



artesanato
da **BAHIA**

DIAGNÓSTICO INTEGRADO DO ARTESANATO BAIANO

SUMÁRIO

Apresentação e diretrizes metodológicas da pesquisa	3
<i>Sobre a amostra</i>	6
<i>Eixos do diagnóstico</i>	7
<i>Virtualização da pesquisa</i>	22
Dados sociodemográficos	24
<i>Gênero</i>	25
<i>Escolaridade</i>	26
<i>Renda Individual</i>	27
<i>Renda da família</i>	28
<i>Fonte de informação</i>	29
<i>Forma de produção</i>	31
<i>Local de produção</i>	32
<i>Tempo de trabalho com o artesanato</i>	33
<i>Fonte de renda</i>	34
<i>Acesso à Internet</i>	35
<i>Comercialização pela Internet</i>	36
<i>Filiação</i>	37
Materiais	38
<i>Tipos de materiais</i>	39
<i>Produção nos polos da pesquisa</i>	43
Qualificação	54
<i>Capacitação na área de artesanato</i>	55
<i>Temas de interesse</i>	56
<i>Apoios institucionais</i>	59
<i>Qualificação – Local</i>	62
<i>Qualificação – Internet</i>	63
Comercialização	64
<i>Participação em Feiras</i>	65
<i>Produção atual</i>	66
<i>Capacidade de produção</i>	67
<i>Venda da produção</i>	67
<i>Volume financeiro de vendas</i>	68
<i>Rodada de Negócios</i>	69
<i>Destino/compradores</i>	70
<i>Dificuldades na comercialização</i>	71
<i>Sugestão</i>	73
Entrevistas com compradores e lojistas	74
Entrevistas com grupos produtivos	78

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.

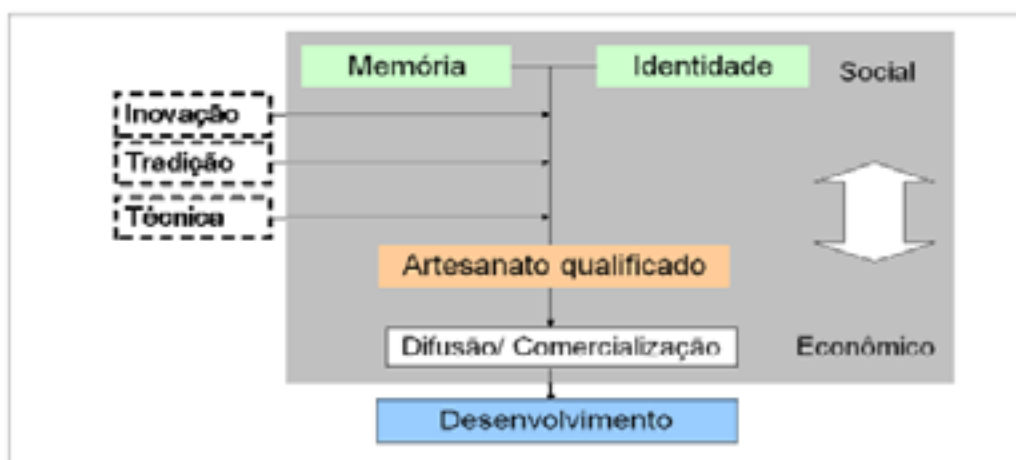
Como premissas para leitura deste documento, faz-se necessário posicionar o artesanato aqui entendido como um processo e não como um resultado, ou seja, como produtos que estão inseridos em relações sociais para além de serem peças ou objetos produzidos por indivíduos ou grupos. Neste sentido, o que 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 de 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 subseqüentes, 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 do vírus 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.

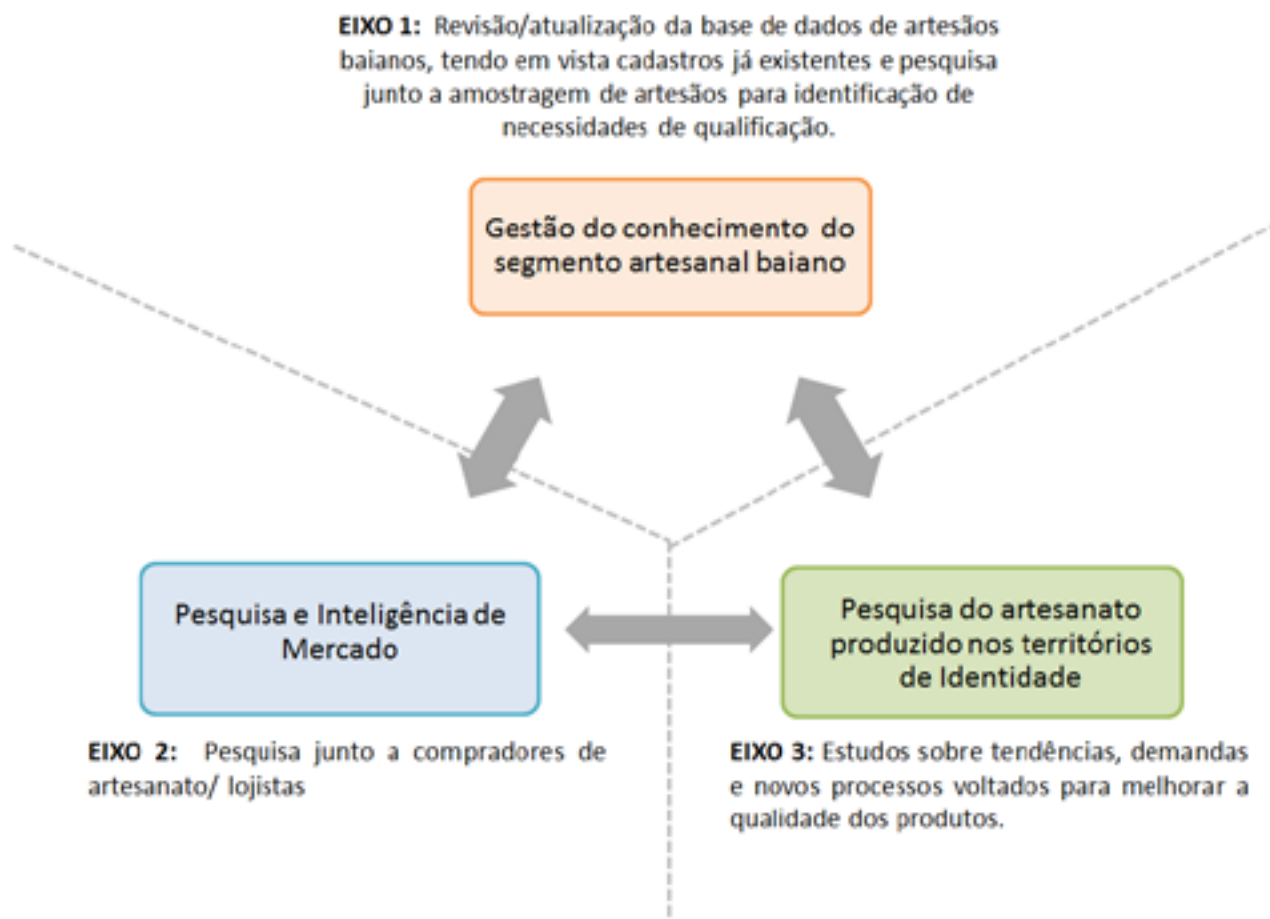
Esta é uma amostragem não-probabilística, em que há uma seleção aleatória de tal forma que cada elemento da população tem uma probabilidade conhecida de fazer parte da amostra, mais homogênea. O método se fundamenta no princípio de que todos os membros de uma população têm a mesma probabilidade de serem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

TERRITÓRIO DA CHAPADA DIAMANTINA	Senhor do Bonfim	12
	Jacobina	11
	Rio de Contas	9
	Lençóis	8
	Bonito	6
	Abaíra	4
	Miguel Calmon	4
	Morro do Chapéu	4

	Macaúbas	3
	Mucugê	3
	Palmeiras	2
	Piritiba	2
	Seabra	2
	Andorinha	1
	Boa Vista do Tupim	1
	Caém	1
	Caldeirão Grande	1
	Campo Formoso	1
	Iraquara	1
	Itaberaba	1
	Itaeté	1
	Lajedinho	1
	Macajuba	1
	Nova Redenção	1
	Ponto Novo	1
	Serrolândia	1
TERRITÓRIO DA COSTA DO CACAU	Ilhéus	22
	Itabuna	19
	Uruçuca	5
	Maraú	4
	Itacaré	3
	Ubaitaba	2
	Camacan	1
	Itajuípe	1
	Una	1
TERRITÓRIO DO OESTE	Santa Maria da Vitória	17
	Barreiras	16
	Bom Jesus da Lapa	9
	Luís Eduardo Magalhães	4
	Ibotirama	3
	Santana	3
	Formosa do Rio Preto	2
	Barra	1

	Correntina	1
	Serra do Ramalho	1
TERRITÓRIOS DA COSTA DO DENDÊ E JIQUIRIÇÁ	Cairu	20
	Valença	19
	Amargosa	7
	Ituberá	6
	Brejões	5
	Gandu	4
	Iaçu	4
	Jaguaquara	4
	Maracás	3
	Taperoá	3
	Camamu	2
	Itiruçu	2
	Presidente Tancredo Neves	2
	Ubaíra	2
	Laje	1
	Lajedo do Tabocal	1
	Milagres	1
	Nilo Peçanha	1
	Santa Inês	1
	Santa Teresinha	1
TERRITÓRIOS DE COSTA DO DESCOBRIMENTO, EXTREMO SUL E BALEIA	Porto Seguro	53
	Teixeira de Freitas	17
	Santa Cruz Cabrália	13
	Belmonte	7
	Prado	7
	Eunápolis	6
	Medeiros Neto	6
	Itagimirim	2
	Itamaraju	2
	Mucuri	2
	Alcobaça	1
	Caravelas	1
	Guaratinga	1

	Vereda	1
TERRITÓRIOS DO LITORAL NORTE E AGRESTE BAIANO	Lauro de Freitas	25
	Dias d'Ávila	12
	Alagoinhas	11
	Camaçari	9
	Entre Rios	8
	Catu	4
	Mata de São João	4
	Esplanada	3
	Candeias	2
	Acajutiba	1
	Aporá	1
	Araças	1
	Inhambupe	1
	Pojuca	1
TERRITÓRIOS DO SALVADOR E RECÔNCAVO	Salvador	357
	Cruz das Almas	9
	Simões Filho	8
	Muritiba	6
	Santo Amaro	5
	Santo Antônio de Jesus	5
	Cachoeira	4
	Dom Macedo Costa	4
	Governador Mangabeira	4
	Nazaré	4
	São Sebastião do Passé	4
	Vera Cruz	4
	Aratuípe	4
	Saubara	4
	São Félix	3
	Itaparica	2
	Salinas da Margarida	2
	São Francisco do Conde	2
	Castro Alves	1
	Madre de Deus	1

	Maragogipe	1
	Varzedo	1
TERRITÓRIOS DO SERTÃO, SISAL E SÃO FRANCISCO	Feira de Santana	14
	Itiúba	11
	Irecê	10
	Jeremoabo	10
	Santaluz	9
	Xique-Xique	8
	Juazeiro	7
	Paulo Afonso	6
	Valente	4
	Euclides da Cunha	3
	Lapão	3
	São Gabriel	3
	Antas	2
	Canarana	2
	Capim Grosso	2
	Conceição do Jacuípe	2
	Ipirá	2
	Irará	2
	Presidente Dutra	2
	Quijingue	2
	Quixabeira	2
	Serrinha	2
	Teodoro Sampaio	2
	Abaré	1
	Água Fria	1
	Baixa Grande	1
	Banzaê	1
	Barra do Mendes	1
	Biritinga	1
	Casa Nova	1
	Conceição da Feira	1
	Conceição do Coité	1
	João Dourado	1

	Macururé	1
	Mairi	1
	Mulungu do Morro	1
	Nova Soure	1
	Pintadas	1
	Queimadas	1
	Santa Brígida	1
	Santo Estêvão	1
	São Domingos	1
	Sobradinho	1
	Tucano	1
	Várzea da Roça	1
TERRITÓRIOS DO SUDOESTE	Vitória da Conquista	25
	Guanambi	9
	Jequié	7
	Ibiassucê	6
	Poções	5
	Caetité	4
	Itapetinga	4
	Brumado	3
	Ipiaú	3
	Ibicuí	2
	Barra do Choça	1
	Belo Campo	1
	Candiba	1
	Dário Meira	1
	Iguaí	1
	Itarantim	1
	Itororó	1
	Ituaçu	1
	Licínio de Almeida	1

No que se refere ao registro, 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, 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	Feira de Santana	6

SERTÃO, SISAL E SÃO FRANCISCO	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 da 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 semi-estruturado, 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 e no Instagram, informando sobre a pesquisa diagnóstico, buscando engajamento dos seguidores para gerar respostas espontâneas. Realizamos, ainda, ações de impulsionamento nesta rede focando em territórios que estivessem com pouca representatividade na amostragem.

Criamos também uma rede de multiplicadores das informações da pesquisa com parceiros estratégicos, que 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

CESOL - Centro Público de Economia Solidária

AGENTES DE DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL (SEPLAN)

SEBRAE/BA - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas da Bahia

SEPROMI - Secretaria de Promoção da Igualdade Racial do Governo do Estado da Bahia

GRUPOS PRODUTIVOS/ASSOCIAÇÕES DE ARTESANATO

PARCERIA

Apoio das 12 unidades territoriais do CESOL no estado, por meio do envio das informações sobre a pesquisa aos representantes.

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.

Apoio indireto, através de publicação de rodada de negócio, que conseguimos com um artesão.

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.

Envio do formulário aos líderes dos grupos produtivos para compartilhamento com seus membros e artesãos identificados em bases de dados compiladas.

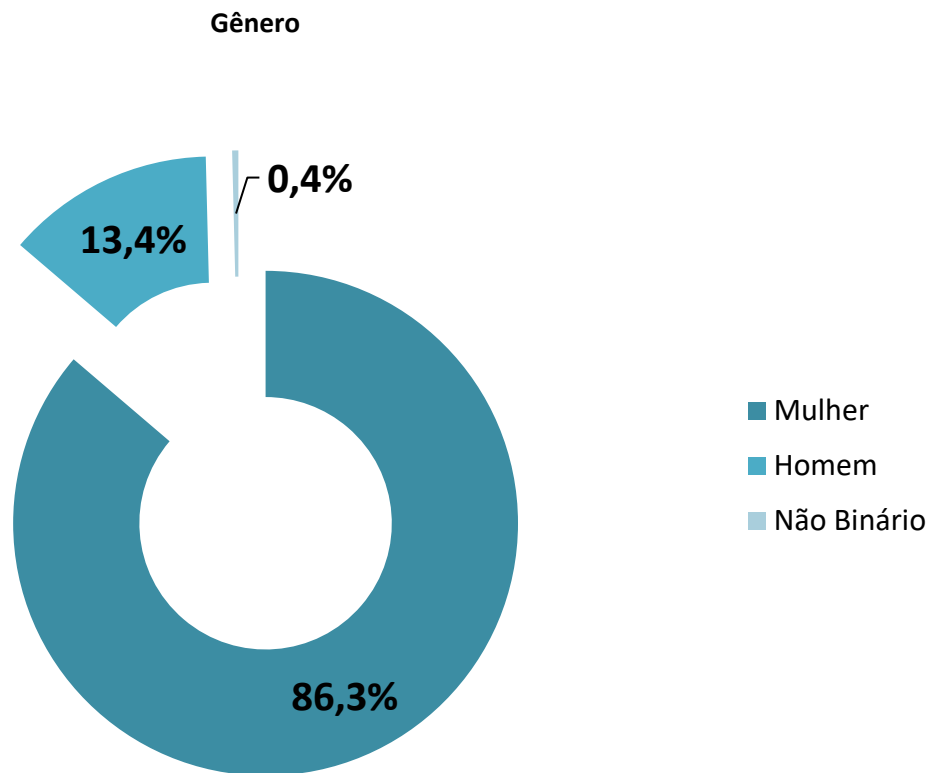
No que se refere a atingirmos um público isolado, estamos certos de que a combinação do acesso por meio digital e telefônico foi a estratégia que permitiu termos, em meio a uma pandemia e com todas as orientações de distanciamento social, um documento consistente de escuta dos artesãos.

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. O conjunto de informações que serão apresentadas aqui demonstram o contexto atual, representativo em termos estatísticos e determinando



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

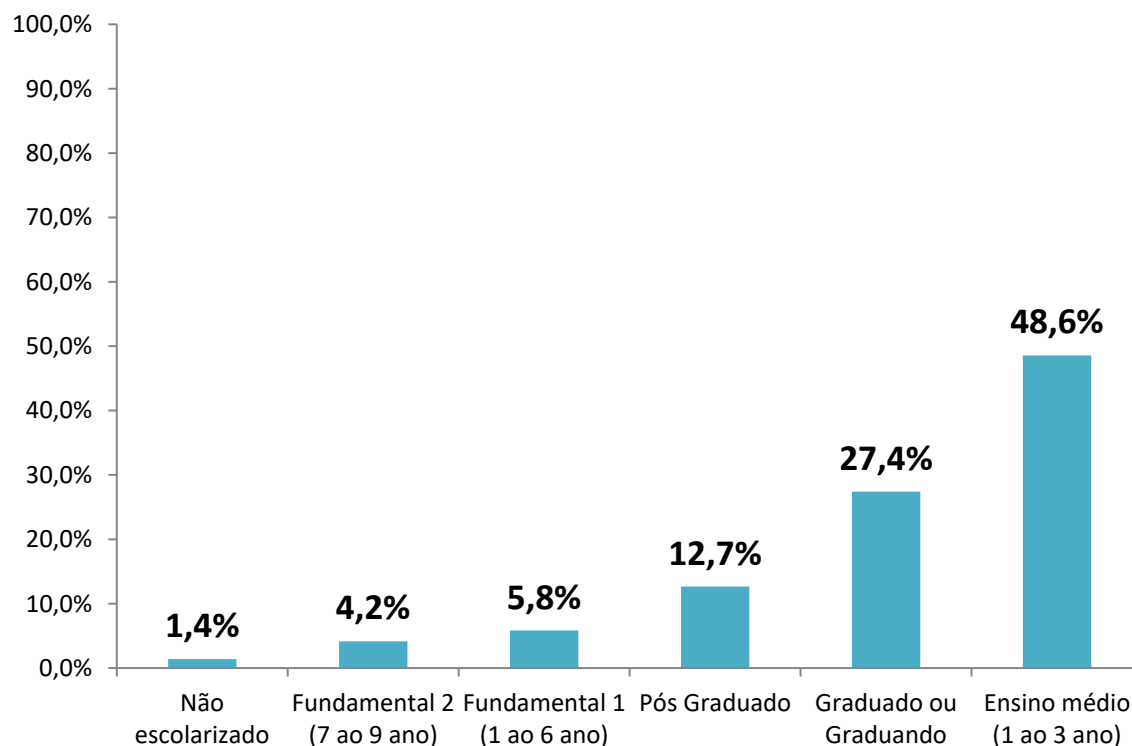
Nota: Universo = 1011 respondentes

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.

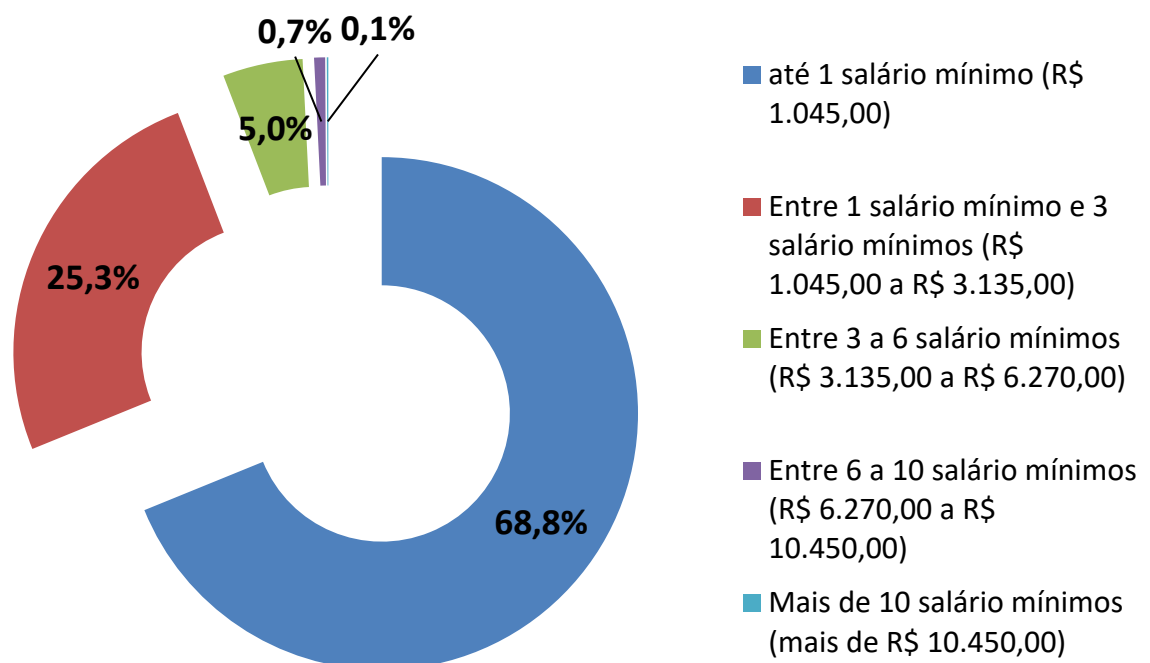
Escolaridade



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%

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?

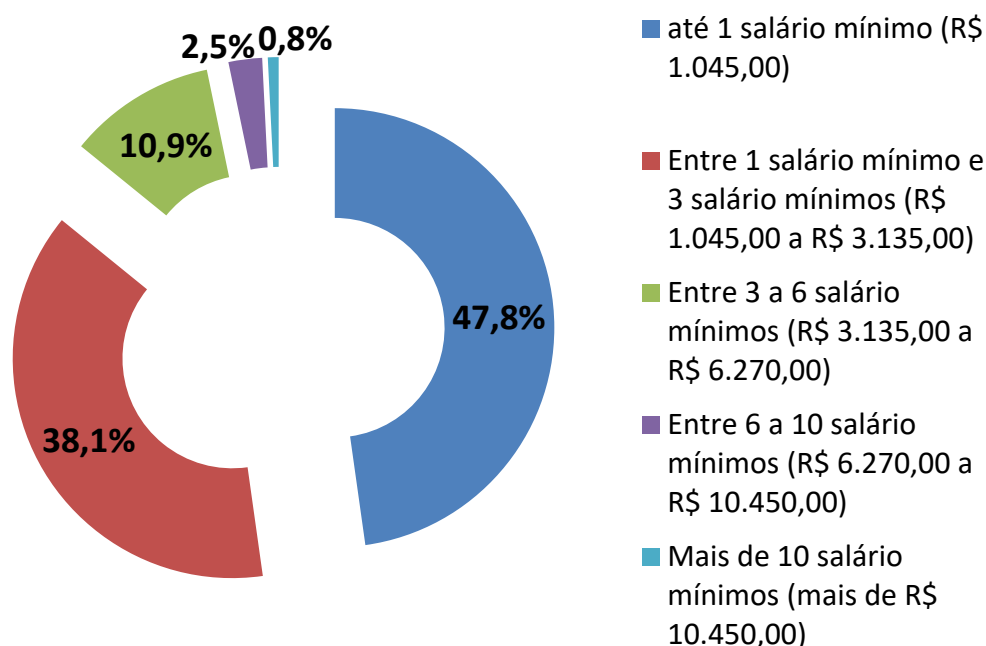


Opções de respostas	Frequência absoluta	Frequência Relativa
até 1 salário mínimo (R\$ 1.045,00)	696	68,8%
Entre 1 salário mínimo e 3 salário mínimos (R\$ 1.045,00 a R\$ 3.135,00)	256	25,3%
Entre 3 a 6 salário mínimos (R\$ 3.135,00 a R\$ 6.270,00)	51	5,0%
Entre 6 a 10 salário mínimos (R\$ 6.270,00 a R\$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

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)?

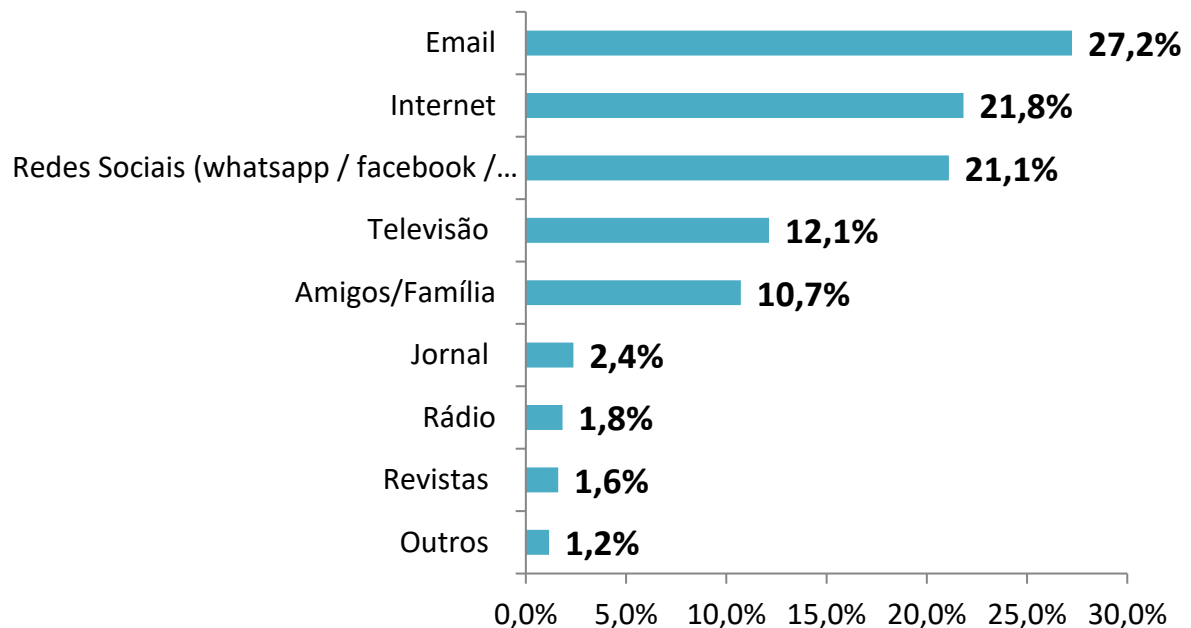


Opções de respostas	Frequência absoluta	Frequência Relativa
até 1 salário mínimo (R\$ 1.045,00)	483	47,8%
Entre 1 salário mínimo e 3 salário mínimos (R\$ 1.045,00 a R\$ 3.135,00)	385	38,1%
Entre 3 a 6 salário mínimos (R\$ 3.135,00 a R\$ 6.270,00)	110	10,9%
Entre 6 a 10 salário mínimos (R\$ 6.270,00 a 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

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

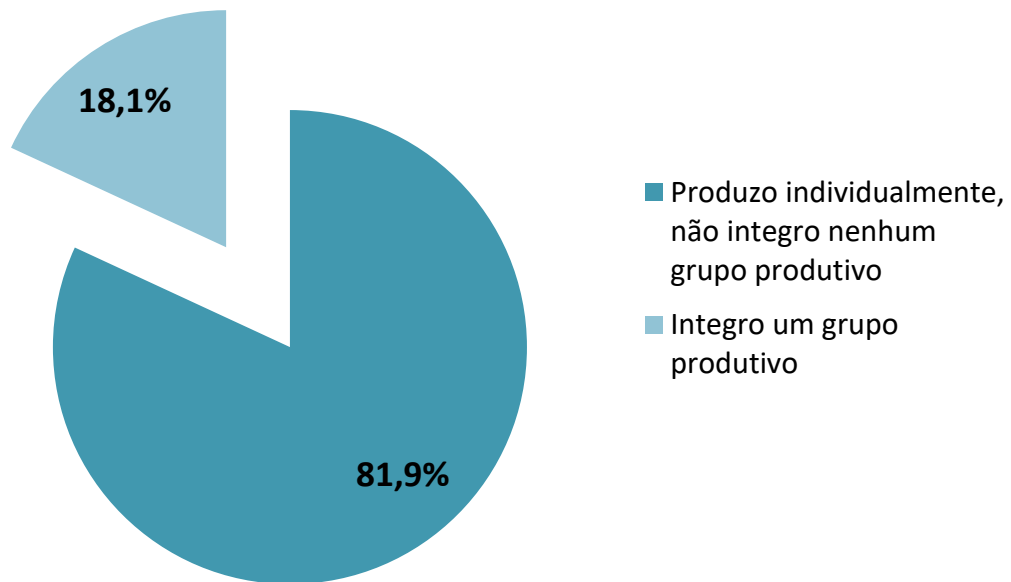
Sobre as fontes de informação utilizadas pelos artesãos, esse é um aspecto estratégico para que seja buscada a melhor forma para acessá-los/informá-los. As respostas refletem um contexto mais amplo da sociedade na contemporaneidade, em que observamos a ascensão acelerada do consumo de informação pela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

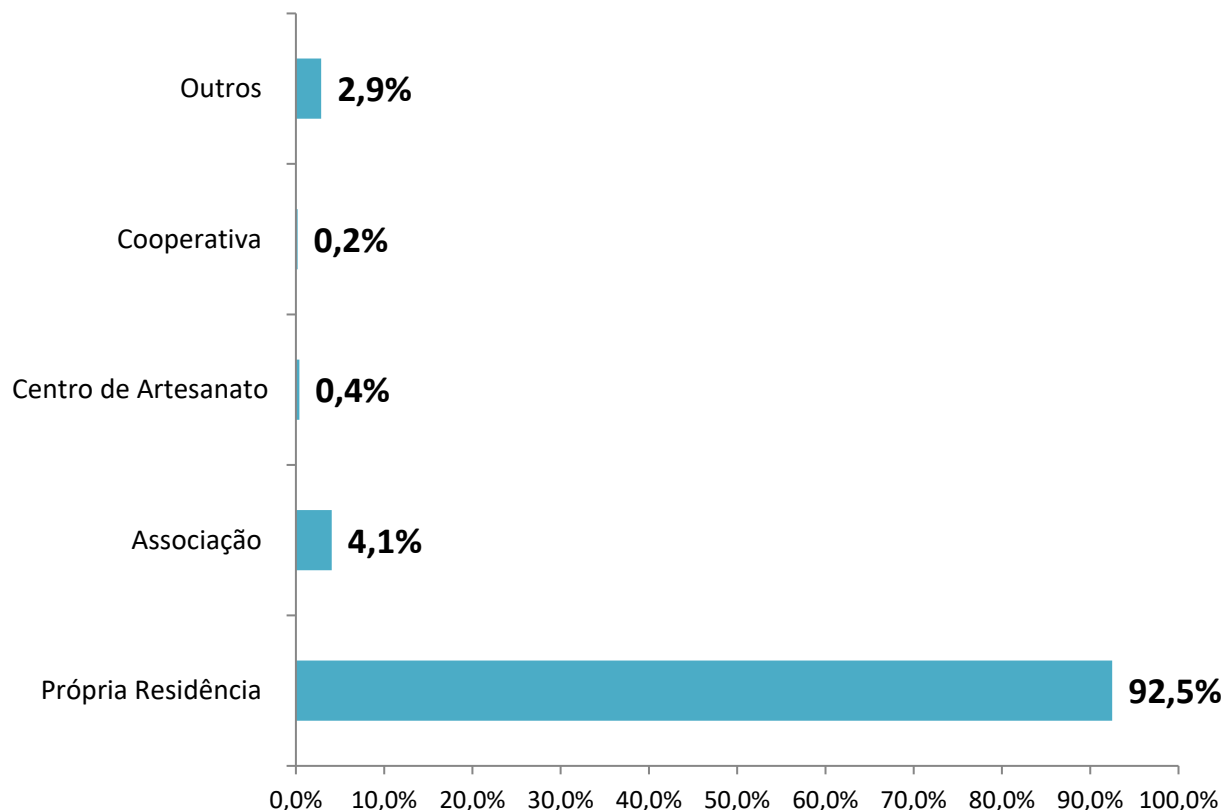
Opções de respostas	Frequência absoluta	Frequência Relativa
Produzo individualmente, não integro nenhum grupo produtivo	828	81,9%
Integro um grupo produtivo	183	18,1%
Total	1011	100,0%

Nota: Universo = 1011 respondentes

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

individualiza e intimamente ligada à criatividade, inovação e relacionada ao tempo de quem produz.

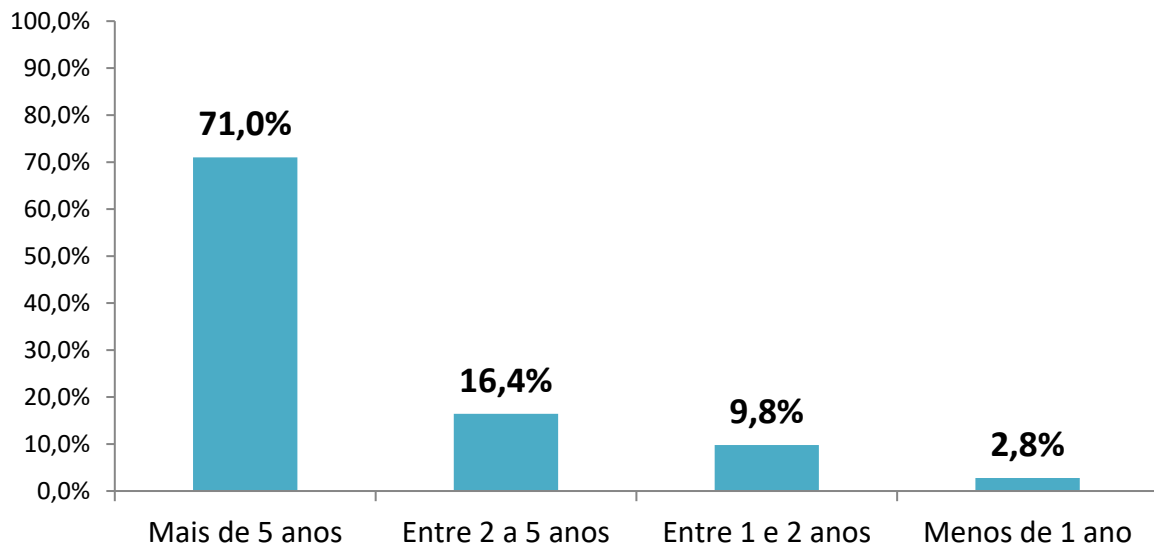
Onde você produz?



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

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%

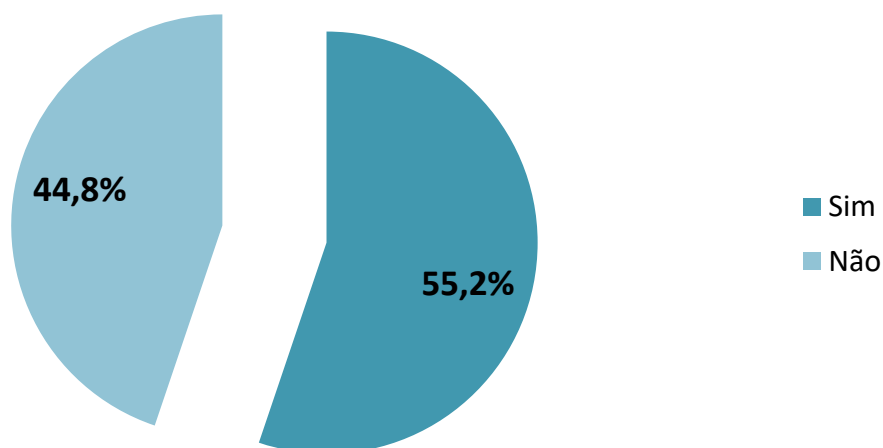
Nota: Universo = 1011 respondentes

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 assim. 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 dele como fonte principal de renda.

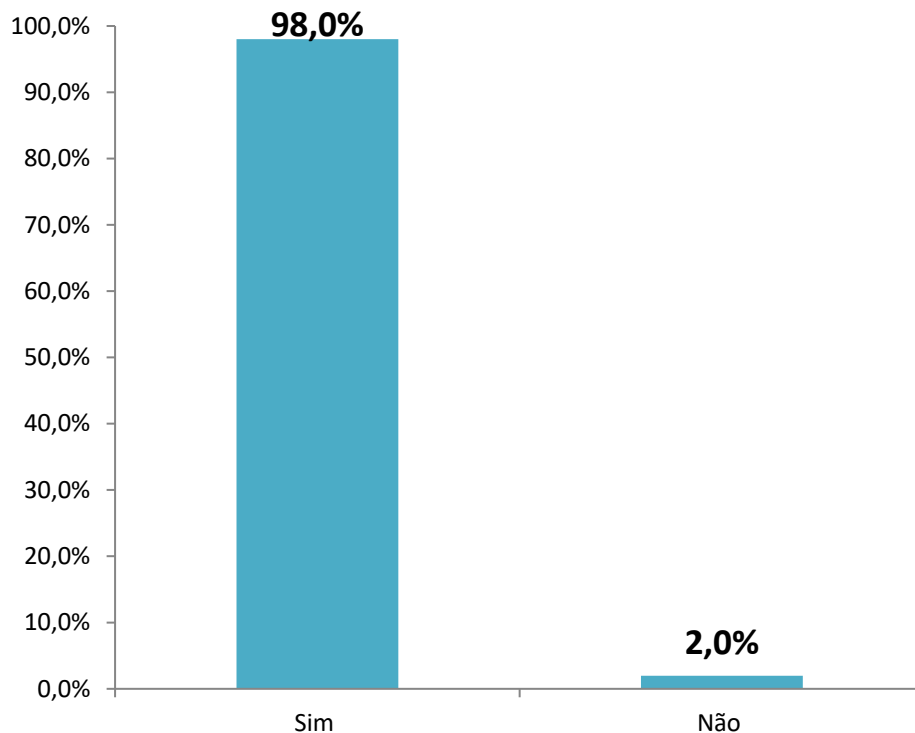
O artesanato é sua principal fonte de renda?



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

Nota: Universo = 1011 respondentes

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??

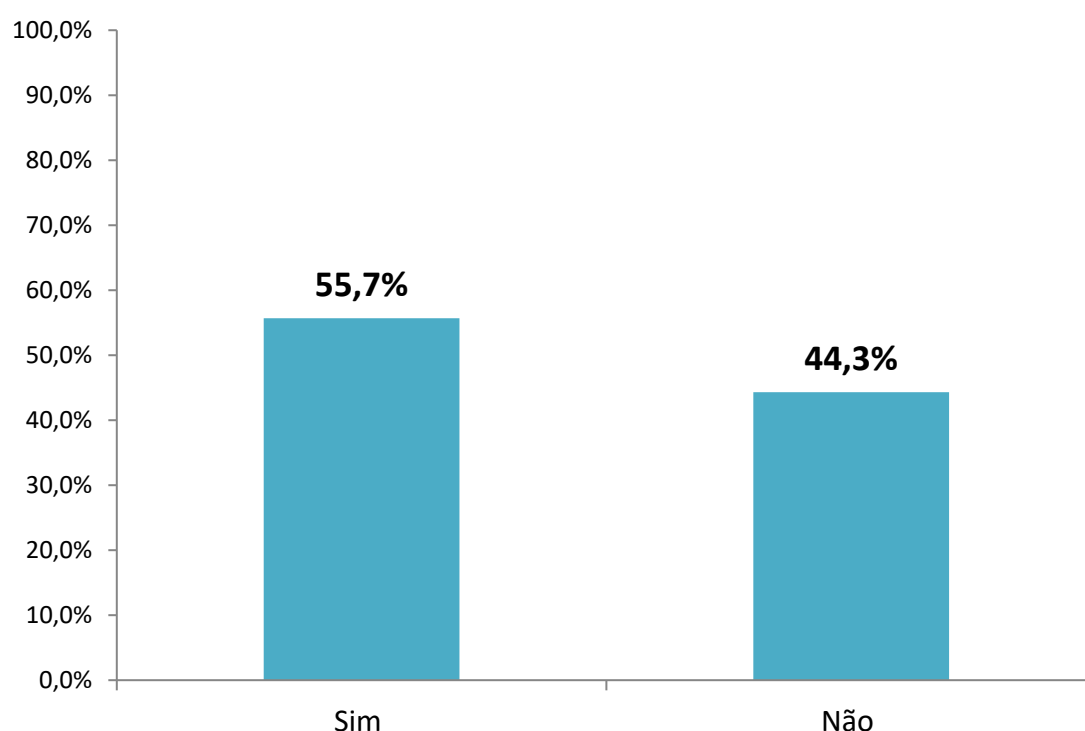
Opções de respostas	Frequência absoluta	Frequência Relativa
Sim	991	98,0%
Não	20	2,0%
Total	1011	100,0%

Nota: Universo = 1011 respondentes

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 a 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?



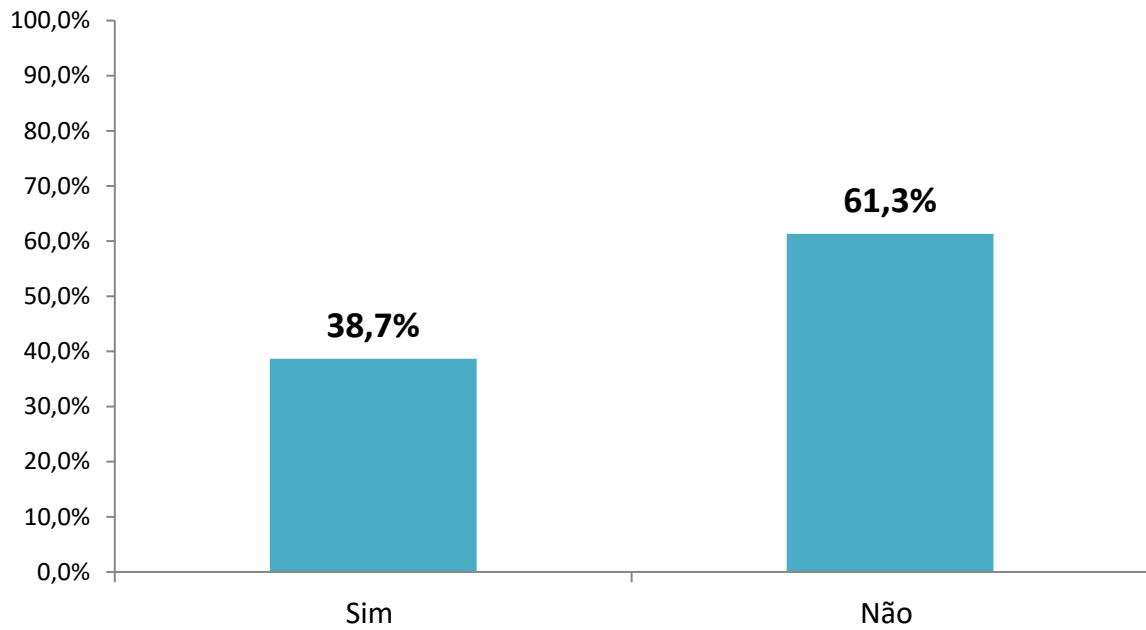
Opções de respostas	Frequência absoluta	Frequência Relativa
Sim	563	55,7%
Não	448	44,3%
Total	1011	100,0%

Nota: Universo = 1011 respondentes

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.

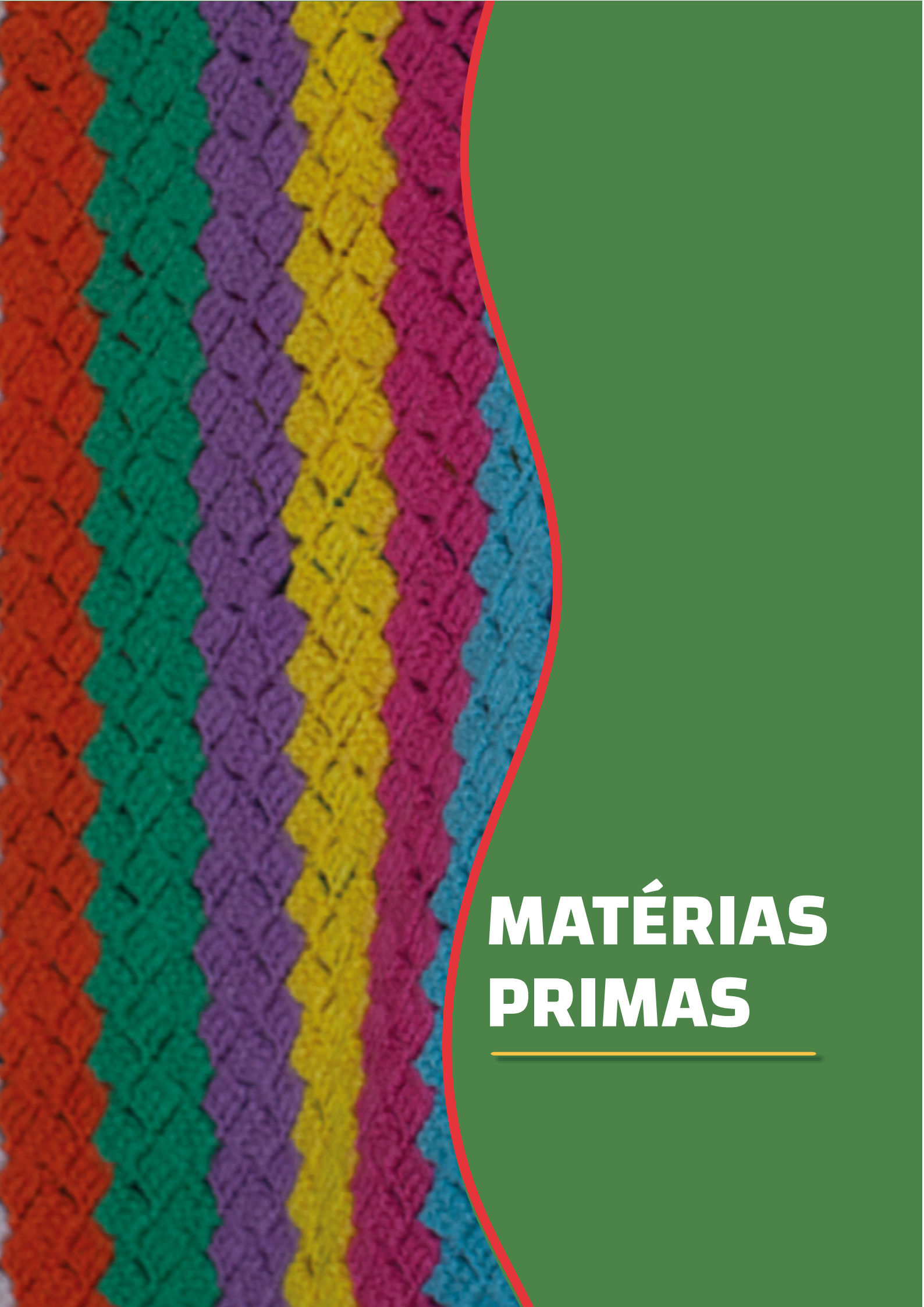
Você é filiado a alguma entidade representativa de artesanato? (Exemplos: associação, federação etc)



Opções de respostas	Frequência absoluta	Frequência Relativa
Sim	391	38,7%
Não	622	61,3%
Total	1011	100,0%

Nota: Universo = 1011 respondentes

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 Kariris; Cooperativa de Artesanato de Camaratu, em Jatobá; Grupo da Rocinha, Associação de Trançadores de Caróá, 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 dá nome a um território de identidade do Estado, reforçando a sua importância simbólica e econômica, sendo sendo as fibras do sisal e do caroá chamadas de “Riquezas do Sertão”.

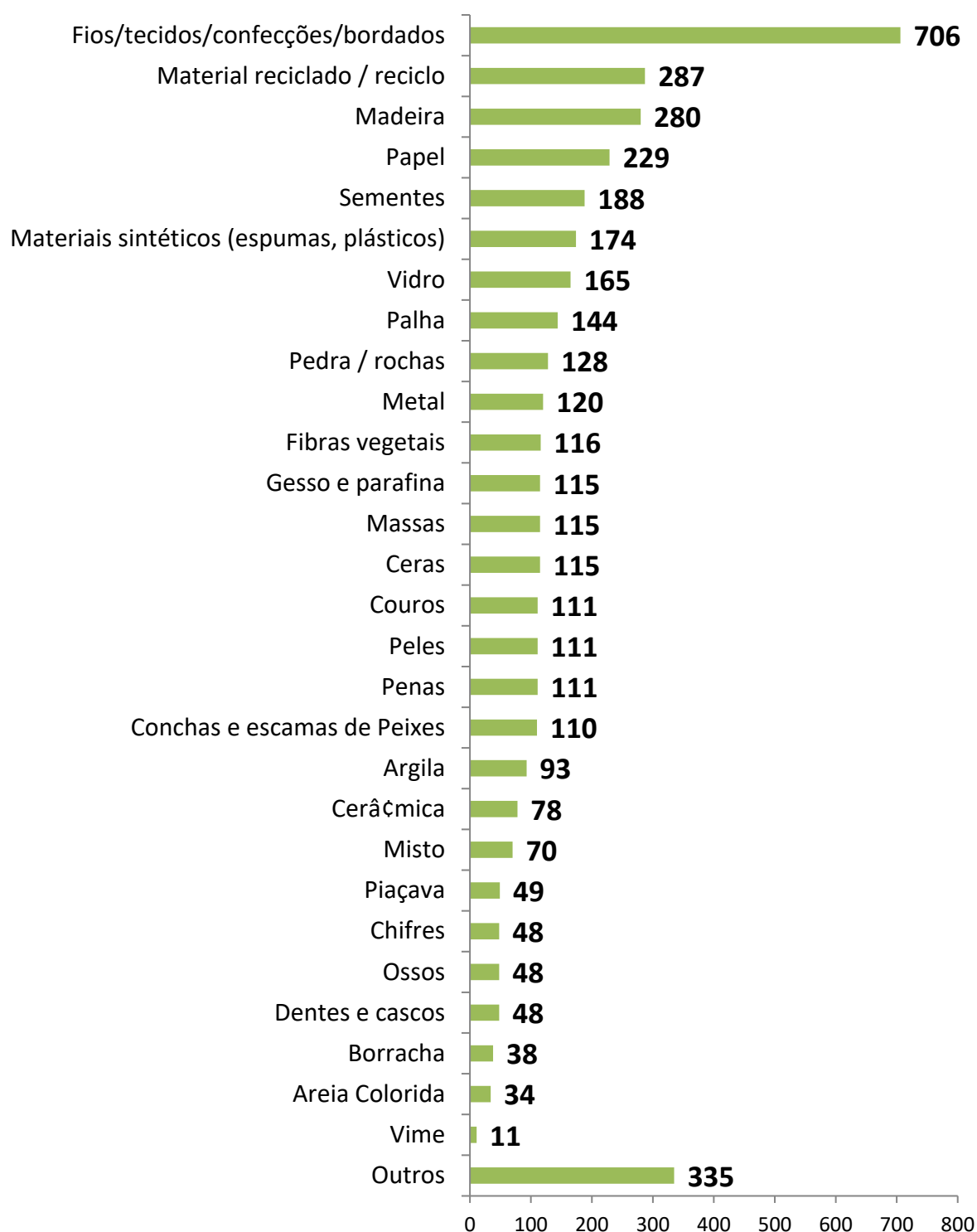
Para além dessas matérias primas que se constituem em fontes primárias da natureza, há também releituras, que colocam o reciclo como uma possibilidade para a produção artesanal. Encaixariam-se nessa modalidade as peças de fuxico e os retalhos que usados para fazer roupas de cama e vestimentas. O papel maché 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 Chapeu, 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. O que buscamos aqui foi elencar as materiais primas utilizadas prioritariamente em cada um dos polos que compreendem esta pesquisa, na compilação de dados a seguir.

Listagem Geral de Matérias Primas citadas



Polo Costa do Cacau



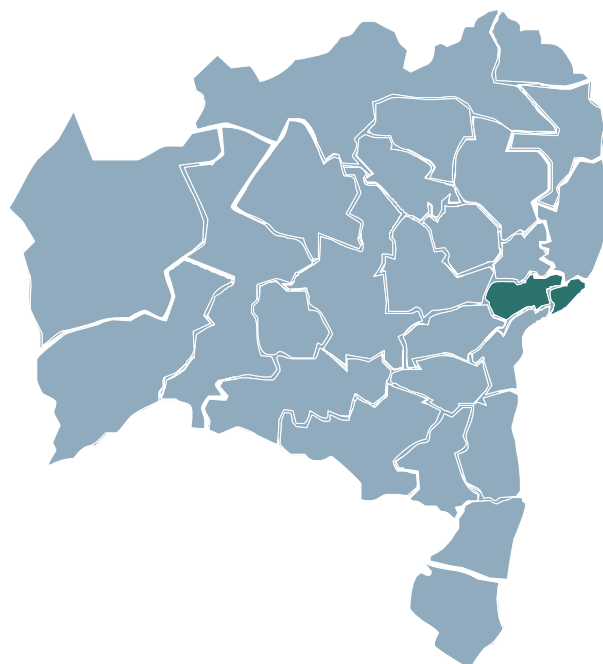
Territórios de Identidade

- Litoral Sul

Principais peças: Arte em Tecido bonecos; Arte em Tecido bolsas; Cerâmica Figurativa; Aproveitamento/ arte em coco; Trançado de fibras, luminárias, decorativo; Trançado de fibras, luminárias, decorativo; Técnicas diversas

Municípios	MATÉRIAS PRIMAS MAIS UTILIZADAS
Litoral Sul	Fios/Tecidos/confecções/bordados
	Madeira
	Materiais sintéticos (espumas e plásticos)
	Material reciclado / reciclo
	Metal
	Misto
	Palha
	Papel
	Pedra / rochas
	Piaçava
	Sementes
	Vidro
	Vime
	Gesso e parafina

Polo Territórios de Salvador, Recôncavo e Baía de Todos os Santos



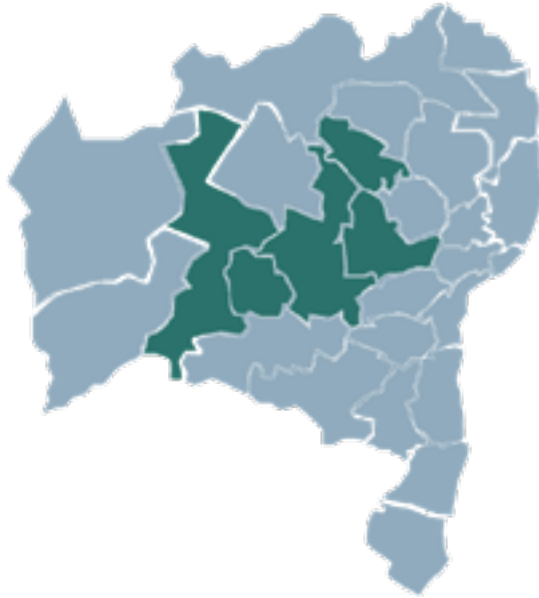
Territórios de Identidade

- Recôncavo
- Metropolitano de Salvador

Principais peças: Bolsas, cestos, trançados, toalhas de mesa, jogos americanos e técnicas mistas; exportação de peças de cerâmica (Maragogipinho); dendê, tecelagem, piaçava, madeira, cerâmica (Recôncavo)

Municípios	MATÉRIAS PRIMAS MAIS UTILIZADAS
Recôncavo	Dentes e cascos Areia Colorida Argila Borracha Cerâmica Ceras Chifres Conchas e escamas de Peixes Couros Fibras vegetais Fios/Tecidos/confecções/bordados Madeira Materiais sintéticos (espumas Material reciclado / reciclo Metal Misto Palha Papel Pedra / rochas Piaçava Sementes Vidro Vime
Cabaceiras do Paraguaçu, Cachoeira, Castro Alves, Conceição do Almeida, Cruz das Almas, Dom Macedo Costa, Governador Mangabeira, Maragogipe, Muniz Ferreira, Muritiba, Nazaré, Salinas da Margarida, Santo Amaro, Santo Antônio de Jesus, São Felipe, São Félix, Sapeaçu, Saubara, Varzedo	
Metropolitano de Salvador	
Camaçari, Candeias, Dias D'Ávila, Itaparica, Lauro de Freitas, Madre de Deus, Mata de São João, Pojuca, Salvador, São Francisco do Conde, São Sebastião do Passé, Simões Filho, Vera Cruz.	

Polo Territórios da Chapada Diamantina



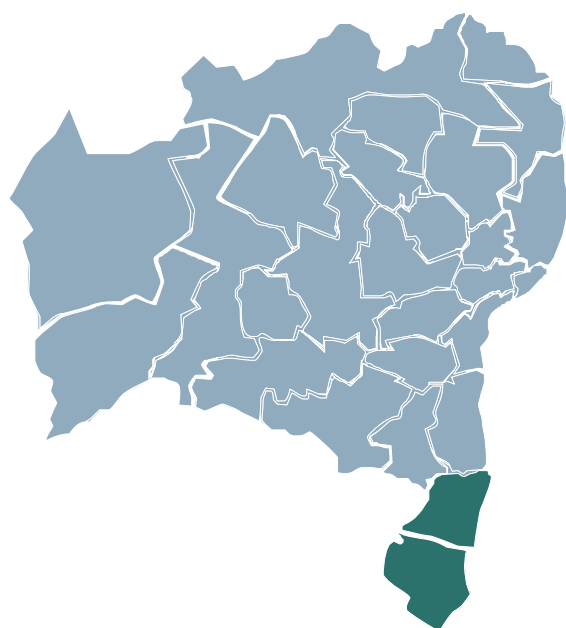
Territórios de Identidade agrupados para o Polo:

- Chapada Diamantina
- Piemonte Paraguaçu
- Piemonte da Diamantina
- Velho Chico
- Bacia do Paramirim

Principais peças: Produtos em madeira, metal e bordados rústicos feitos em tecido de linho e algodão. Pedras Preciosas (Lençóis), palha do coqueiro, madeira, renda de bilro (Velho Chico); Quartzito verde – pedra preciosa – artesanato mineral (Paramirim)

Municípios	MATÉRIAS PRIMAS MAIS UTILIZADAS
Chapada Diamantina	Dentes e cascos Gesso e parafina Argila Borracha Cerâmica Ceras Chifres Conchas e escamas de Peixes Couros Fibras vegetais Fios/Tecidos/confeções/bordados Madeira Materiais sintéticos (espumas e plásticos) Material reciclado / reciclo Metal Misto Palha Papel Pedra / rochas Piaçava Sementes Vidro
Abaíra, Andaraí, Barra da Estiva, Boninal, Bonito, Ibicoara, Ibitiara, Iramaia, Iraquara, Itaetê, Jussiape, Lençóis, Marcionílio Souza, Morro do Chapéu, Mucugê, Nova Redenção, Novo Horizonte, Palmeiras, Piatã, Rio de Contas, Seabra, Souto Soares, Utinga, Wagner.	
Piemonte Paraguaçu	
Boa Vista do Tupim, Ibiquera, Itaberaba, Lajedinho, Macajuba, Mundo Novo, Piritiba, Rafael Jambeiro, Ruy Barbosa, Tapiramutá.	
Piemonte da diamantina	
Caém, Jacobina, Miguel Calmon, Mirangaba, Ouro-lândia, Saúde, Serrolândia, Umburanas, Várzea Nova	
Velho Chico	
Barra, Bom Jesus da Lapa, Brotas de Macaúbas, Carinhanha, Feira da Mata, Ibotirama, Igaporã, Malhada, Matina, Morpará, Muquém do São Francisco, Oliveira dos Brejinhos, Paratinga, Riacho de Santana, Serra do Ramalho, Sítio do Mato.	
Bacia do Paramirim	
Boquira, Botuporã, Caturama, Érico Cardoso, Ibipitanga, Macaúbas, Paramirim, Rio do Pires.	

Polo Territórios da Costa do Descobrimento e Extremo Sul

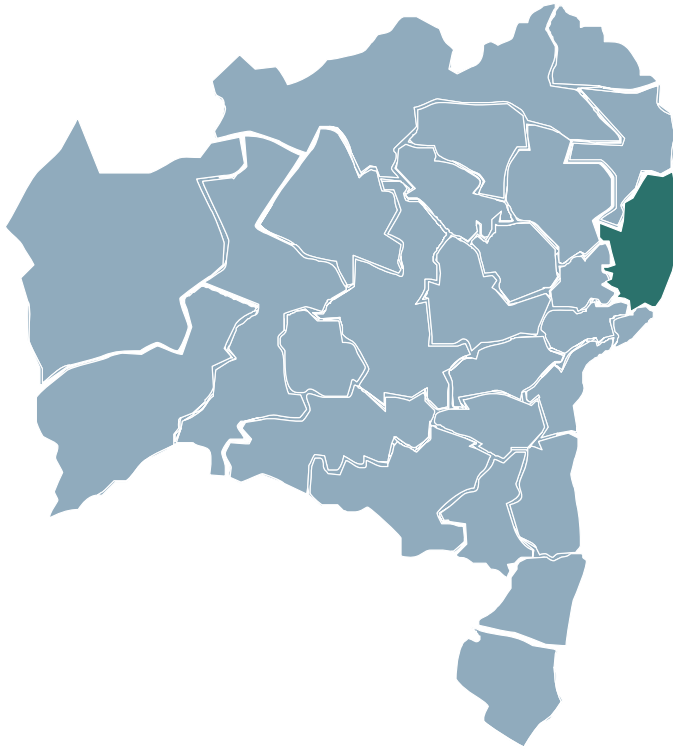


Territórios de Identidade agrupados para o Polo:

- Costa do Descobrimento
- Extremo Sul

Principais peças: Produtos em biojoias e trançados. Destaca-se também a produção de souvenir, principalmente no artesanato indígena e na tipologia madeira.

Municípios	MATÉRIAS PRIMAS MAIS UTILIZADAS
Costa do Descobrimento	Peles Penas Areia Colorida Argila Borracha Cerâmica Ceras Chifres Conchas e escamas de Peixes Couros dentes e cascos Fibras vegetais Fios/Tecidos/confecções/bordados Madeira Materiais sintéticos (espumas e plásticos) Material reciclado / reciclo Metal Misto Palha Papel Pedra / rochas Piaçava Sementes Vidro Vime
Belmonte, Eunápolis, Guaratinga, Itabela, Itagimirim, Itapebi, Porto Seguro, Santa Cruz Cabrália.	
Extremo Sul	
Alcobaça, Caravelas, Ibirapoã, Itamaraju, Itanhém, Jucuruçu, Lajedão, Medeiros Neto, Mucuri, Nova Viçosa, Prado, Teixeira de Freitas, Vereda.	

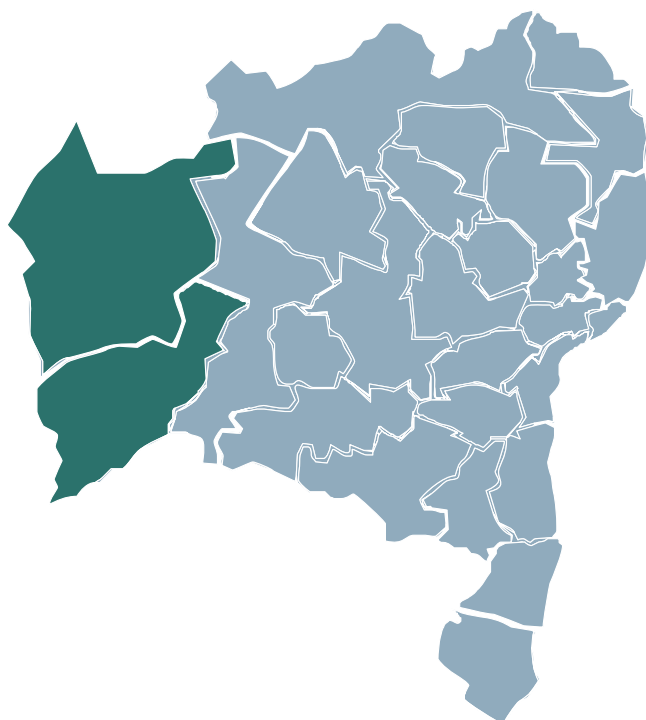
Polo: Territórios do Agreste e Litoral Norte**Territórios de Identidade agrupados para o Polo:**

- Litoral Norte e Agreste Baiano

Principais peças: Trançados de cipó e piaçava, confecção de bolsas e cestos no município de Esplanada, casaca do coco da piaçava (Conde), trançado de piaçava (Entre Rios)

Municípios	MATÉRIAS PRIMAS MAIS UTILIZADAS
Litoral Norte e Agreste Baiano	Gesso e parafina Massas Argila Cerâmica Ceras Conchas e escamas de Peixes Fibras vegetais Fios/Tecidos/confecções/bordados Madeira Materiais sintéticos (espumas plásticos Material reciclado / reciclo Metal Misto Palha Papel Pedra / rochas Piaçava Vidro
Acajutiba, Alagoinhas, Aporá, Araçás, Aramari, Cardeal da Silva, Catu,- Conde, Crisópolis, Entre Rios, Esplanada, Inhambupe, Itanagra, Itapicuru, Jandaíra, Olindina, Ouriçangas, Pedrão, Rio Real, Sátiro Dias.	

Polo: Territórios do Oeste



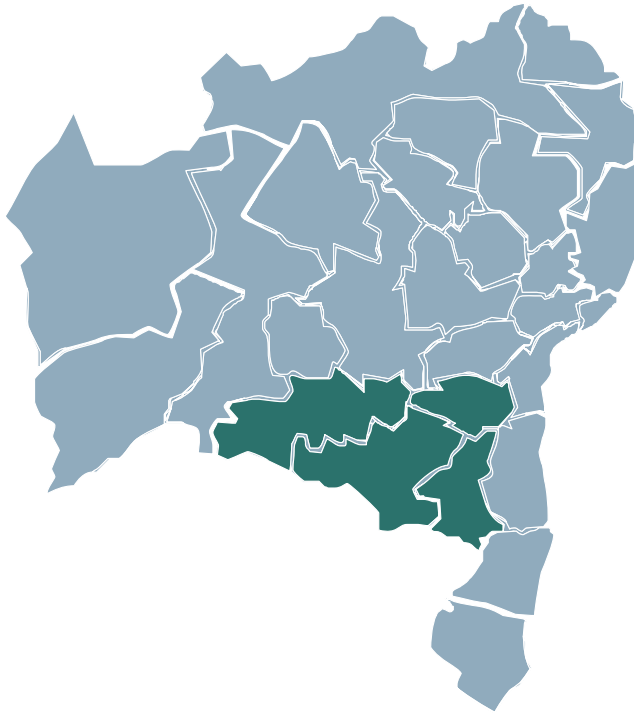
Territórios de Identidade agrupados para o Polo:

- Bacia do Rio Corrente
- Bacia do Rio Grande

Principais peças: Trançado de taboa, produções artesanais em tecido.

Municípios	MATÉRIAS PRIMAS MAIS UTILIZADAS
Bacia do Rio Grande Angical, Baianópolis, Barreiras, Buritirama, Catolandia, Cotegipe, Cristópolis, Formosa Do Rio Preto, Luís Eduardo Magalhães, Mansidão, Riachão Das Neves, Santa Rita De Cássia, São Desiderio, Wanderley.	Fibras vegetais Fios/Tecidos/confecções/bordados Madeira Materiais sintéticos (espumas e plásticos) Material reciclado / reciclo Palha
Bacia do Rio Corrente Brejolandia, Canápolis, Cocos, Coribe, Correntina, Jaborandi, Santa Maria da Vitória, Santana, São Felix Do Coribe, Serra Dourada, Tabocas do Brejo Velho.	

Polo Territórios do Sudoeste



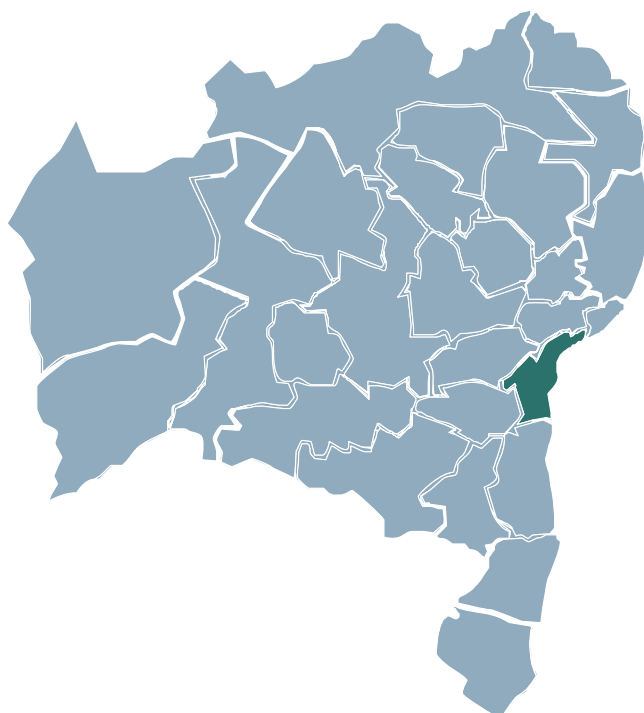
Territórios de Identidade agrupados para o Polo:

- Sudoeste Baiano
- Médio Sudoeste da Bahia
- Sertão Produtivo
- Médio Rio de Contas

Principais peças: Tecelagem, cerâmica (Sudoeste); cerâmica decorativa, rendas, bordados, bonecas de pano e objeto feitos de madeiras e pedras (Sertão Produtivo).

Municípios	MATÉRIAS PRIMAS MAIS UTILIZADAS
Sudoeste Baiano	Peles Penas Areia Colorida Argila Borracha Cerâmica Ceras Chifres Conchas e escamas de Peixes Couros dentes e cascos Fibras vegetais Fios/Tecidos/confeções/bordados Madeira Materiais sintéticos (espumas e plásticos) Material reciclado / reciclo Metal Misto Palha Papel Pedra / rochas Piaçava Sementes Vidro Vime
Anagé, Aracatu, Barra do Choça, Belo Campo, Bom Jesus da Serra, Caetanós, Cândido Sales, Caraíbas, Condeúba, Cordeiros, Encruzilhada, Guajeru, Jacaraci, Licínio de Almeida, Maetinga, Mirante, Mortugaba, Piripá, Planalto, Poções, Presidente Jânio Quadros, Ribeirão do Largo, Tremedal, Vitória da Conquista.	
Médio Sudoeste da Bahia	
Caatiba, Firmino Alves, Ibicuí, Iguai, Itambé, Itapetinga, Itarantim, Itororó, Macarani, Maiquinique, Nova Canaã, Potiraguá, Santa Cruz da Vitória.	
Sertão Produtivo	
Brumado, Caculé, Caetitê, Candiba, Contendas do Sincorá, Dom Basílio, Guanambi, Ibiassucê, Ituaçu, Iuiú, Lagoa Real, Livramento de Nossa Senhora, Malhada de Pedras, Palmas de Monte Alto, Pindaí, Rio do Antônio, Sebastião Laranjeiras, Tanhaçu, Tanque Novo, Urandi.	
Médio Rio de Contas	
Aiquara, Apuarema, Barra do Rocha, Boa Nova, Dário Meira, Gongogi Ibirataia, Ipiaú, Itagi, Itagibá, Itamari, Jequié, Jitaúna, Manoel Vitorino, Nova Ibiá, Ubatã.	

Polo Territórios da Costa do Dendê



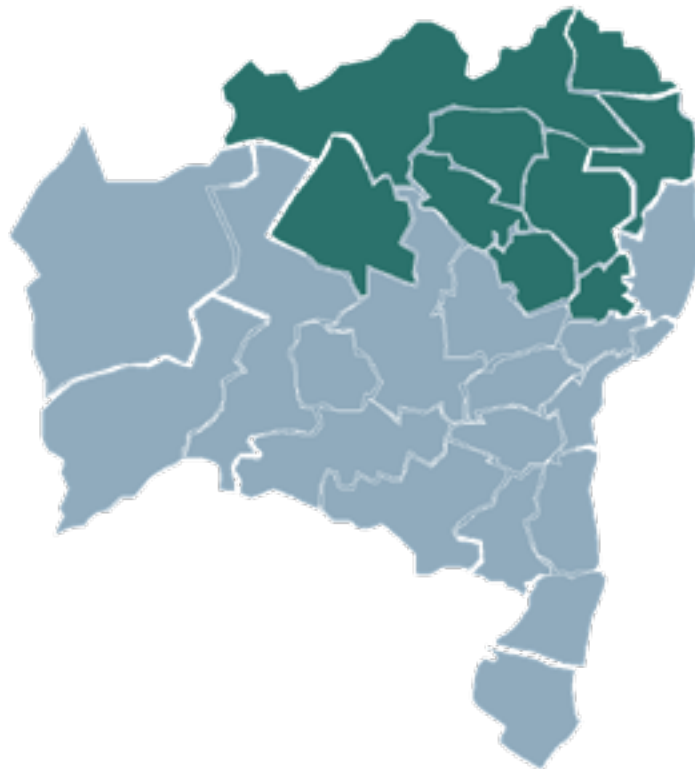
Territórios de Identidade agrupados para o Polo:

- Baixo Sul

Principais peças: Palha, dendê, cestarias e trançados

Municípios	MATÉRIAS PRIMAS MAIS UTILIZADAS
Baixo Sul Aratuípe, Cairu, Camamu, Gandu, Ibirapitanga, Igrapiúna, Ituberá, Jaguaripe, Nilo Peçanha, Piraí do Norte, Presidente Tancredo Neves, Taperoá, Teolândia, Valença, Wenceslau Guimarães.	Peles Penas Areia Colorida Cerâmica Chifres Conchas e escamas de Peixes Couros dentes e cascos Fios/Tecidos/confecções/bordados Materiais sintéticos (espumas e plásticos) Material reciclado / reciclo Metal Palha Papel Piaçava Sementes

Polos dos Territórios do Sertão, Sisal e São Francisco



Territórios de Identidade agrupados para o Polo

- Irecê
- Sisal
- Bacia do Jacuípe
- Seminário Nordeste II
- Portal do Sertão
- Itaparica
- Piemonte Norte do Itapicuru
- Sertão do São Francisco

Principais peças: Cerâmica (Lajes); produção de redes, mantas e colchas (Paulo Afonso), carrancas do Rio São Francisco (Juazeiro); Fibras naturais, caroá, tecidos (Sisal); Madeira, cerâmica (Sertão do São Francisco); palha, fuxicos. Couro e barro destaques em – Andorinha, Jaguarari – palha (Norte do Itapicuru); Cerâmica – Irará (Portal do Sertão); couro e palha (Bacia do Jacuípe).

Municípios	MATÉRIAS PRIMAS MAIS UTILIZADAS
Irecê	Peles Penas Areia Colorida Argila Borracha Cerâmica Ceras Chifres Conchas e escamas de Peixes Couros dentes e cascos Fibras vegetais Fios/Tecidos/confecções/bordados Madeira Materiais sintéticos (espumas e plásticos) Material reciclado / reciclo Metal Misto Palha Papel Pedra / rochas
América Dourada, Barra do Mendes, Barro Alto, Cafarnaum, Canarana, Central, Gentio do Ouro, Ibipêba, Ibititá, Ipupiara, Irecê, Itaguaçu da Bahia, João Dourado, Jussara, Lapão, Mulungu do Morro, Presidente Dutra, Uibaí, São Gabriel, Xique-Xique.	
Sisal	
Araci, Barrocas, Biritinga, Candeal, Cansanção, Conceição do Coité, Ichu, Itiúba, Lamarão, Monte Santo, Nordestina, Queimadas, Quijingue, Retirolândia, Santaluz, São Domingos, Serrinha, Teofilândia, Tucano, Valente...	
Bacia do Jacuípe	
Baixa Grande, Capela do Alto Alegre, Capim Grosso, Gavião, Ipirá, Mairi, Nova Fátima, Pé de Serra, Pintadas, Quixabeira, Riachão do Jacuípe, São José do Jacuípe, Serra Preta, Várzea da Roça, Várzea do Poço.	
Semiárido Nordeste II	

Adustina, Antas, Banzaê, Cícero Dantas, Cipó, Coronel João Sá Euclides da Cunha, Fátima, Heliópolis, Jeremoabo, Nova Soure, Novo Triunfo, Paripiranga, Pedro Alexandre, Ribeira do Amparo, Ribeira do Pombal, Santa Brígida, Sítio do Quinto.	Piaçava Sementes Vidro Vime
Portal do Sertão	
Água Fria, Amélia Rodrigues, Anguera, Antônio Cardoso, Conceição da Feira, Conceição do Jacuípe, Coração de Maria, Feira de Santana, Ipecaetá, Irará, Santa Bárbara, Santanópolis, Santo Estêvão, São Gonçalo dos Campos, Tanquinho, Teodoro Sampaio, Terra Nova..	
Itaparica	
Abaré, Chorrochó, Glória, Macururé, Paulo Afonso, Rodelas.	
Piemonte Norte do Itapicuru	
Andorinha, Antônio Gonçalves, Caldeirão Grande, Campo Formoso, Filadélfia, Jaguarari, Pindobaçu, Ponto Novo, Senhor do Bonfim.	
Sertão do São Francisco	
Campo Alegre de Lourdes, Canudos, Casa Nova, Curaçá, Juazeiro, Pilão Arcado, Remanso, Sento Sé, Sobradinho, Uauá.	

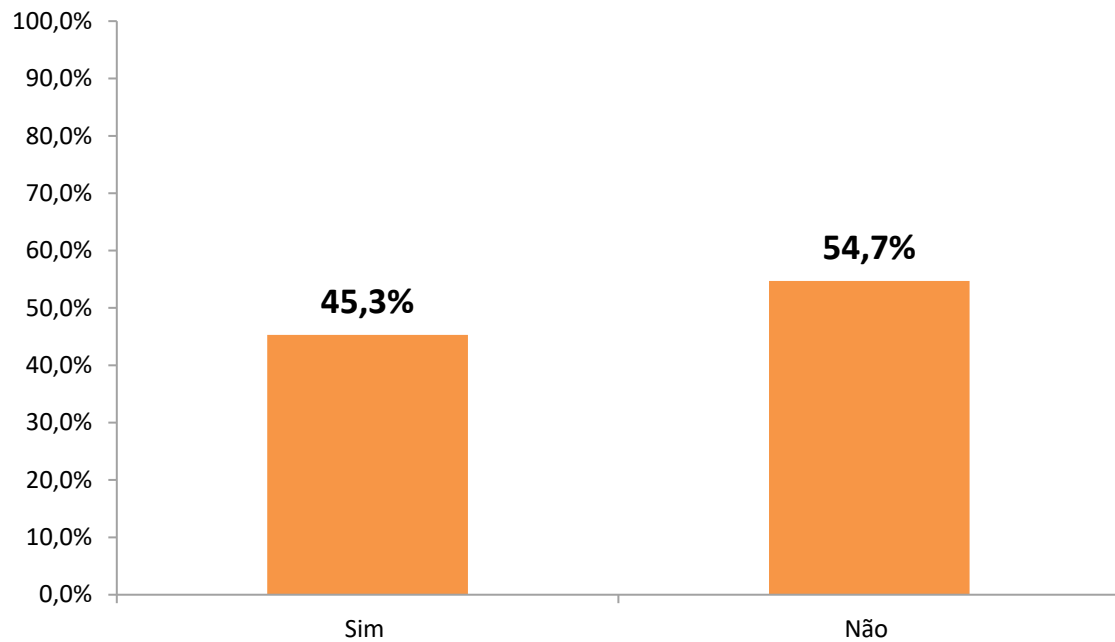
Na Bahia, ressalta-se essa importância da importância da “identidade” como elemento que nomeia uma política pública, como base para o desenvolvimento regional. E, neste sentido, a expressão “territórios de identidade” confere ao conceito de território uma maior ênfase no aspecto cultural e no reconhecimento dos elementos de distinção local. Essa distinção se apresenta no nível dos municípios e consequentemente dos seus respectivos territórios de identidade. Segue abaixo um quadro síntese, que estabelece uma relação entre as principais matérias primas citadas e seus respectivos territórios .

Território de Identidade	Principais Características
Irecê	Madeira, material reciclado
Velho Chico	Palhas, Couro
Chapada Diamantina	Pedras preciosas, palhas
Sisal	Fibras vegetais
Litoral Sul	Fios Tecidos/ Confecções e Bordados Fibras
Baixo Sul	Cerâmica Aproveitamento de madeira, Sementes e cascas
Extremo Sul	Fibras
Médio Sudoeste da Bahia	Fios tecidos
Vale do Jiquiriçá	Fios Tecidos/ Confecções e Bordados

Sertão do São Francisco	Madeira, Cerâmica
Bacia do Rio Grande	Fios tecidos / sementes
Bacia do Paramirim	Pedras preciosas
Sertão Produtivo	Artesanato de barro; confecção de chapéu, vassouras e esteiras de palha; pedras
Piemonte do Paraguaçu	Fios Tecidos/ Confecções e Bordados
Bacia do Jacuípe	Couro e Palha
Piemonte da Diamantina	Fios Tecidos/ Confecções e Bordados
Semiárido Nordeste II	Fios Tecidos/ Confecções e Bordados / Sementes
Litoral Norte e Agreste Baiano	Fibras
Portal do Sertão	Fios Tecidos/ Confecções e Bordados Materiais Sintéticos
Sudoeste Baiano	Fios Tecidos
Recôncavo	Cerâmica, Madeira
Médio Rio de Contas	Fios Tecidos/ Confecções e Bordados
Bacia do Rio Corrente	Fios, tecidos Madeira e Couro
Itaparica	Cerâmica, madeira, sementes, couro e palha,
Piemonte Norte do Itapicuru	Fibras
Metropolitano de Salvador	Metais, fios tecidos, reciclo
Costa do Descobrimento	Madeira



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%

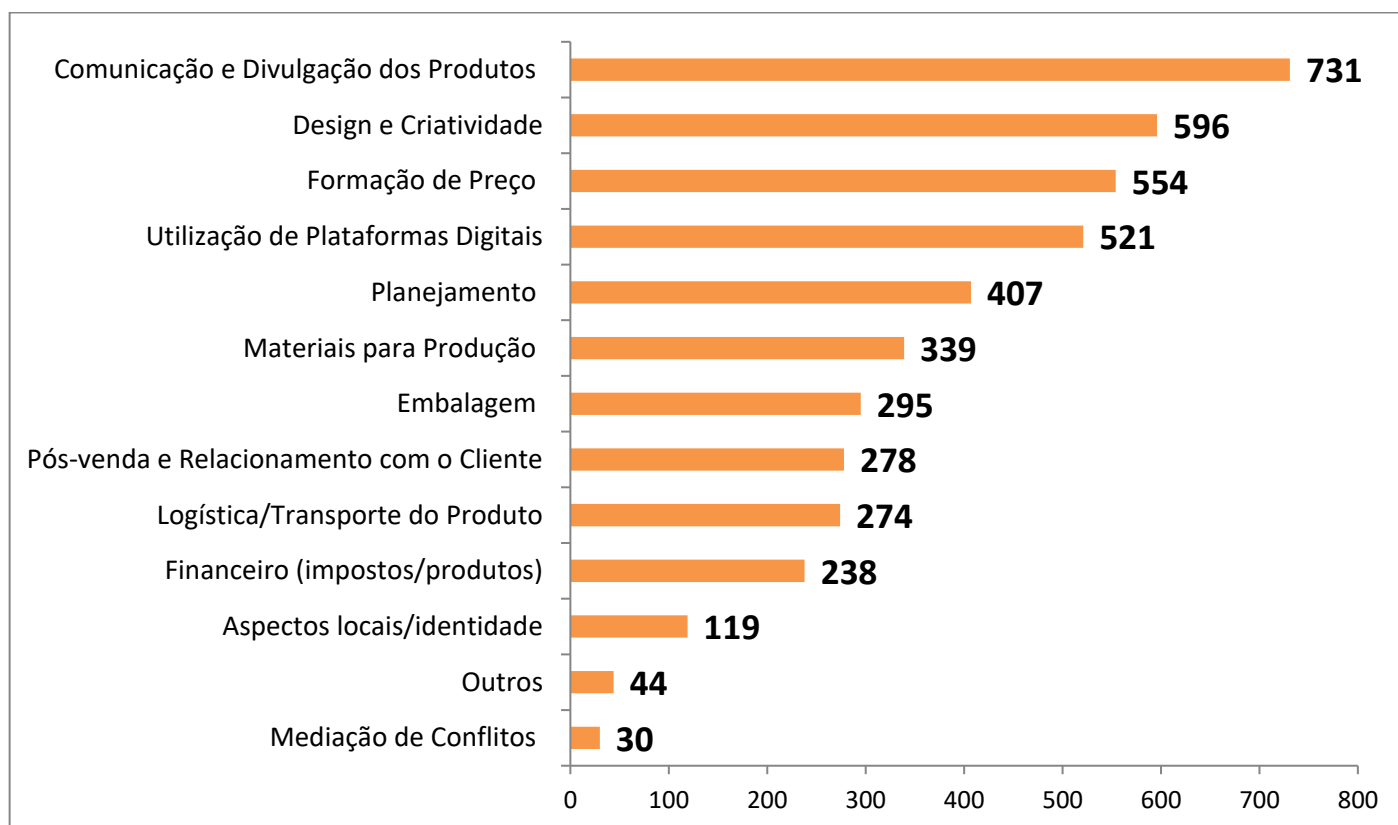
Nota: Universo = 1011 respondentes

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. Se pensarmos em uma “pedagogia do artesanato”

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 artesanato, 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: 4426 respostas válidas no universo de 1000 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 4426 respostas válidas no Universo de 1000 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 juntos 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 a 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 esse 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,o rientação para exportação, orientação direta para exposição de uma coleção dos nossos produtos
Técnicas de modelagem em esculturas de argila.

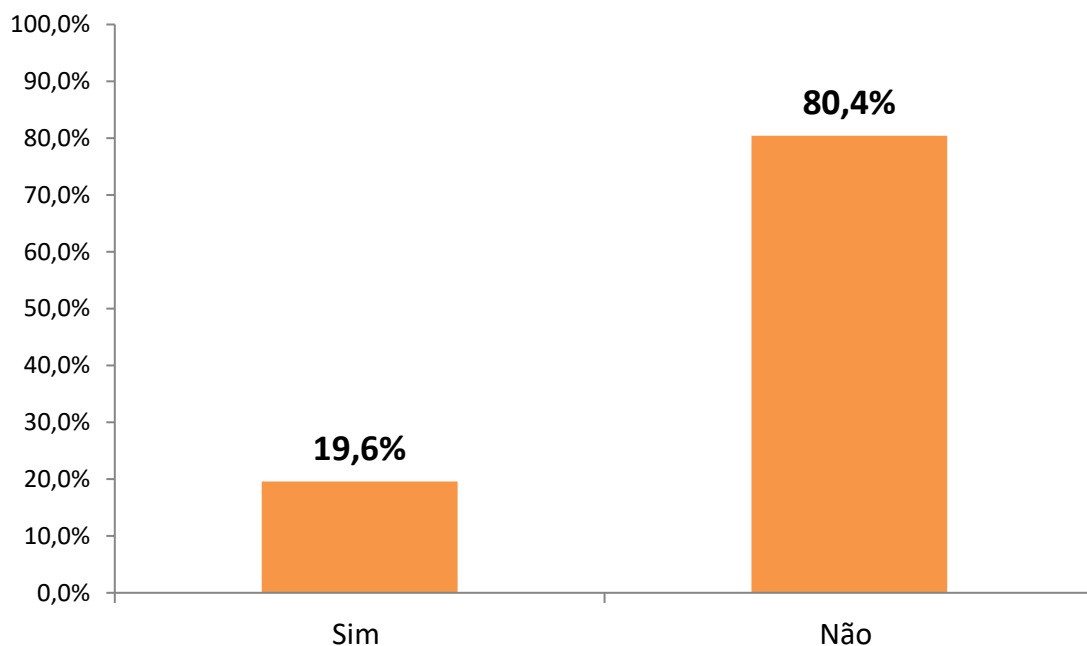
Repassando a tradição do barro e pintura no tauá e tabatinga.

Artesanato afro-indígena

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 apresenta-se 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 = 1011 respondentes

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.

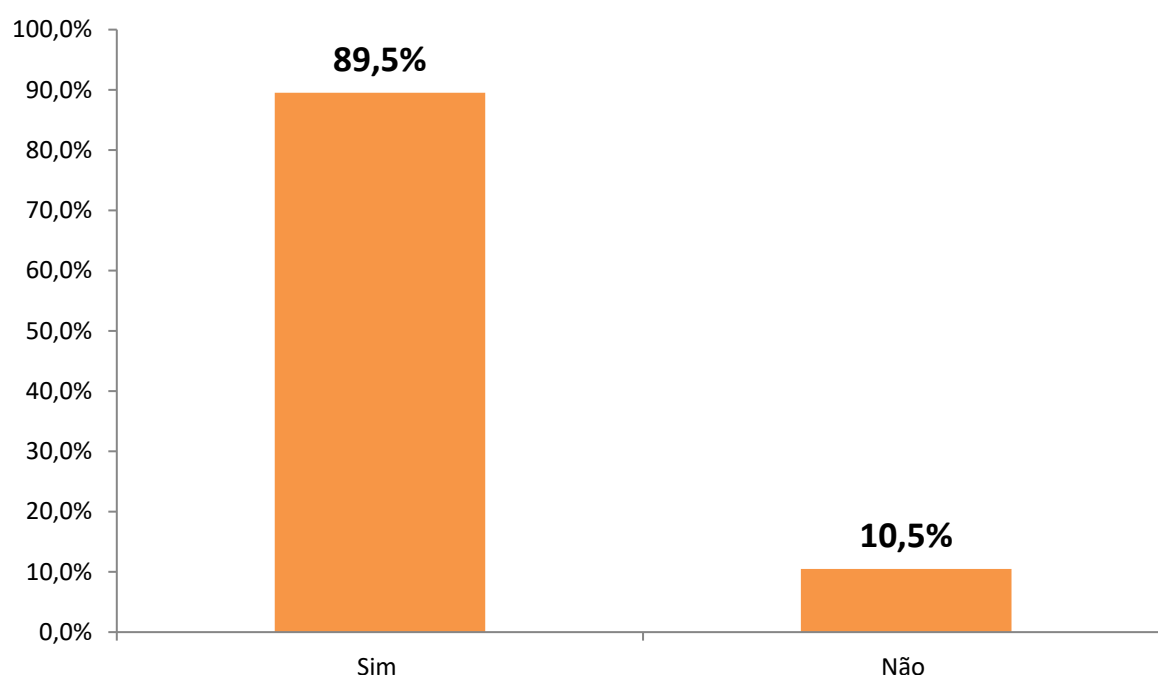
1

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.

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 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 pólo 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?

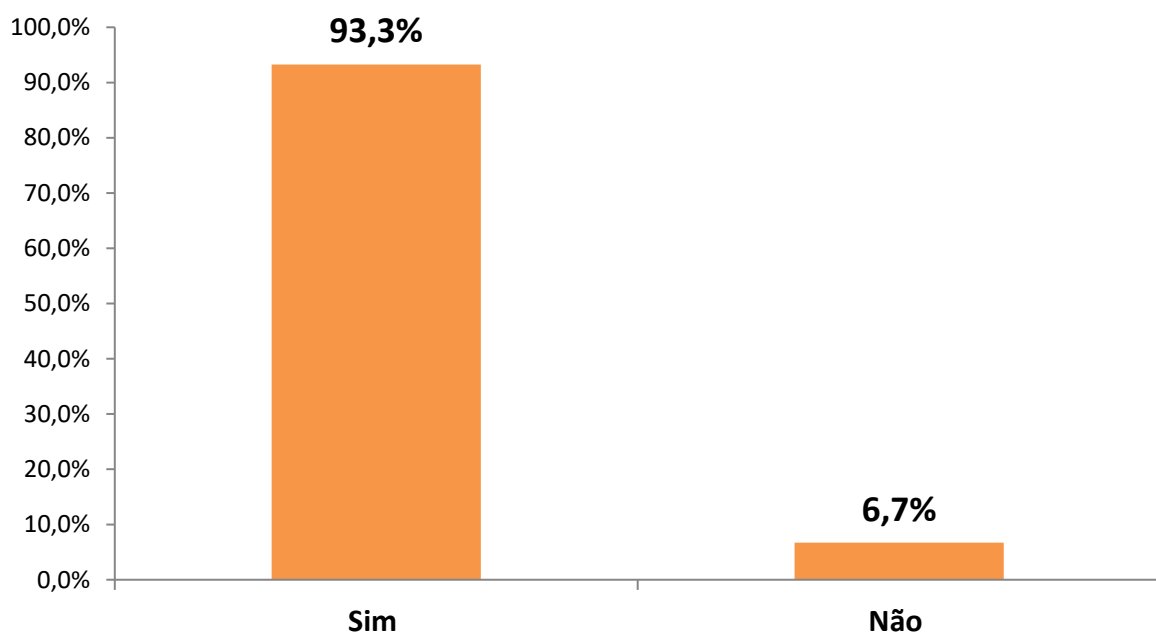


Opções de respostas	Frequência absoluta	Frequência Relativa
Sim	905	89,5%
Não	106	10,5%
Total	1011	100,0%

Nota: Universo = 1011 respondentes

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?

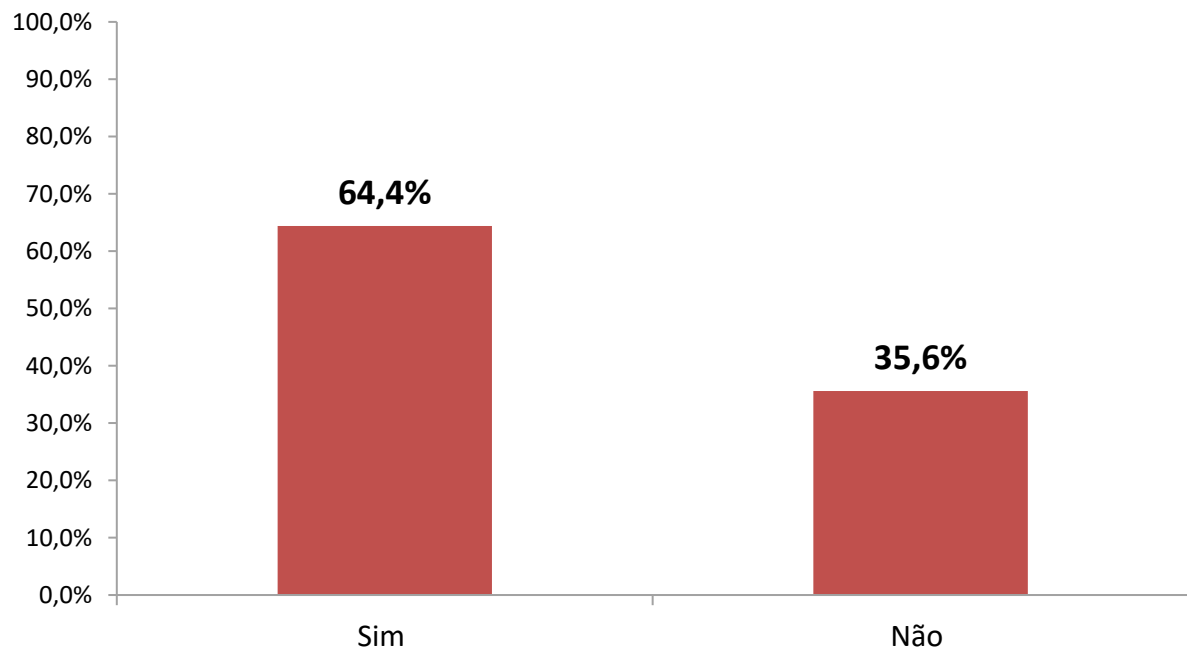


Opções de respostas	Frequência absoluta	Frequência Relativa
Sim	943	93,3%
Não	68	6,7%
Total	1011	100,0%

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, sendo 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.



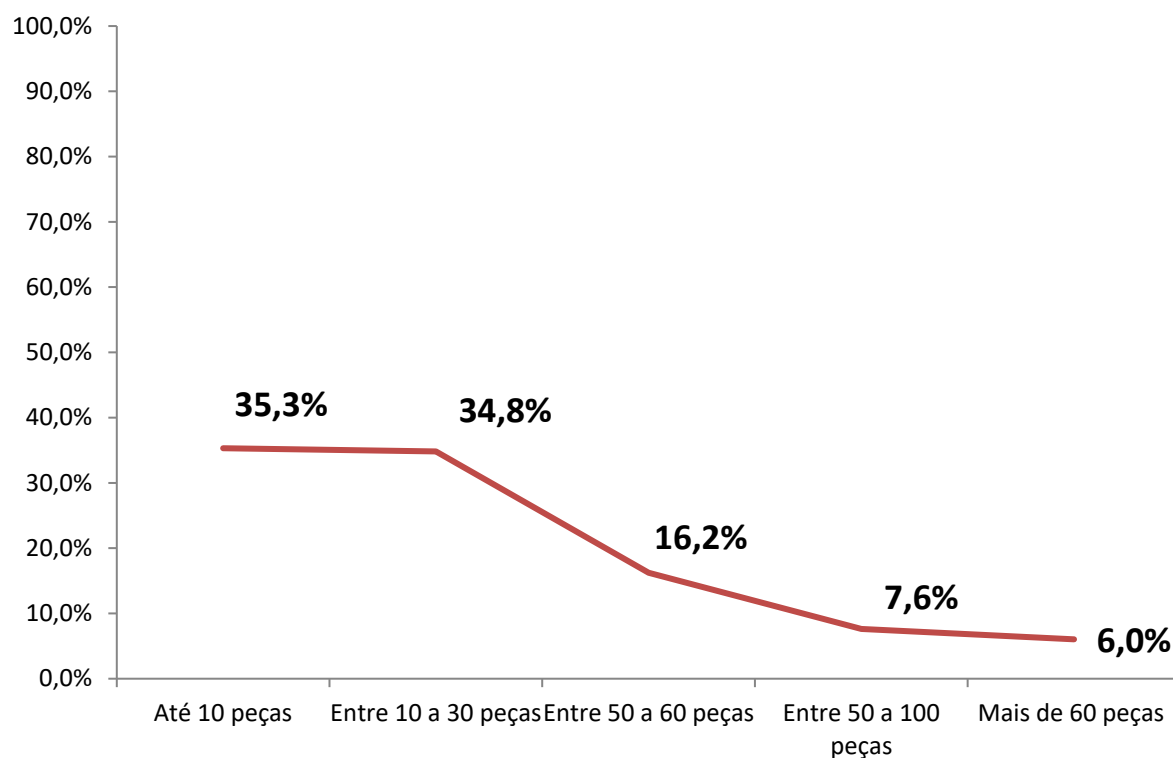
COMERCIALIZAÇÃO

Já participou de alguma feira?**Participação em Feiras****Opções de respostas****Frequência absoluta****Frequência Relativa**Fábrica Cultural
Contrato de Gestão 024/19

Sim	651	64,4%
Não	360	35,6%
Total	1011	100,0%

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 Negócio do Sebrae, os Salões de Arte Popular, dentre outros, são importantes referências para o segmento artesanal e seu desenvolvimento no país.

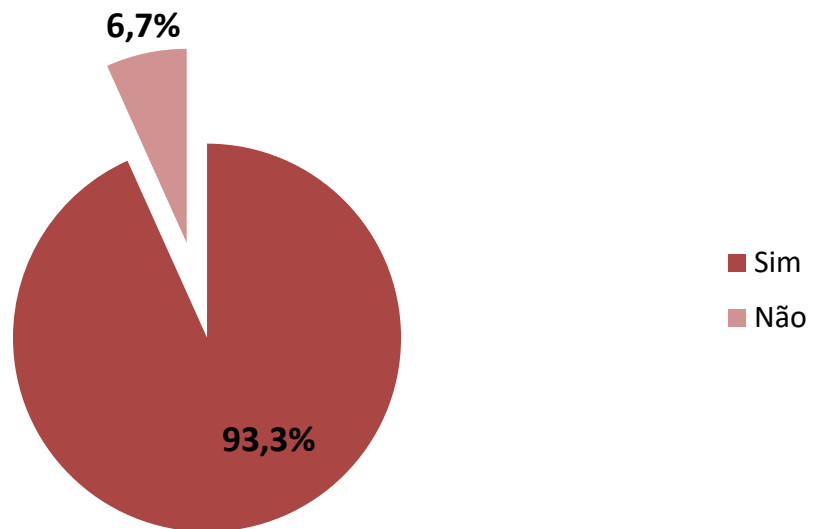
Qual a sua produção atual por mês?



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	1011	100,0%

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?

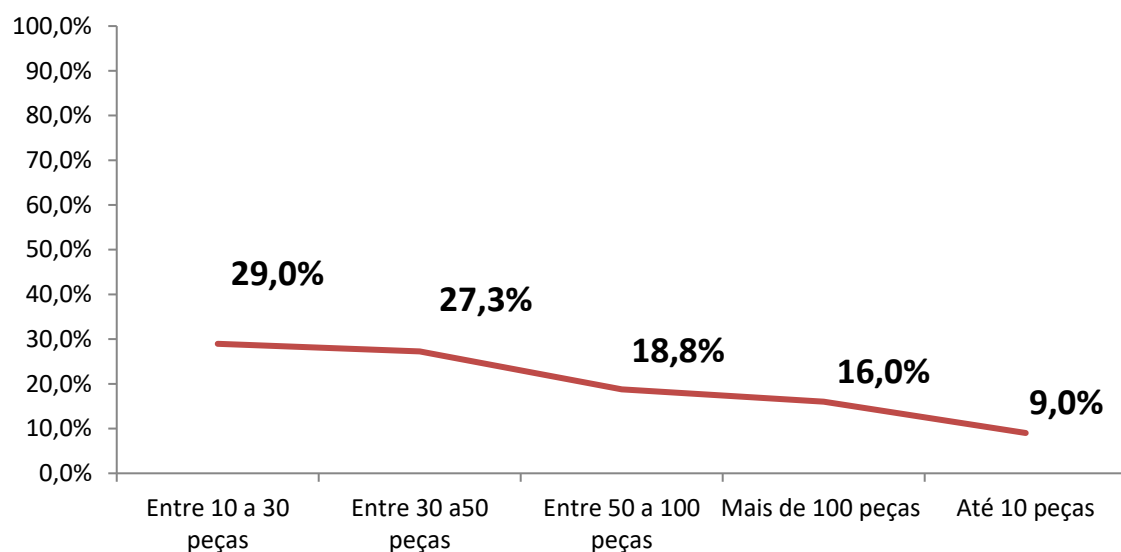
Você gostaria de aumentar a sua capacidade de produção (produzir mais peças por mês)?



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

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)?

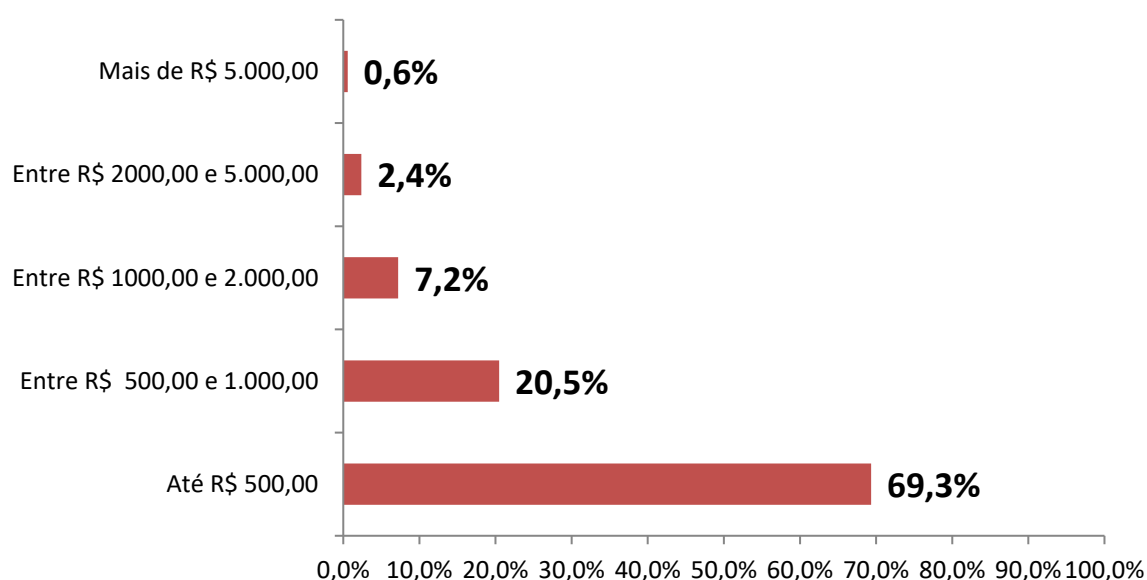


Quando perguntado sobre a comercialização destas peças, o número é bastante próximo ao de produção, com 56,3% de respostas, indicando uma comercialização de até 50 peças. Se cruzarmos ambas as informações, veremos que é possível ampliar e fortalecer o segmento.

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.

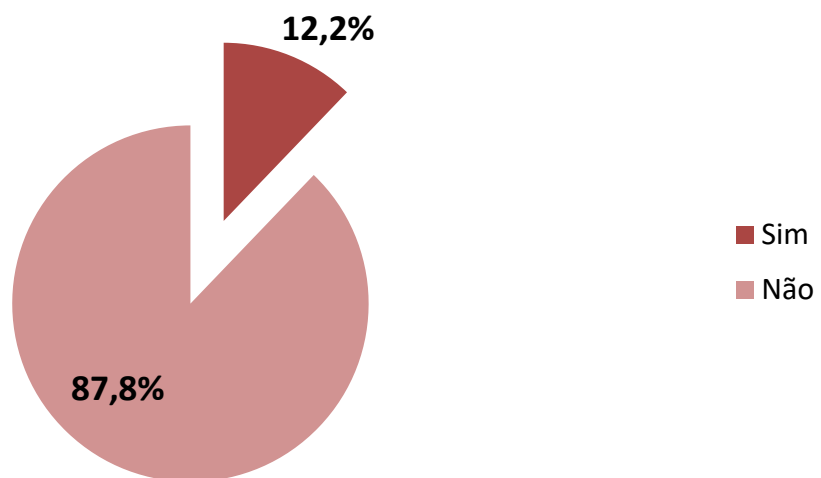
Qual o volume de vendas comercializado por mês?



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	1011	100,0%

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?



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

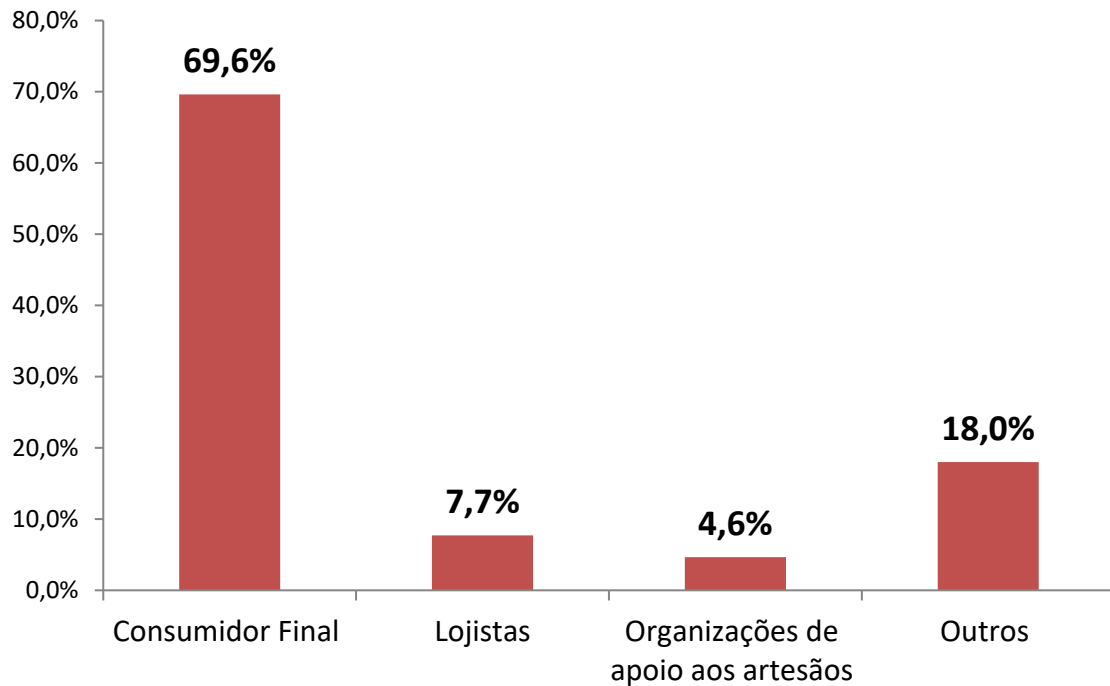
Um percentual expressivo de 87,8 % de respondentes nunca participou de uma rodada de negócios. O que isto pode revelar? Primeiro, podemos supor que as rodadas de negócios têm sido restritivas e não atingem o propósito de divulgação da diversidade do artesanato do Estado. Segundo, que a maioria dos artesãos 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.

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 negócio 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?

^{2 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>



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	1011	100,0%

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 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 ao 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 os 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 Antonio 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
AMOSP	Cairu
ARCBB	Cruz das Almas
Art Bella	Salvador
Arte em retalhos	Caetite
ARTECOR - Associação dos Arteiros do Corrente	Jequié
Artes da Serra	Muritiba
Artesanato Pinheiro	Lamarão
Artesanato Quilombo dos Anjos	Candiba
Ascam	Maragojipe
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 Artesãos do São Rafael	Salvador
Associação de Artesãos 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	Itubera
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 criam	Catu
Associação Mãos que Realizam Artes	Feira de Santana
Associação Rural Cultural Beneficente dos Remanescentes	Pedrao
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 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 Fibra do Sertão	Valente

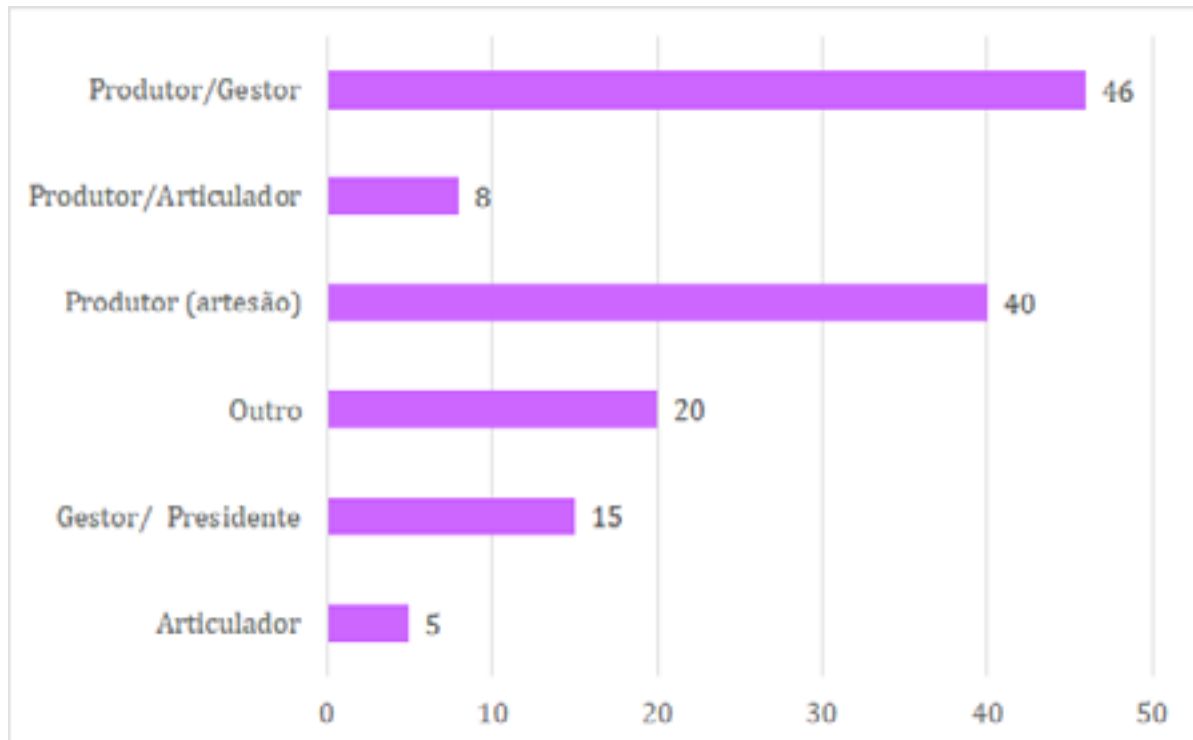
Coopvitoria - Cooperativa de Trabalho e Produção de Calçados dos Moradores do Bairro Vila Vitória	Porto Seguro
COPIS - Cooperativa de Produção da Região do Piemonte da Diamantina	Capim Grosso
Costa do descobrimento	Porto Seguro
Costurarte - Associação de Costureiras	Santa Luzia
Doralice Benicio da Silva Guimarães	Irecê
Ebí Wúrà	Salvador
Estação Barroca	Salvador
Evany batista Galvão (Atitude Certa)	Porto Seguro
Filhos do Mundo	Salvador
Friboart - Grupo Frivolité 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 Jacuipé
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

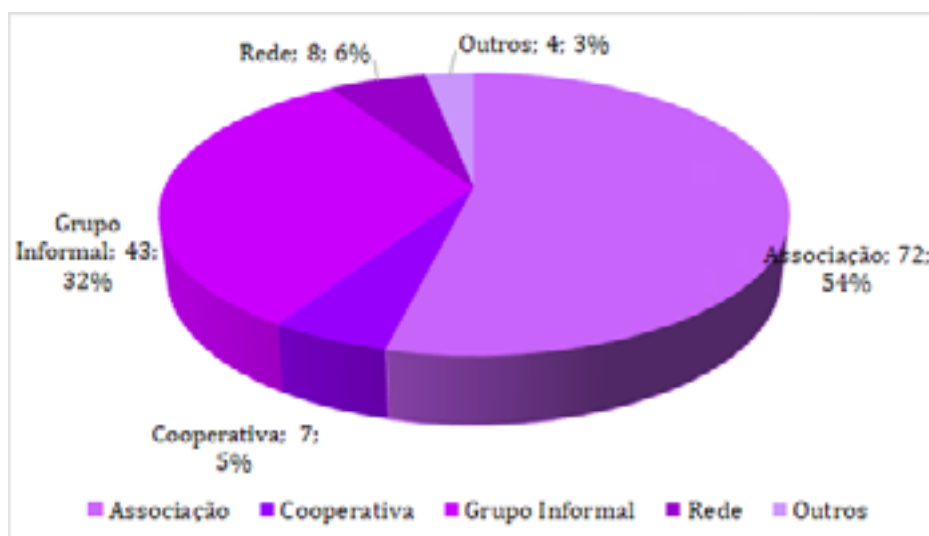
seguimento à exposição dos dados com breves comentários que possam elucidar o contexto de atuação desses grupos no segmento de artesanato na Bahia.

Função que o representante desempenha no grupo produtivo



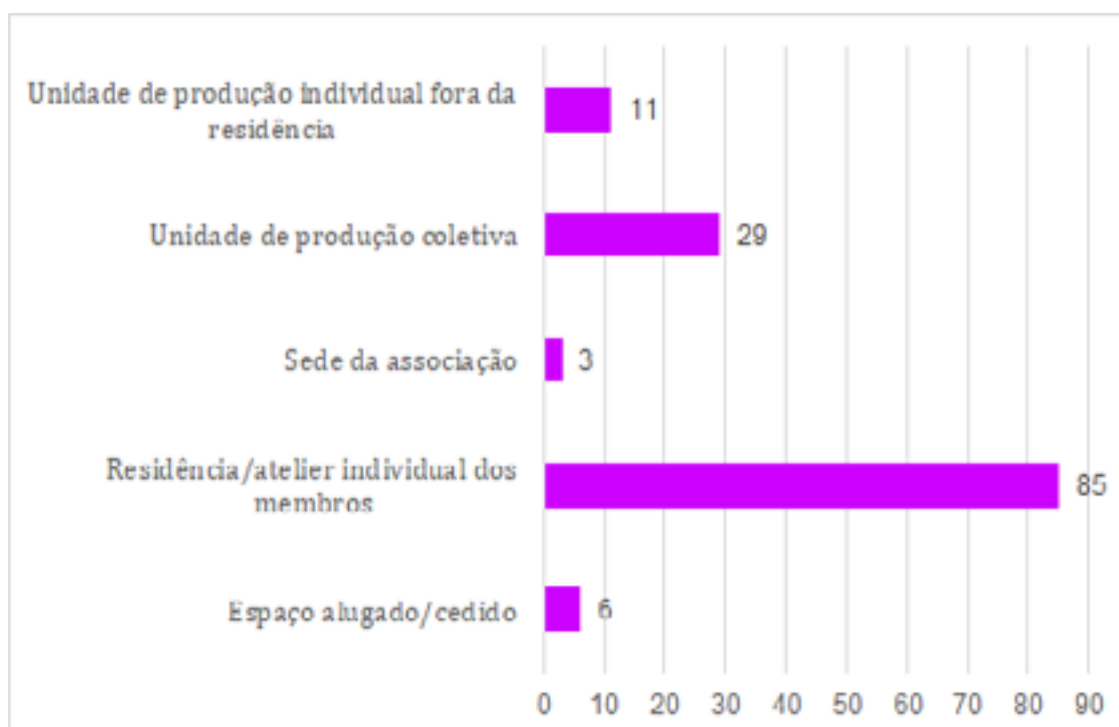
Vimos que os representantes de grupo, em sua maioria, são artesãos (**94 respondentes - 82%**), que podem assumir outras funções de relevância no coletivo, a exemplo da gestão (34,3%) e articulação (6%). Temos um percentual de 11% de representantes que são gestores, presidentes ou fundadores, não se 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

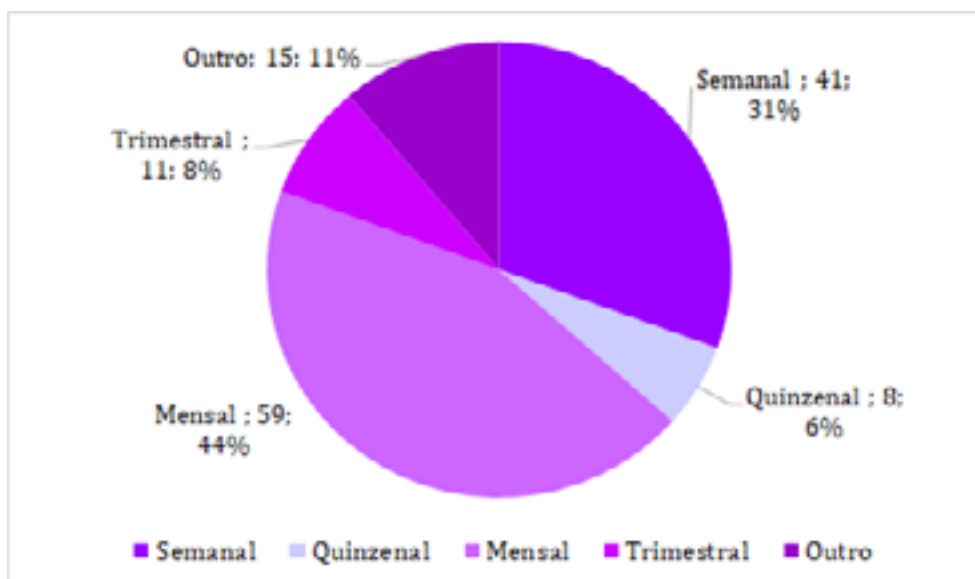
não muda no contexto de grupo, com **71,6%** produzindo em unidade individual dentro ou fora da sua residência e apenas **28,4%** que utiliza a unidade de produção coletiva do grupo, sede ou espaço alugado para produzir.

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



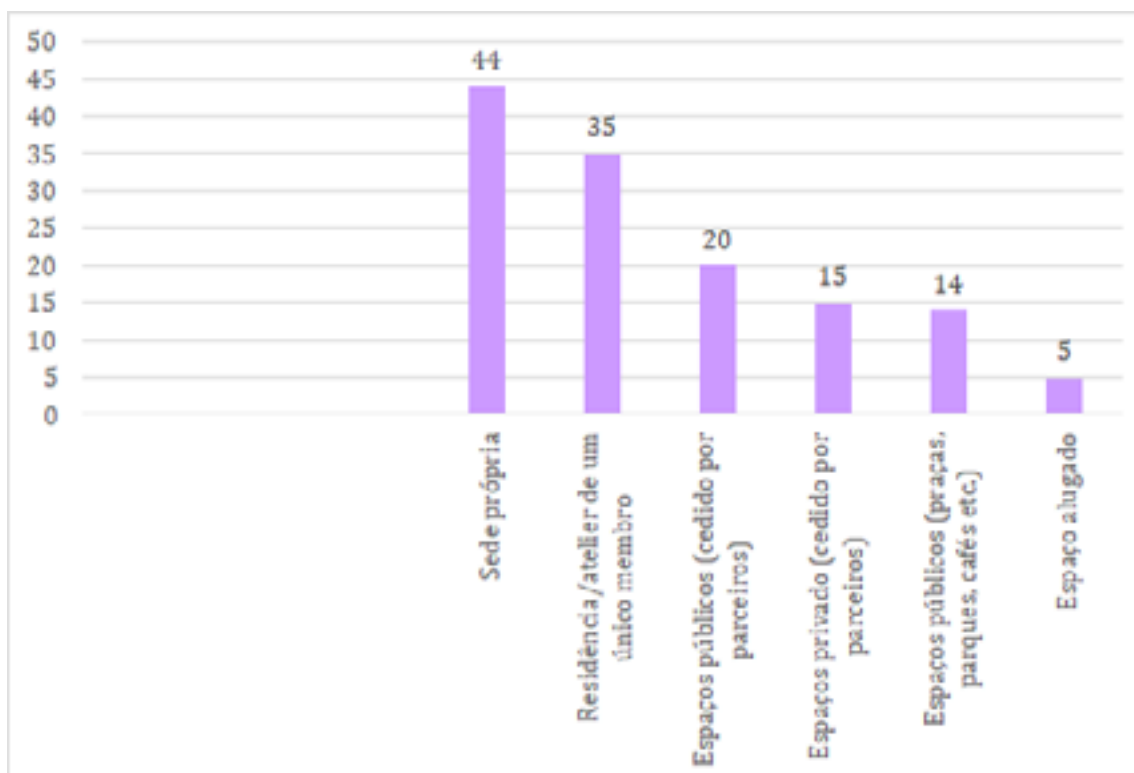
O gráfico acima revela que há duas atividades centrais, que mobilizam os profissionais a se organizarem em grupos ou associações: a produção artesanal (**81 registros**) e a sua comercialização (**98 registros**). Em seguida, vimos que a capacitação (73 registros) e a aquisição de insumos e matéria-prima (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?



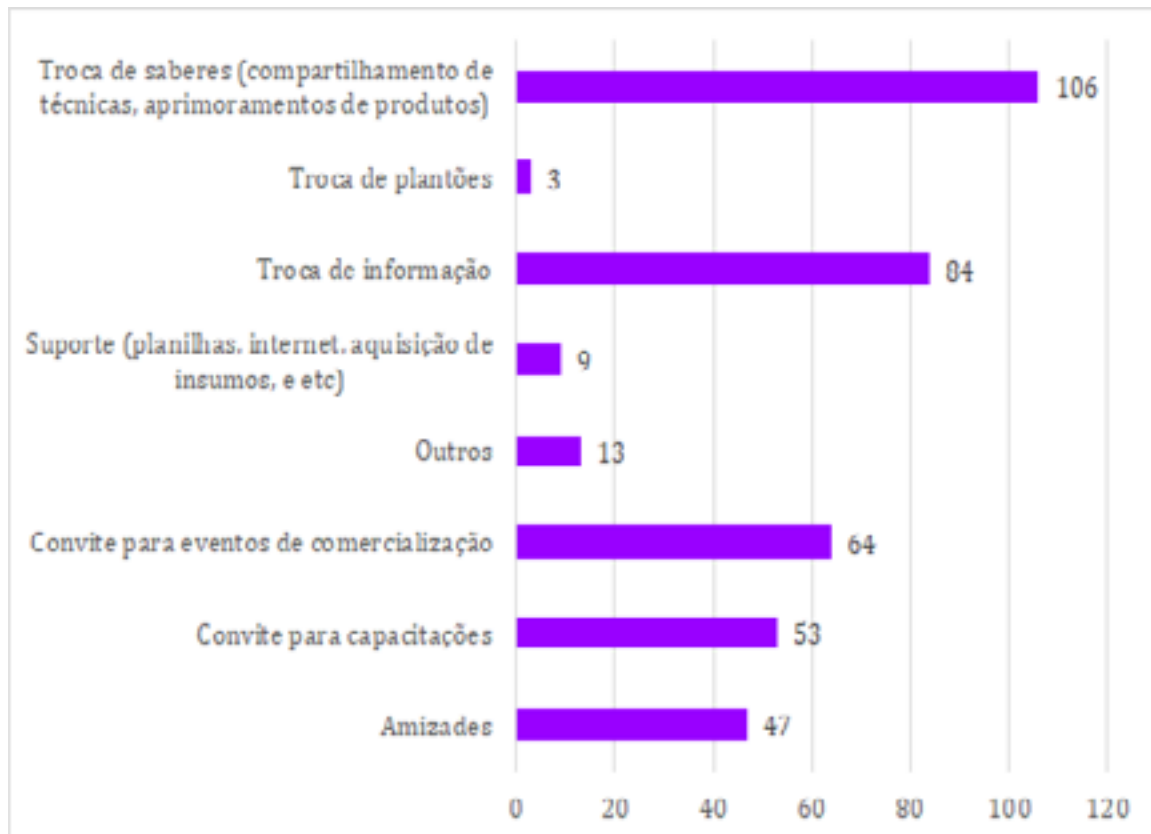
Nesta amostragem, vimos que **50%** dos grupos se reúnem com uma periodicidade quinzenal ou mensal, e **31%** semanalmente. Se a produção, uma das principais atividades dos coletivos, ocorre para a maioria em espaços individuais, esse dado alinha-se ao anterior e mostra que os grupos promovem outras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

Qual o local de realização dos encontros presenciais do grupo?



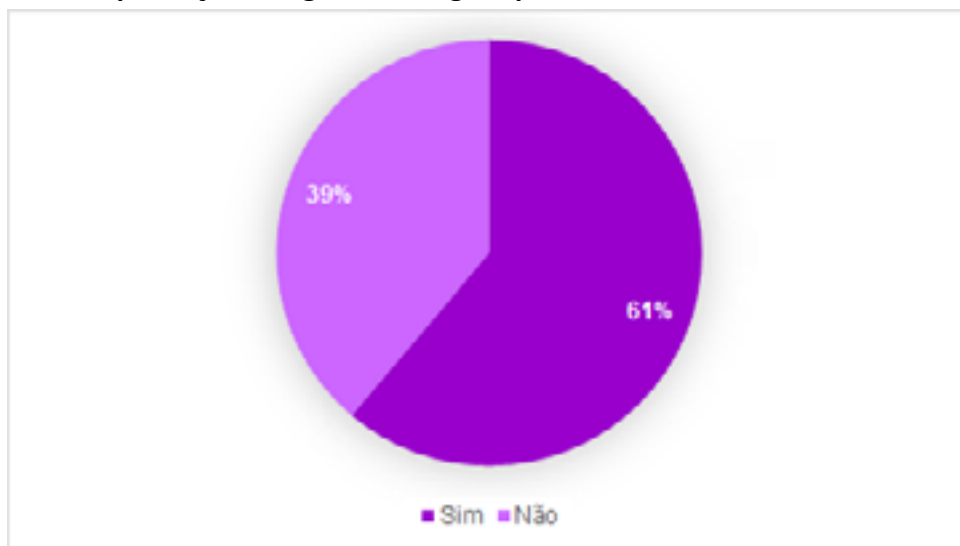
Os encontros ocorrem na sede da organização (**32,8%**), na residência ou atelier de um dos membros (**26,11%**), podendo também acontecer em espaços cedidos (**26,11%**), espaços públicos (**10,4%**) ou alugado (**4,6%**). Vimos que $\frac{1}{3}$ dos grupos precisa solicitar apoio de parceiros governamentais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

O que te motiva a participar do grupo produtivo?



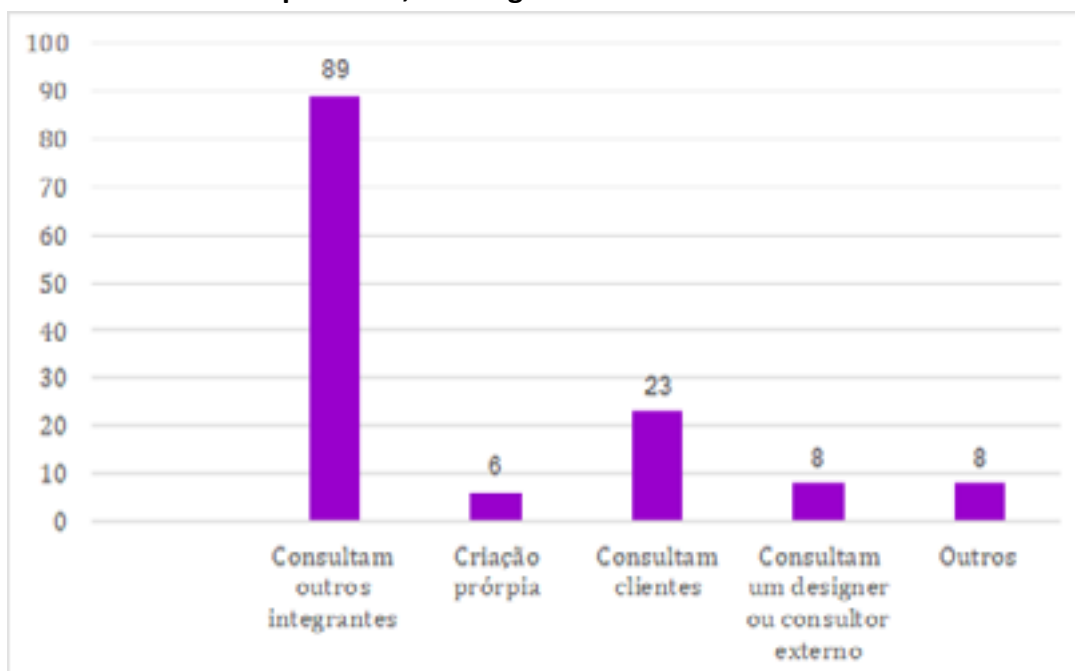
Para os representantes que responderam à pesquisa, os grupos são espaços de aprendizagem, visto que **79,1%** citaram como motivação a “troca de saberes” e **62,7%** escolheram a “troca de informações”. Em terceiro lugar aparece “convite para eventos de comercialização” e “convite para capacitações” (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.

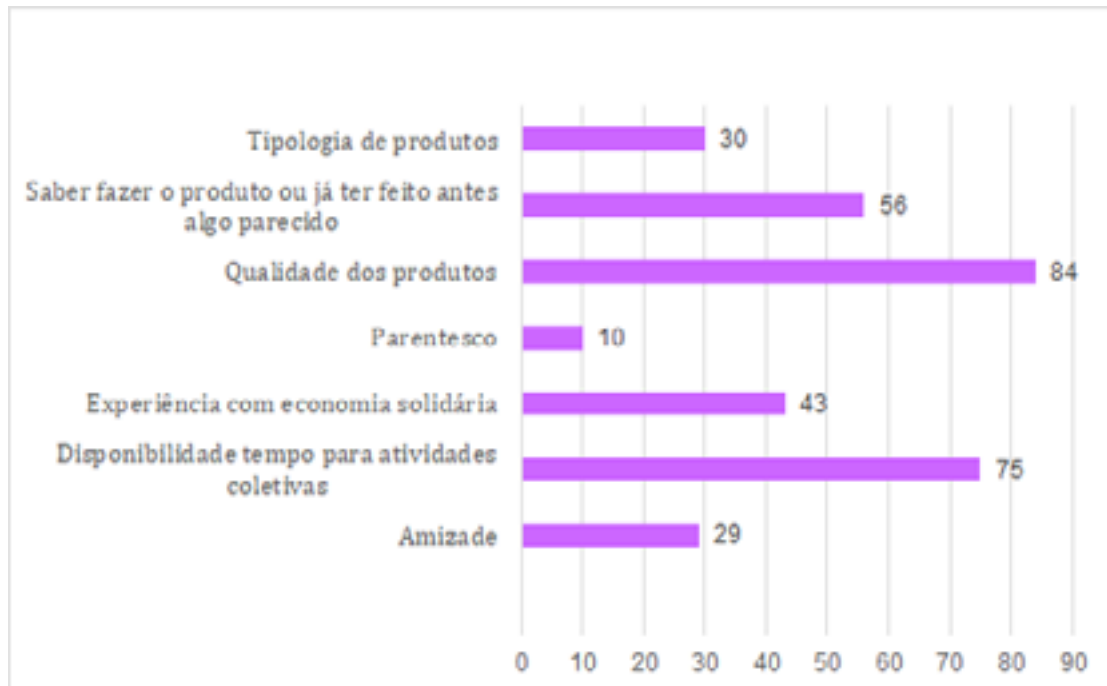
Para desenvolver os produtos, os integrantes:



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

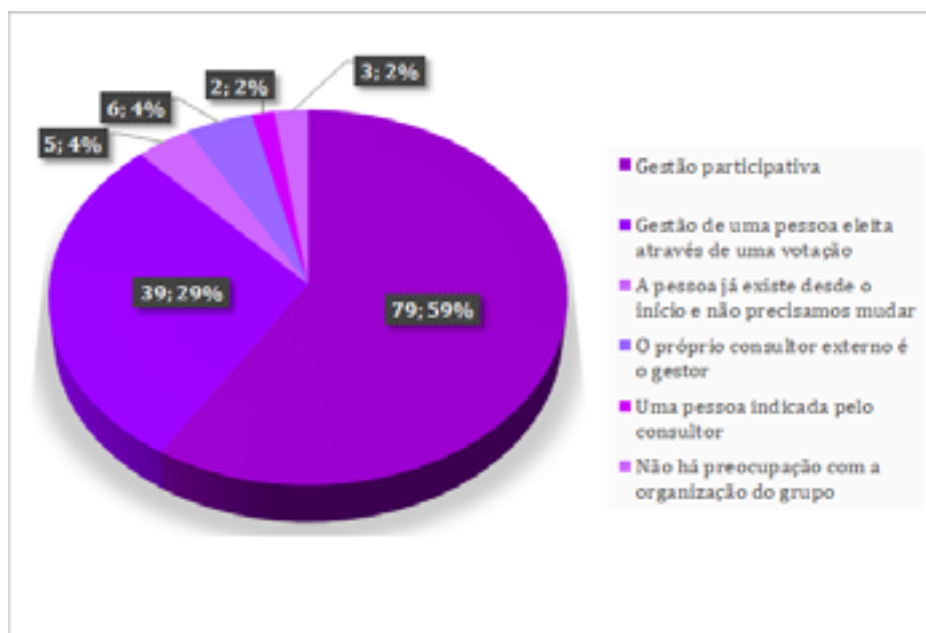
reforçam a percepção de que o grupo é uma referência de qualidade do produto, através da troca de saberes e experiências.

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



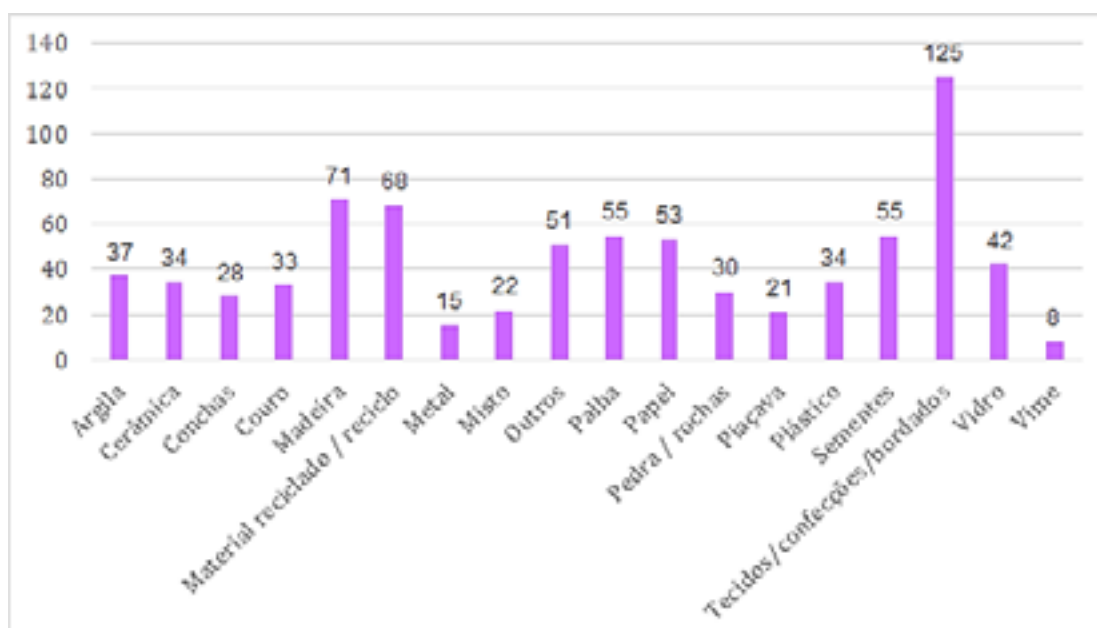
Para fazer parte de um grupo, o artesão precisa demonstrar, entre seus pares, a qualidade do seu trabalho expresso em produtos (**84 registros**), no acabamento das peças (**56 registros**) ou a tipologia do produto (**30 registros**). Porém, outro aspecto relevante, foi demonstrar disponibilidade de 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.

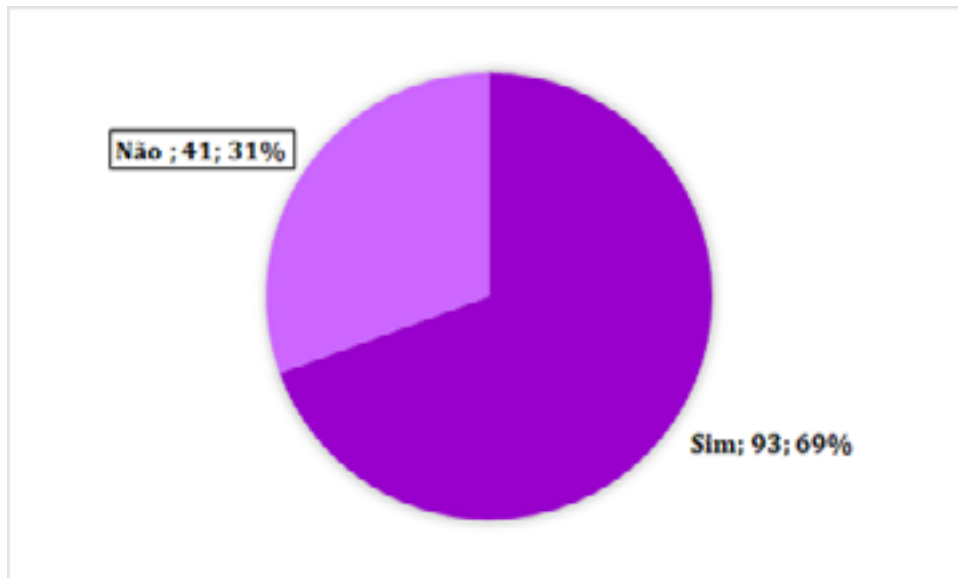
Quais os TIPOS de materiais utilizados na produção do grupo?



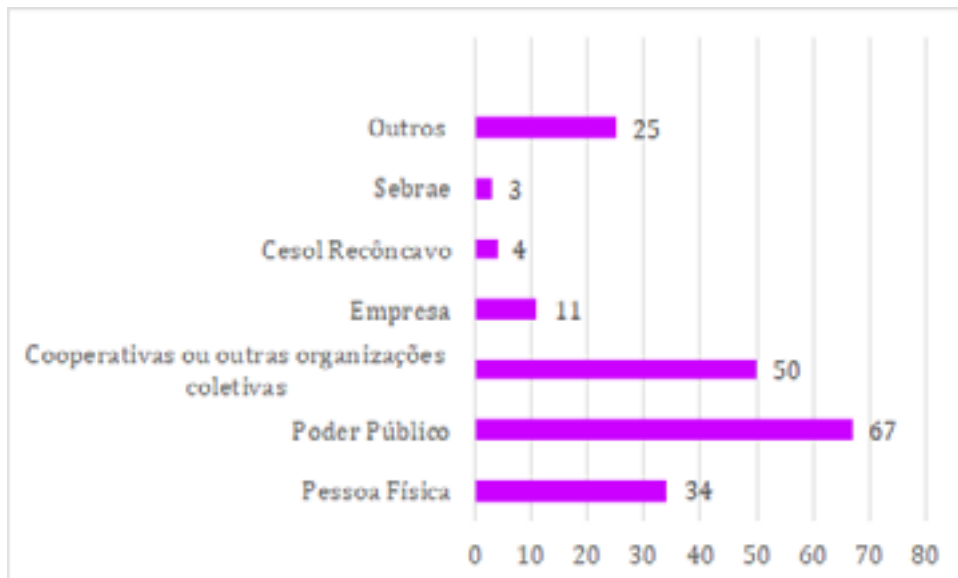
Sabemos que a Bahia possui enorme variedade de tipologias artesanais e nesta pesquisa alguns materiais têm aparecido de forma

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?



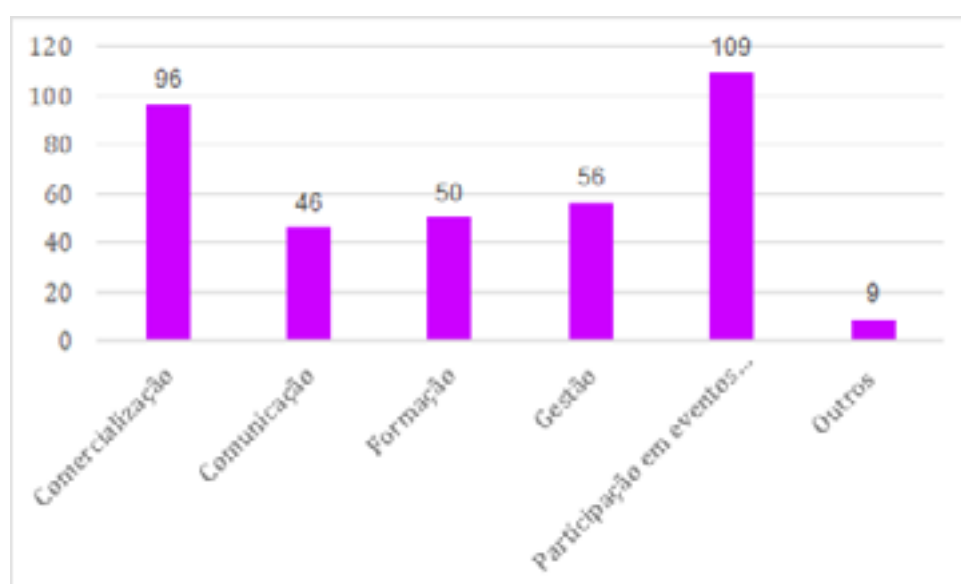
Se você respondeu sim, caracterize o(s) tipo(s) de agente(s) parceiro(s)



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,

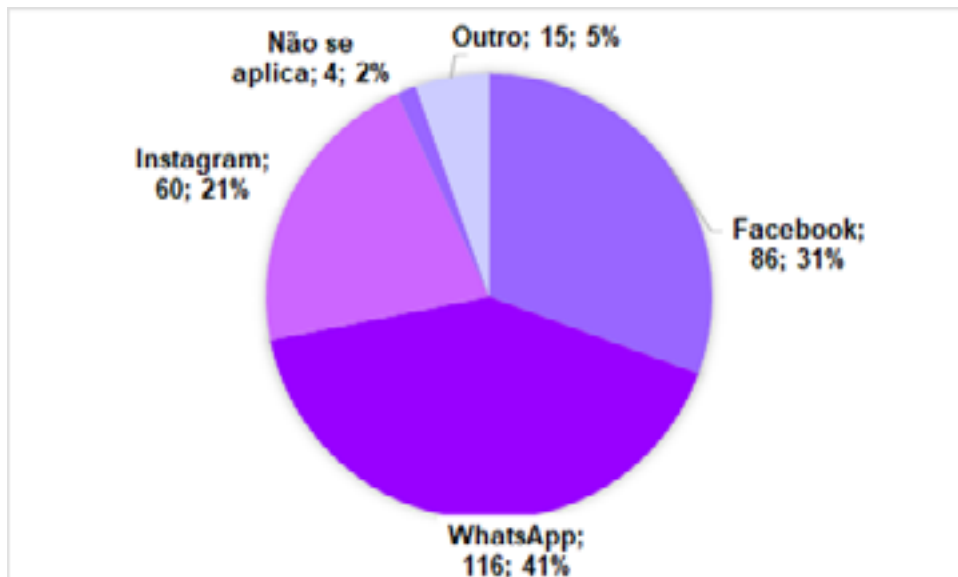
aparecendo em **34 registros**, bem como empresas, com **11 registros**. Percebemos que o Cesol Recôncavo aparece de forma isolada, embora seja uma política do Governo do Estado, através da SETRE, e outras instituições e órgãos públicos e do terceiro setor foram igualmente citadas em “Outros”. Esse “erro” 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?



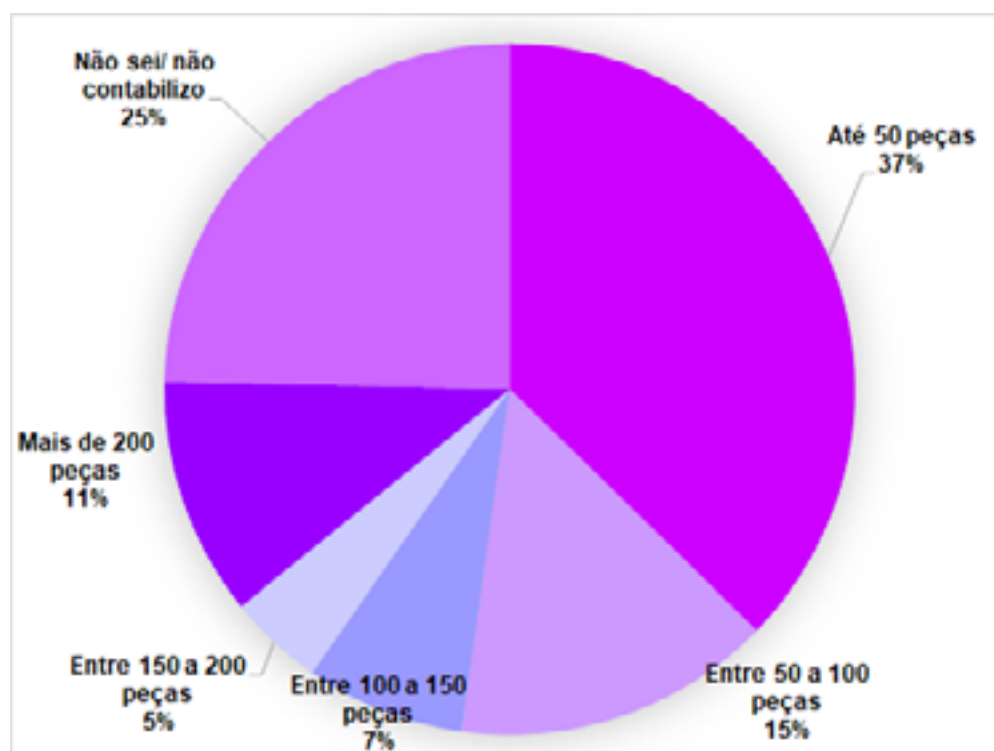
A amostra revela que os grupos já estão acessando a internet com mais facilidade e iniciando suas atividades nas redes sociais. O whatsapp aparece com **41%** dos registros, seguido do Facebook, com **31%**, e Instagram, com **21%**. Um pequeno percentual da amostra (**7%**) não utiliza redes sociais 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?



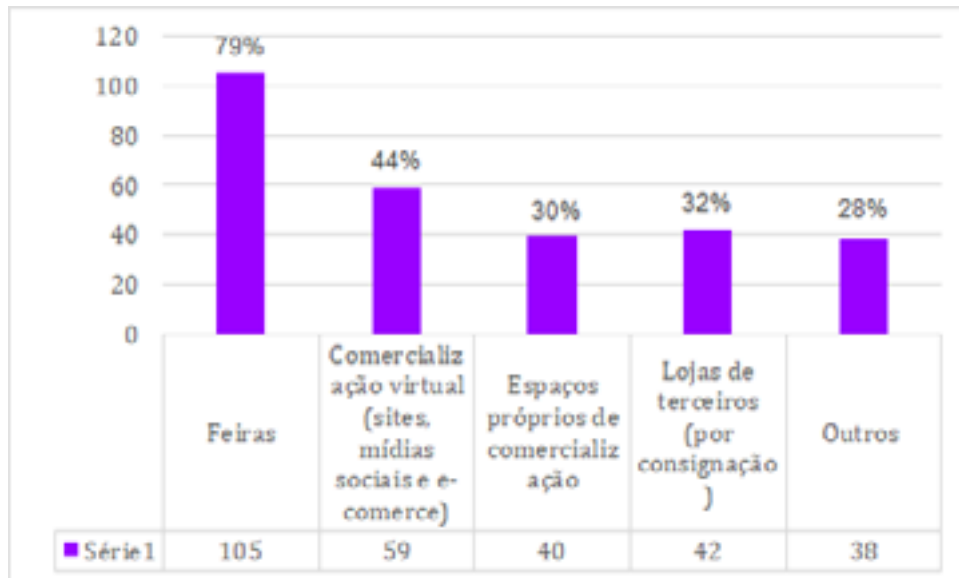
A participação desses grupos nas redes sociais tem ocorrido de forma espontânea, para divulgação de produtos e eventos (**34%**), publicação de informações do grupo (**28%**) ou venda de produtos (**23%**). Existe, como veremos adiante, uma expectativa dos grupos em dominar técnicas de comunicação e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

Qual a produção mensal do grupo?



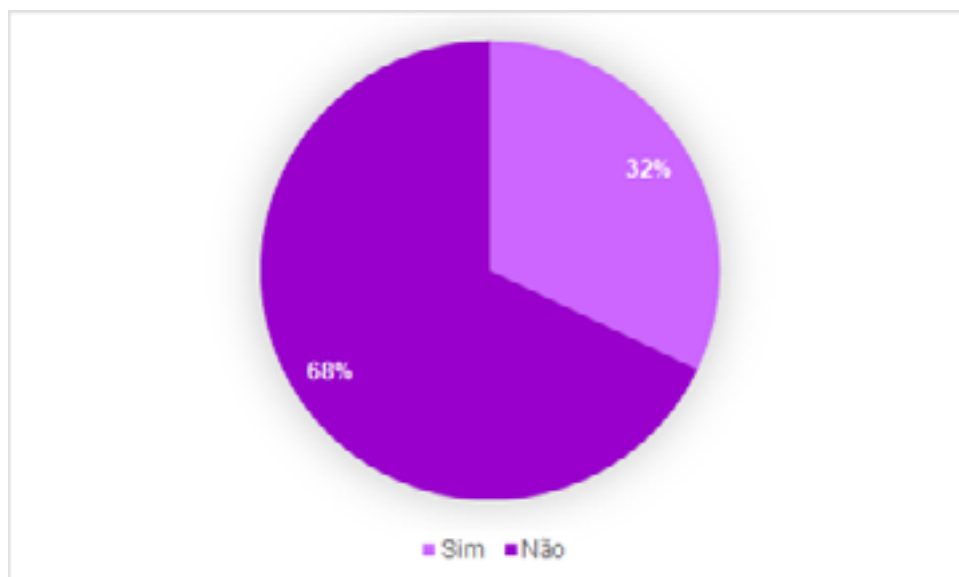
A produção dos grupos não difere muito do resultado encontrado na pesquisa individual, que revela que o menor número de peças tem o maior percentual de respostas. O percentual de **37%** dos respondentes diz que o grupo produz até 50 peças, seguido de “não sei informar ou não contabilizo”, com **25%** 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?

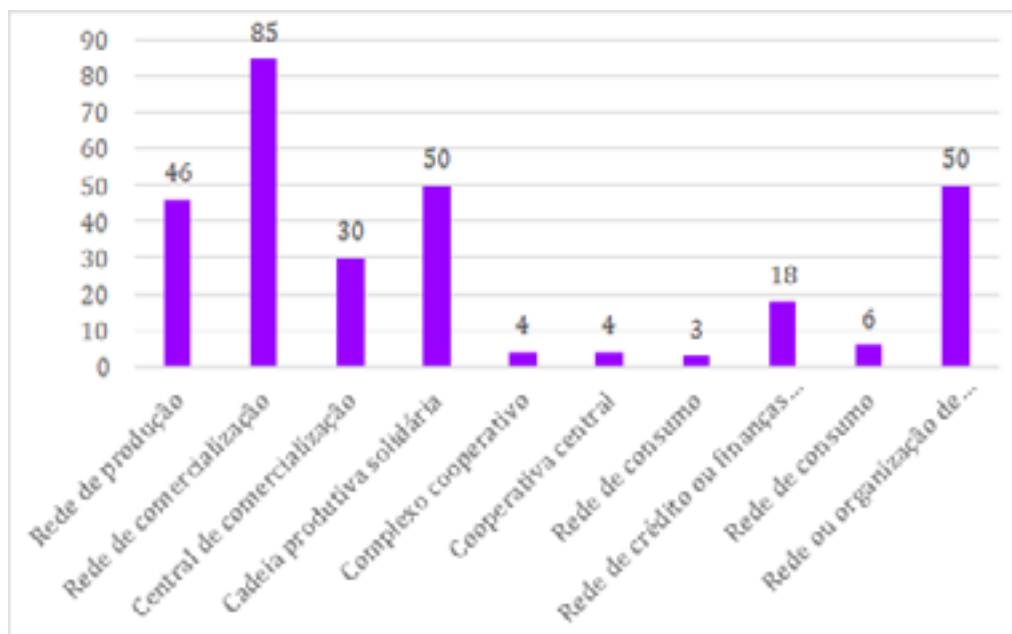


Os grupos têm nas feiras locais e regionais seu principal meio de escoamento da produção, aparecendo em **105 registros**, seguido pela comercialização digital, que já aparece com **59 registros**, ultrapassando as lojas e espaços próprios de comercialização.

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

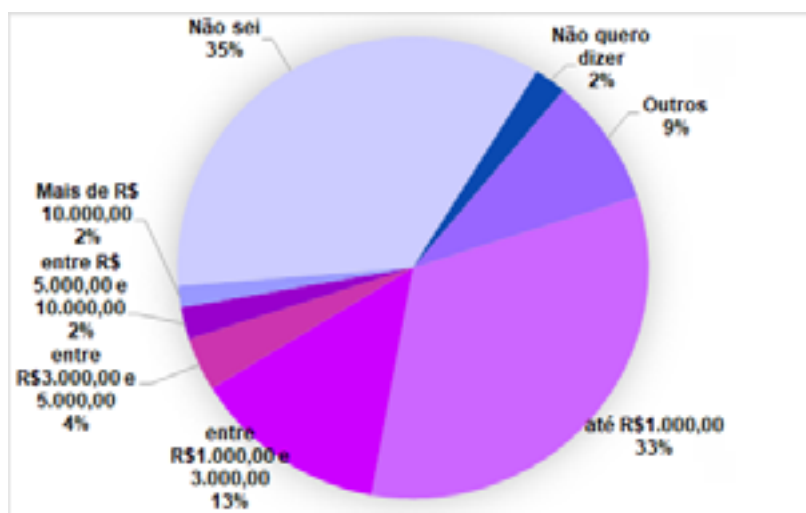


Se a resposta foi sim, especifique na listagem abaixo



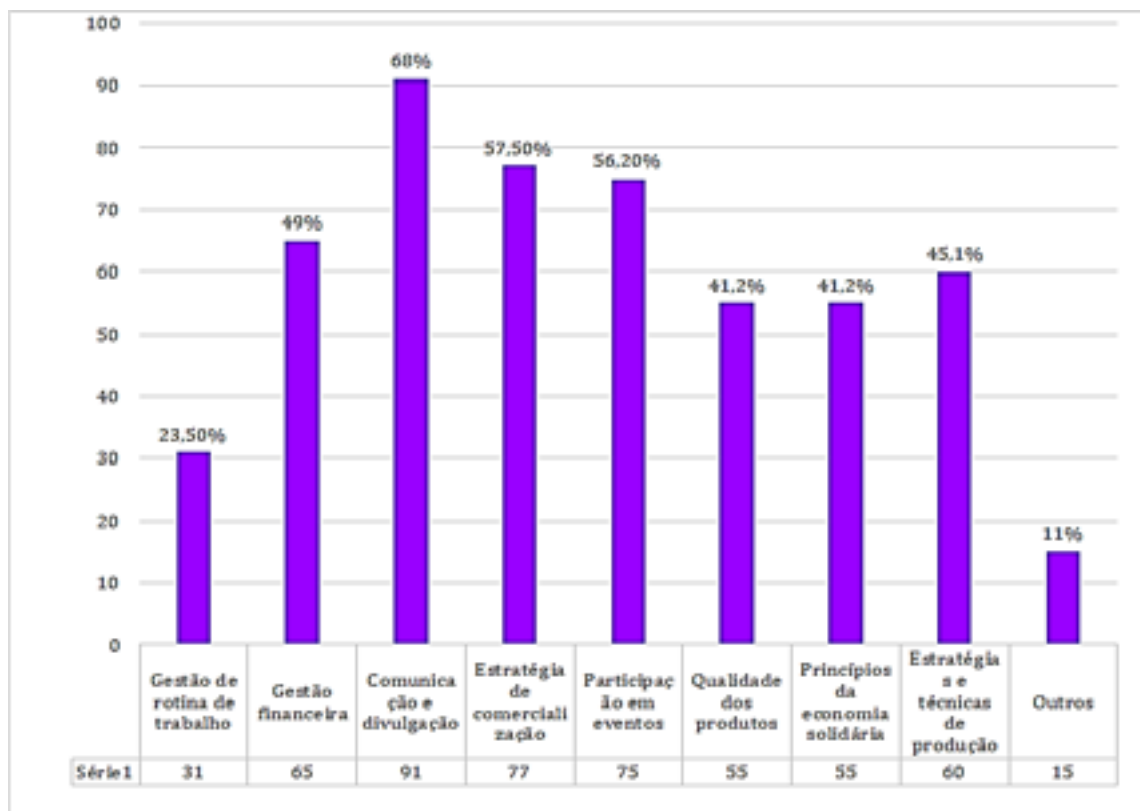
Um percentual expressivo, **68%** da amostra, não participa de nenhuma rede, que focalize a produção, comercialização, consumo ou crédito para o segmento de artesanato. Dos **32%** que participa dessas estruturas horizontais, a comercialização aparece como principal, com **85 registros**, seguida de “cadeira 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 gera 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.; FROELIC, 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 DECORAÇÕES 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

TO DO TEAR - MARIA DO CARMO SOARES CAVALCANTE-ME

ENCAN

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: CCBF 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:** SÃO PAULO **CEP:** 01153-000

Estado: SÃO 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: andjalcores@gmail.com **Home Page:**

Contato: ANDJA LETÍCIA CRUZ SOARES

Departamentos: **Comercial:** ANDJA LETÍCIA CRUZ SOARES (andjalcores@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: DÉCOR 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

DIAGNÓSTICO ARTESANATO DA BAHIA

GOVERNO DO ESTADO DA BAHIA
Ruy Costa

SECRETARIA DO TRABALHO, EMPREGO RENDA E ESPORTE
Davidson Magalhães

COORDENAÇÃO DE FOMENTO AO ARTESANATO
Luciana Embilina

ASSOCIAÇÃO FÁBRICA CULTURAL

PRESIDENTE
Margareth Menezes

DIRETORA EXECUTIVA
Jaqueline Azevedo

DIRETORA DE PROJETOS
Teresa Carvalho

EQUIPE DE PESQUISA

Consultoria
Rodrigo Lyra - Isope Consultoria

Coordenação de Pesquisa
Rodrigo Soares
Tatiane Souza

Assistentes de Pesquisa
Taís Leony
Islainy Silva

Aplicadores
Maria Angélica Magalhães
Paula Cintra
Silas Santos
Eliana Calheira

Coordenação Administrativo-financeira
Carolina Denise Sales

Coordenação de Comercialização
Eliana Calheira

Coordenação de Comunicação
Karlene Rios

Coordenação de Qualificação
Maria Angélica Magalhães

Designer
Mariana de Paula

Equipe Coordenação de Fomento ao Artesanato

Coordenador II

ANTONIO RIBEIRO DE ALMEIDA

Assessoras Técnicas

MARIA AUGUSTA SERGIO CONCEIÇÃO

NADJA MIRANDA DE CARVALHO

Analista Técnica

ROSA FIDALGO SANCHEZ

Assistente Social

LEDA MARIA BAHIA DE SOUZA

Técnicos

ADEILDES RIBEIRO PIRES

ANDRÉ MIRANDA SANTOS

ARLETE DA CUNHA GUIMARÃES SANTOS

CAIO DE OLIVEIRA FERNANDES

HEBER PEIXOTO CISNEIROS

JOSELITO JOSE PINTO

REGINA CÉLIA SANTANA SAMPAIO

Técnica de Nível Superior

ANA CLAUDIA ALCANTARA REIS

Estagiária

INGRID XAVIER DE LIMA

Motorista

JUVANEY SOUZA

Equipe de Apoio

MARIA ALICE DA SILVA SOUZA



Realização:



**Fábrica
Cultural**

SECRETARIA DO TRABALHO,
EMPREGO, RENDA E ESPORTE



**GOVERNO
DO ESTADO**