORIENTAIS LTDA
Endereço: RUA ANTÔNIO CARLOS, 302
Bairro: CERQUEIRA CÉSAR **Município:** SÃO PAULO **CEP:** 01309-010
Estado: SÃO PAULO **País:** BRASIL
Telefone 1: (11) 3284-5977 **Telefone 2:** (11) 2157-3117 **Fax:**
E-mail: ADMINISTRATIVO@OCHINARTES.COM.BR **Home Page:** WWW.GALERIAPONTOODASARTES.COM.BR
Contato: OCHIN MOSDITCHIAN / OSANA MOSDITCHIAN
Departamentos: **Comercial:** OCHIN MOSDITCHIAN / OSANA MOSDITCHIAN
 (ADMINISTRATIVO@OCHINARTES.COM.BR)

- Produtos para Compra

TECELAGEM, ARTESANATO EM CERÂMICA, PEÇAS EM MADEIRA, BIOJÓIAS, RENDA DE BILRO E BORDADOS, ARTESANATO EM FIBRAS NATURAIS, PEÇAS EM METAL, TÉCNICAS DIVERSAS: PAPEL MACHÊ, TECIDO, BAMBU E RECICLADO

M DEPÓSITO DE ARTE - M COMERCIO DE ARTE

CNPJ: 28.502.996/0001-52
Razão Social: M COMERCIO DE ARTE
Endereço: RUA JOSE RAMOS DA SIVA, 317 - LOJA 4
Bairro: 13 DE JULHO **Município:** ARACAJU **CEP:** 49020-200
Estado: SERGIPE **País:** BRASIL
Telefone 1: (79) 3246-0429 **Telefone 2:** 79-98808-9888
E-mail: mdepositodearte@hotmail.com **Home Page:** @mdepositodearte
Contato: MARCOS MARCELO SANTOS (mmarcelo@infonet.com.br)
Departamentos: **Comercial:** MARCOS MARCELO SANTOS (mdepositodearte@hotmail.com)

- Produtos para Compra

ARTESANATO EM CERÂMICA, PEÇAS EM MADEIRA, ARTESANATO EM FIBRAS NATURAIS, PEÇAS EM METAL, ESCULTURAS EM PEDRAS, TÉCNICAS DIVERSAS: PAPEL MACHÊ, TECIDO, BAMBU E RECICLADO

MÃO BRASILEIRA - LUIZ FERNANDO PONTES

CNPJ: 20.484.842/0001-73
Razão Social: MÃO BRASILEIRA – LUIZ FERNANDO PONTES
Endereço: CCB B BRASÍLIA - EDIFÍCIO PRESIDENTE TANCREDO NEVES - SCES - SETOR DE CLUBES SUL, TRECHO 02, LOTE 22
Bairro: ASA SUL **Município:** BRASÍLIA **CEP:** 70.200-002
Estado: DISTRITO FEDERAL **País:** BRASIL
Telefone 1: (61) 99147-0055 **Telefone 2:**
E-mail: luizfernandopontes@yahoo.com.br **Home Page:**
Contato: LUIZ FERNANDO PONTES
Departamentos: **Comercial:** LUIZ FERNANDO PONTES (luizfernandopontes@yahoo.com.br)

- Produtos para Compra

TECELAGEM, ARTESANATO EM CERÂMICA, PEÇAS EM MADEIRA, BIOJÓIAS, RENDA DE BILRO E BORDADOS, ARTESANATO EM FIBRAS NATURAIS, PEÇAS EM METAL, ESCULTURAS EM PEDRAS, TÉCNICAS DIVERSAS: PAPEL MACHÊ, TECIDO, BAMBU E RECICLADO

MARCO 500 - MARCO 500 COMÉRCIO E SERVIÇOS LTDA ME

CNPJ: 03.567.814/0001-09

Razão Social: MARCO 500 - MARCO 500 COMÉRCIO E SERVIÇOS LTDA ME

Endereço: RUA VITORINO CARMILO, 920

Bairro: BARRA FUNDA **Município:** SAO PAULO **CEP:** 01153-000

Estado: SAO PAULO **País:** BRASIL

Telefone 1: (11) 3660-2500 **Telefone 2:** **Fax:** (11) 0800110500

E-mail: marco500@marco500.com.br

Home Page:

<http://www.marco500.com.br>

Contato: MARCO AURÉLIO SAAD PULCHÉRIO

Departamentos: **Comercial:** MARCO AURÉLIO (marco500@marco500.com.br)

- Produtos para Compra

ARTESANATO EM CERÂMICA, PEÇAS EM MADEIRA, ARTESANATO EM FIBRAS NATURAIS, TÉCNICAS DIVERSAS: PAPEL MACHÊ, TECIDO, BAMBU E RECICLADO

MARIA BONITA ARTES BRASILEIRAS - ANDJA LETÍCIA DE ASSIS CRUZ

CNPJ: 13.231.387/0001-39

Razão Social: MARIA BONITA ARTES BRASILEIRAS – ANDJA LETÍCIA DE ASSIS CRUZ

Endereço: RUA BISPO COUTINHO 156 A

Bairro: CARMO **Município:** OLINDA **CEP:** 53120130

Estado: PERNAMBUCO **País:** BRASIL

Telefone 1: (81) 3429-7131 **Telefone 2:** **Fax:**

E-mail: andjalcsoures@gmail.com **Home Page:**

Contato: ANDJA LETÍCIA CRUZ SOARES

Departamentos: **Comercial:** ANDJA LETÍCIA CRUZ SOARES (andjalcsoures@gmail.com)

- Produtos para Compra

ARTESANATO EM CERÂMICA, PEÇAS EM MADEIRA, BIOJÓIAS, RENDA DE BILRO E BORDADOS, ARTESANATO EM FIBRAS NATURAIS, TÉCNICAS DIVERSAS: PAPEL MACHÊ, TECIDO, BAMBU E RECICLADO

OBJEKTI – OBJEKTI COMERCIAL EIRELLI

CNPJ: 30.149.849/0001-92

Razão Social: OBJEKTI COMERCIAL EIRELLI

Endereço: RUA DOMICIANO LEITE RIBEIRO 210

Bairro: VILA GUARANI **Município:** SÃO PAULO **CEP:** 04317-000

Estado: SÃO PAULO **País:** BRASIL

Telefone 1: (11) 99169-0443 **Telefone 2:** **Fax:**

E-mail: estela@objekti.com.br **Home Page:** www.objekti.com.br

Contato: ESTELA MARI IMAI

Departamentos: **Comercial:** ESTELA MARI IMAI (estela@objekti.com.br)

- Produtos para Compra

TECELAGEM, ARTESANATO EM CERÂMICA, PEÇAS EM MADEIRA, BIOJÓIAS, RENDA DE BILRO E BORDADOS, ARTESANATO EM FIBRAS NATURAIS, PEÇAS EM METAL, ESCULTURAS EM PEDRAS, TÉCNICAS DIVERSAS: PAPEL MACHÊ, TECIDO, BAMBU E RECICLADO

PROJETO TERRA – PROJETO TERRA LTDA

CNPJ: 04.928.300/0001-96

Razão Social: PROJETO TERRA LTDA

Endereço: RUA HARMONIA 150, LOJA 4

Bairro: SUMAREZINHO **Município:** SÃO PAULO **CEP:** 05691-000

Estado: SÃO PAULO **País:** BRASIL

Telefone 1: (11) 5044-1846 **Telefone 2:** **Fax:**

E-mail: ricardo@projetoterra.org.br **Home Page:** WWW.PROJETOTERRA.ORG.BR

Contato: RICARDO PEDROSO

Departamentos: **Comercial:** RICARDO PEDROSO (ricardo@projetoterra.org.br)

- Produtos para compra

TECELAGEM, ARTESANATO EM CERÂMICA, PEÇAS EM MADEIRA, BIOJÓIAS, RENDA DE BILRO E BORDADOS, ARTESANATO EM FIBRAS NATURAIS, PEÇAS EM METAL, TÉCNICAS DIVERSAS: PAPEL MACHÊ, TECIDO, BAMBU E RECICLADO

ROUPARIA CARIOCA - PERFIL 107 CAMA E MESA LTDA

CNPJ: 28.094.498/0001-18

Razão Social: PERFIL 107 CAMA E MESA LTDA

Endereço: AV ATAULFO DE PAIVA, 135/107

Bairro: LEBLON **Município:** RIO DE JANEIRO **CEP:** 22440-901

Estado: RIO DE JANEIRO **País:** BRASIL

Telefone 1: (21) 3082-5634 **Telefone 2:**

E-mail: cecilia.camargo@roupariacarioca.com.br **Home Page:** www.roupariacarioca.com.br

Contato: CECÍLIA CALDAS CAMARGO
Departamentos: **Comercial:** CECÍLIA CALDAS CAMARGO
 (cecilia.camargo@roupariacarioca.com.br)
- Produtos para Compra
 TECELAGEM, RENDA DE BILRO E BORDADOS, ARTESANATO EM FIBRAS NATURAIS

TAUÁ - DECOR ARTIGOS MOBILIÁRIOS

CNPJ: 27.700.977/0001-78
Razão Social: DECOR ARTIGOS IMOBILIÁRIOS
Endereço: RUA DA FONTE DO BOI, N176
Bairro: RIO VERMELHO **Município:** SALVADOR **CEP:** 41940-360
Estado: BAHIA **País:** BRASIL
Telefone 1: (71) 3022-8899 **Telefone 2:**
E-mail: decorarg03@gmail.com **Home Page:**
Contato: DIOGO ALCANTARA
Departamentos: **Comercial:** DIOGO ALCANTARA (decorarg03@gmail.com)

- Produtos para Compra
 ARTESANATO EM CERÂMICA, PEÇAS EM MADEIRA, ARTESANATO EM FIBRAS NATURAIS, PEÇAS EM METAL, ESCULTURAS EM PEDRAS, TÉCNICAS DIVERSAS: PAPEL MACHÊ, TECIDO, BAMBU E RECICLADO

TOK STOK COMÉRCIO – ESTOK COMÉRCIO E REPRESENTAÇÃO LTDA

CNPJ: 49.732.175/0040-99
Razão Social: ESTOK COMÉRCIO E REPRESENTAÇÃO LTDA
Endereço: AV. TUCUNARÉ, 500
Bairro: TAMBORÉ **Município:** BARUERI **CEP:** 06.460-020
Estado: SÃO PAULO **País:** BRASIL
Telefone 1: (11) 2186-8492 **Telefone 2:** **Fax:**
E-mail: jbecker@tokstok.com.br **Home Page:** WWW.TOKSTOK.COM.BR
Contato: JULIANA GOES BECKER
Departamentos: **Comercial:** JULIANA GOES BECKER (jbecker@tokstok.com.br)

- Produtos para Compra
 ARTESANATO EM CERÂMICA, PEÇAS EM MADEIRA, RENDA DE BILRO E BORDADOS, ARTESANATO EM FIBRAS NATURAIS, TÉCNICAS DIVERSAS: PAPEL MACHÊ, TECIDO, BAMBU E RECICLADO

YBAKA – YBAKA COMÉRCIO, IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO

CNPJ: 20.711.046/0001-26
Razão Social: YBAKA CONCEPT – YBAKA COMÉRCIO, IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO EIRELLI
Endereço: AVENIDA JURACY MAGALHÃES JUNIOR, 1665, QUADRA 01, LOTE 07
Bairro: HORTO FLORESTAL **Município:** SALVADOR **CEP:** 40295310
Estado: BAHIA **País:** BRASIL
Telefone 1: (71) 99907-8756 **Telefone 2:** **Fax:**
E-mail: ybaka@ybaka.com **Home Page:** http: www.ybaka.com
Contato: RENATA CARDOSO
Departamentos: **Comercial:** RENATA CARDOSO (ybaka@ybaka.com)

- Produtos para Compra
 TECELAGEM, ARTESANATO EM CERÂMICA, PEÇAS EM MADEIRA, BIOJÓIAS, RENDA DE BILRO E BORDADOS, ARTESANATO EM FIBRAS NATURAIS, PEÇAS EM METAL, ESCULTURAS EM PEDRAS, TÉCNICAS DIVERSAS: PAPEL MACHÊ, TECIDO, BAMBU E RECICLADO, CROCHÊ, MÓVEIS, DENTRE OUTROS.

ZAMBÊ – BAZAR ZAMBE BRASIL LTDA ME

CNPJ: 35.942.093/0001-58
Razão Social: ZAMBÊ - BAZAR ZAMBE BRASIL LTDA ME
Endereço: RUA ALMIRANTE ALEXANDRINO, 402 LJ. B
Bairro: SANTA TERESA **Município:** RIO DE JANEIRO
CEP: 20261-240
Estado: RIO DE JANEIRO **País:** BRASIL
Telefone 1: (21) 3852-7809 **Telefone 2:** **Fax:**
E-mail: zambebrasil@yahoo.com.br **Home Page:**
Contato: LUCIA S. MIRANDA (zambebrasil@yahoo.com.br)
Departamentos: **Comercial:** LUCIA DA SILVA MIRANDA (zambebrasil@yahoo.com.br)

- Produtos para Compra
 TECELAGEM, PEÇAS EM MADEIRA, RENDA DE BILRO E BORDADOS, ARTESANATO EM FIBRAS NATURAIS, TÉCNICAS DIVERSAS: PAPEL MACHÊ, TECIDO, BAMBU E RECICLADO

FICHA TÉCNICA

FÁBRICA CULTURAL

Margareth Menezes

Jaqueline Azevedo

Teresa Carvalho

EQUIPE DE PESQUISA

Coordenação

Rodrigo Soares

Tatiane Souza

Assistentes de Pesquisa

Taís Leony

Islainy Silva

Aplicadores

Angélica Magalhães

Paula Cintra

Silas Santos

Eliana Calheira

Assessoria de Comunicação

Karlene Rios



artesanato
da **BAHIA**

Realização:



**Fábrica
Cultural**



**GOVERNO
DO ESTADO**

SECRETARIA DO TRABALHO,
EMPREGO, RENDA E ESPORTE

