Relatório
2025

Rede Artesol
artesanato
do brasil

O projeto **Rede Artesol - Artesanato do Brasil** - Plano Anual Artesol 2025 (Pronac 246643) é realizado pela Artesol, sendo viabilizado por meio da Lei Rouanet, patrocinado pela Vale.

Lei Rouanet
Incentivo a Projetos Culturais

Patrocínio Institucional Master

VALE

Realização

ARTESOL

MINISTÉRIO DA CULTURA

GOVERNO DO BRASIL
DO LADO DO POVO BRASILEIRO

RELATÓRIO REDE ARTESOL - SÉTIMA EDIÇÃO

Com a sétima edição da **Rede Artesol – Artesanato do Brasil** reafirmamos a potência de um projeto construído no tempo longo, a partir da escuta, da presença e da articulação entre pessoas, territórios e saberes. Em mais um ano, a Rede se consolida como um processo contínuo, que se renova a cada ciclo sem perder de vista os aprendizados acumulados ao longo de sua trajetória.

Este novo ciclo nasce do reconhecimento de que a produção artesanal situada exige políticas de cuidado, permanência e fortalecimento que só se constroem a partir de relações duradouras e estratégias integradas. A Rede é uma estrutura viva de apoio ao setor que atua simultaneamente no mapeamento e na visibilização das produções, na formação continuada, na inovação artesanal e na incidência cultural e institucional.

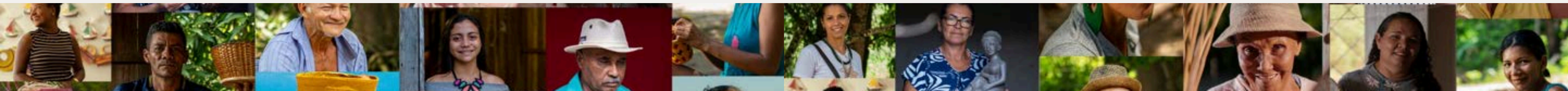
Ao longo deste ciclo, a Rede Artesol aprofundou sua atuação como espaço de encontro, escuta e construção coletiva. As ações realizadas buscaram fortalecer vínculos, ampliar repertórios e criar condições para que artesãos, mestres, associações e coletivos produtivos possam exercer maior autonomia sobre seus processos, suas narrativas e seus caminhos de sustentabilidade.

O Rede VII também consolida aprendizados fundamentais dos ciclos anteriores: a importância da presença territorial; o valor da escuta qualificada; a centralidade da gestão do conhecimento; e o papel estratégico da comunicação como prática política, capaz de disputar narrativas e ampliar o reconhecimento público do artesanato como patrimônio cultural vivo. Esses princípios orientaram as escolhas metodológicas e as ações desenvolvidas ao longo do ano, garantindo coerência entre propósito, prática e impacto.

Neste relatório, apresentamos os resultados e indicadores, mas sobretudo processos, histórias e relações construídas. São registros que evidenciam como a Rede se fortalece ao conectar diferentes atores do ecossistema do artesanato cultural brasileiro — artesãos, mestres, artistas populares, associações, organizações indígenas, espaços culturais, programas de fomento, pesquisadores, designers e parceiros institucionais — criando um campo fértil de trocas, aprendizados e colaborações.

Ao finalizar mais este ciclo, seguimos conscientes de que a construção de uma rede é um trabalho permanente. Os desafios permanecem, assim como a necessidade de ampliar políticas estruturantes para o setor. Mas permanecem também os vínculos, os aprendizados e a certeza de que o fortalecimento do artesanato cultural brasileiro passa, necessariamente, pela valorização das pessoas, dos saberes e das histórias que o sustentam.

Rede Artesol - Artesanato do Brasil é uma rede de apoio e articulação que envolve 575 membros, impactando mais de 16.000 artesãos do Brasil. Na prática, a iniciativa organiza e fortalece o ecossistema do artesanato de tradição cultural do país ao mapear, sistematizar, capacitar, divulgar e conectar os diversos agentes dessa cadeia produtiva.



MEMBROS

DA REDE

ARTESÃOS

Criativos que atuam na produção artesanal tradicional de forma independente, destacando-se pela qualidade técnica das suas criações. Não estão ligados a associações ou coletivos.

ARTISTAS POPULARES

Criativos que desenvolvem um trabalho autoral. Suas obras são de altíssimo reconhecimento estético e artístico. Os artistas populares se inspiram em suas regionalidades, crenças, lendas e costumes típicos de sua cultura.

MESTRES ARTESÃOS

Reconhecidos por seus pares, comunidade ou pelo governo pela singularidade e valor simbólico do seu trabalho para a cultura nacional e pelo relevante papel de repasse do conhecimento para as futuras gerações.

ASSOCIAÇÕES

Grupos de artesãos formalizados que atuam com uma técnica artesanal específica ligada à identidade cultural do seu território.

PROGRAMAS DE APOIO

Programas governamentais ou do terceiro setor que apoiam os artesãos brasileiros, seja por meio de capacitação, divulgação, articulação ou comercialização.

EMPRESAS DE COMERCIALIZAÇÃO

Lojas ou espaços de venda da produção artesanal do país que difundem a importância cultural dos objetos, promovendo os princípios do comércio justo no Brasil.

ESPAÇOS CULTURAIS DE FOMENTO

Equipamentos culturais da iniciativa pública ou privada que possuem coleções, acervos e exposições permanentes ou temporárias ligadas ao artesanato e à arte popular brasileira.

ORGANIZAÇÕES INDÍGENAS

Associações indígenas ou ONG’s que atuam no apoio ao desenvolvimento e/ou comercialização do artesanato de etnias indígenas.

EIXO 1

Articulação da Rede e Fortalecimento do Ecossistema

A REDE COMO ESTRUTURA VIVA E POLÍTICA DO ARTESANATO CULTURAL BRASILEIRO

A articulação em rede constitui o eixo estruturante de todas as ações da Rede Artesol – Artesanato do Brasil. Mais do que promover iniciativas pontuais, este eixo sustenta uma estrutura relacional, política e institucional contínua, voltada à conexão entre pessoas, territórios, saberes e organizações que atuam no campo do artesanato cultural brasileiro.

Historicamente marcado pela fragmentação — com iniciativas isoladas, baixa circulação de informações e limitada incidência em espaços institucionais — o campo do artesanato demanda estruturas permanentes de mediação, escuta e articulação. Nesse contexto, a Rede Artesol consolida-se como um ecossistema articulado, com processos estáveis de comunicação, reconhecimento institucional ampliado e maior capacidade de incidência no setor.

COMO ESSA ARTICULAÇÃO ACONTECE NA PRÁTICA?

ARTICULAÇÃO COTIDIANA E COESÃO DA REDE

A gestão permanente dos canais de comunicação interna — incluindo grupos de WhatsApp, canais de transmissão e interlocuções diretas com membros — foi central para garantir a coesão da Rede e a circulação contínua de informações estratégicas ao longo do ano.

Esses canais viabilizaram:

1. Divulgação de oportunidades institucionais, formativas e comerciais;
2. Compartilhamento de conteúdos relevantes para o setor;
3. Escuta ativa de demandas dos territórios;
4. Mediação de conexões entre artesãos, coletivos, parceiros e instituições.

Trata-se de um trabalho contínuo de manutenção do tecido social da Rede, fundamental para o fortalecimento de vínculos de confiança, a cooperação entre pares e a consolidação de uma identidade coletiva.

EM NÚMEROS

575 membros **articulados diretamente** (artesãos individuais, coletivos produtivos, representantes institucionais e lojistas);

+16K artesãos **impactados pelas ações da Rede** ao longo do ano;

89,24%

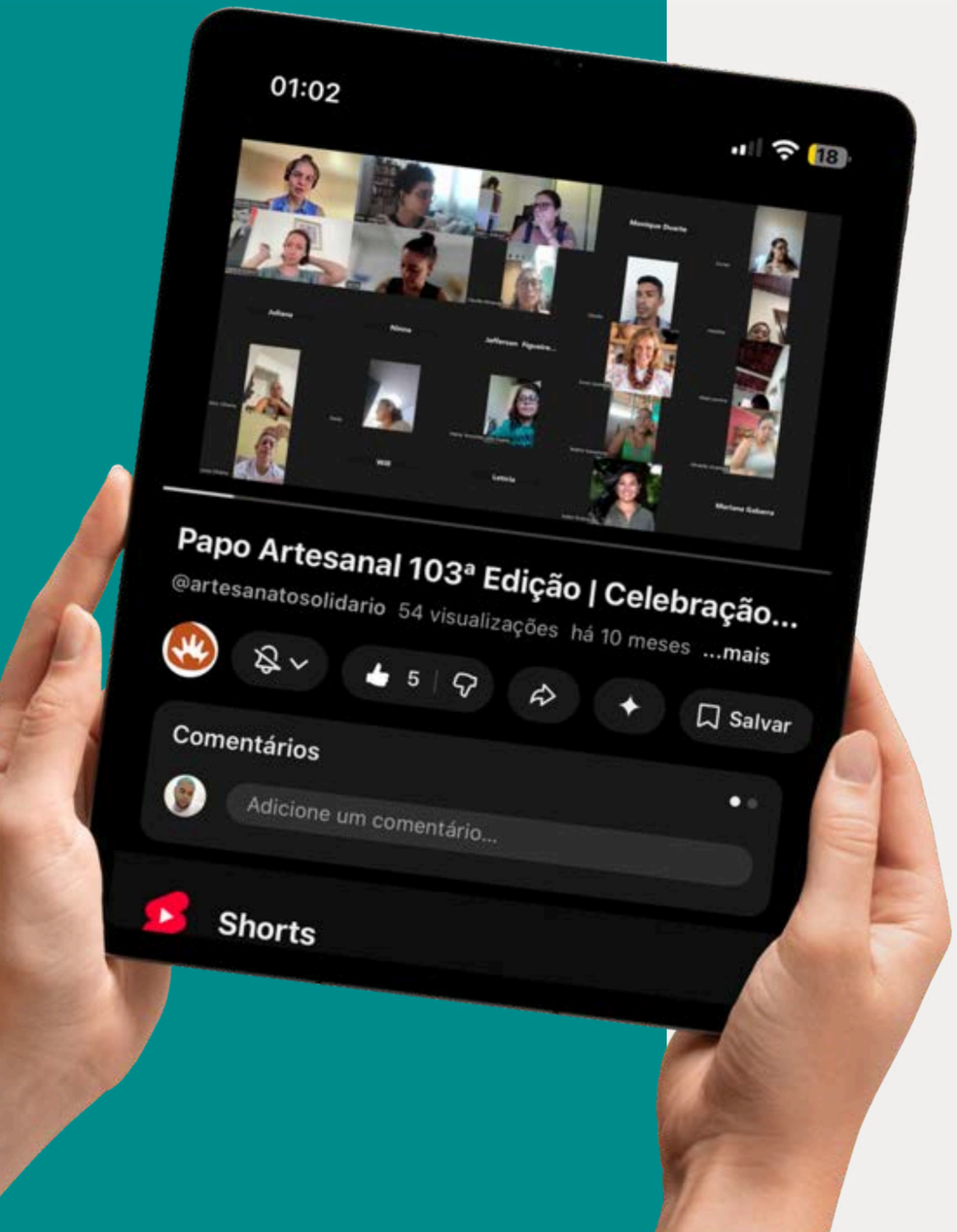
mulheres

10,76%

homens;

1.203 integrantes de **Povos e Comunidades Tradicionais** (PCTs);

75,18% com renda mensal de até **1 salário mínimo**.



ESPAÇOS DE TROCA, ESCUTA E CONSTRUÇÃO

Os encontros do **Papo Artesanal** consolidaram-se, em 2025, como um dos principais dispositivos de articulação, escuta qualificada e fortalecimento do campo. Realizados em formato virtual e síncrono, os encontros funcionaram como espaços de diálogo entre experiências práticas, saberes locais, políticas públicas e reflexões técnicas.

A curadoria dos temas respondeu a desafios estruturais do setor, contribuindo para ampliar a compreensão dos artesãos sobre o campo em que atuam e fortalecer posicionamentos coletivos.

EM NÚMEROS

10 encontros realizados;
+15 horas de formação;
(MÉDIA) **50** participantes por encontro;
+500 artesãos impactados diretamente.

TEMAS ABORDADOS

Educação Financeira; Celebração do Dia do Artesão; Comércio Justo; Inovação no Artesanato Tradicional; Feira Nacional de Negócios de Artesanato (FENEARTE/Olinda/PE) e os desafios da embalagem e envio de peças delicadas; Crédito para pequenos produtores; Turismo de Base Comunitária e Artesanato; Laboratório de Inovação Artesanal; Participação em Feiras (lançamento do novo curso do CAAIS); Papo de Encerramento do Ano.

ARTICULAÇÃO INSTITUCIONAL E INCIDÊNCIA NO SETOR

Outro componente central deste eixo foi a articulação institucional e a incidência política. A equipe da Rede Artesol participou ativamente de reuniões, grupos de trabalho e fóruns estratégicos, fortalecendo seu papel como interlocutora qualificada do artesanato cultural brasileiro.

Essa atuação possibilitou levar as perspectivas dos artesãos e dos territórios para espaços de decisão, ampliando o impacto do projeto para além dos beneficiários diretos.

DESTAQUES

Participação da coordenação do projeto no **Grupo de Trabalho sobre Qualificação**, organizado pelo **Programa do Artesanato Brasileiro** (PAB/MEMP);

Reuniões de alinhamento do **Acordo de Cooperação Técnica** (ACT) com o PAB/MEMP;

Articulação internacional com a **Michelangelo Foundation** para a publicação **The Master's Touch**;

Articulação com o **Museu A Casa do Objeto Brasileiro** para a elaboração de um **Seminário Internacional sobre Artesanato Brasileiro** e **Evento de lançamento do Laboratório de Inovação Artesanal**;

Participação no **ciclo de pesquisa** da **Biotrails** sobre **Artesanato Indígena**, em Brasília em setembro;

Presença ativa em eventos como o **V Encontro de Saberes Artesanais** (Ubatuba/SP), em outubro, e o **Mercado de Indústrias Criativas do Brasil – MICBr** Iberoamérica (Fortaleza/CE), em dezembro;

PRESENÇA TERRITORIAL E ATIVAÇÃO DE VÍNCULOS PRESENCIAIS

A presença institucional da Rede Artesol em feiras, salões e eventos nacionais foi fundamental para fortalecer vínculos presenciais, ampliar articulações e ativar relações duradouras entre membros da Rede e parceiros estratégicos.

Esses espaços foram compreendidos não apenas como ambientes de comercialização, mas como territórios de articulação, nos quais a Rede atuou como mediadora de conexões entre artesãos, lojistas, curadores, designers e instituições.

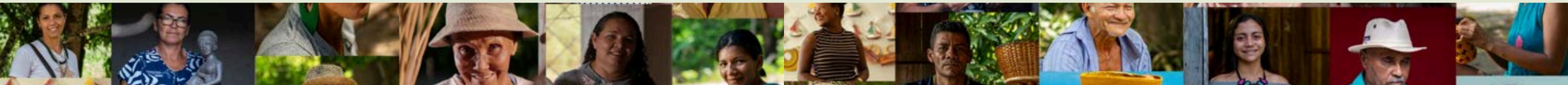
DESTAQUES

- Presença institucional no **Salão do Artesanato** (SP), em maio, e na **25ª Fenearte** (Olinda/PE), em julho;
- Articulação e mapeamento no **11° Encontro e Feira dos Povos do Cerrado** (Brasília/DF), em setembro;
- Presença no **Revelando São Paulo**, em setembro;
- Articulação com membros da Rede na **Semana Criativa de Tiradentes** (MG), em outubro;
- **Feira de Artesanato do Cariri** (Crato/CE), em junho;
- **Feiarte** (Fortaleza/CE), em dezembro.

RESULTADOS DO EIXO

As ações desenvolvidas neste eixo geraram impactos estruturantes, que ultrapassam resultados imediatos, destacando-se:

1. Fortalecimento da coesão e da identidade coletiva da Rede;
2. Ampliação da circulação de informações e oportunidades;
3. Qualificação do debate público sobre artesanato cultural;
4. Maior presença e reconhecimento do setor em espaços institucionais;
5. Ativação de redes de colaboração entre diferentes perfis de atores.



EIXO 1

Mapeamento, escuta e produção de conhecimento

CONHECER PARA CUIDAR, PLANEJAR E INCIDIR

O Eixo II reúne as ações voltadas ao **mapeamento**, à **escuta qualificada** e à **produção sistemática de conhecimento** sobre o artesanato cultural brasileiro. Essas ações enfrentam um desafio estrutural do setor: **a dificuldade de transformar experiências, práticas e saberes em informação estratégica, capaz de orientar políticas públicas, projetos e ações de longo prazo.**

A produção de conhecimento opera de forma integrada ao planejamento, à avaliação e à tomada de decisão, evidenciando o amadurecimento metodológico da Rede Artesol enquanto plataforma nacional de conhecimento construída a partir dos territórios.

MAPEAMENTO E ENTRADA QUALIFICADA NA REDE

O mapeamento de novos membros é feito via **chamamento público,** que é um dos principais instrumentos de escuta, ampliação e qualificação da Rede Artesol. Por meio dele, é possível identificar territórios, técnicas, formas de organização produtiva, trajetórias e desafios enfrentados por artesãos e coletivos em diferentes regiões do país.

A entrada de novos membros é acompanhada por entrevistas estruturadas, garantindo uma compreensão aprofundada dos contextos produtivos e das expectativas em relação à Rede, fortalecendo o vínculo institucional desde o início.

EM NÚMEROS

40

novos membros selecionados:

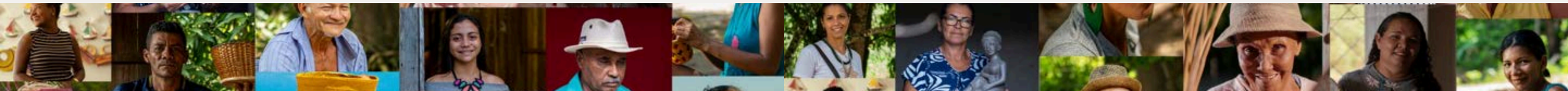
12 coletivos;
20 artesãos individuais;
8 espaços culturais e/ou organizações de fomento.

308 inscrições válidas em editais públicos;

72 coletivos,

190 artesãos individuais inscritos

46 espaços culturais e/ou organizações de fomento;



PRODUÇÃO DE PERFIS E VISIBILIZAÇÃO DE TRAJETÓRIAS

A escuta realizada no processo de mapeamento desdobrou-se na produção de perfis individuais e coletivos, transformando narrativas orais, histórias de vida e modos de fazer em documentação qualificada, construída a partir de entrevistas aprofundadas com os artesãos e pesquisa bibliográfica.

Esses perfis compõem um acervo público sobre o artesanato cultural brasileiro, subsidiando ações de comunicação, formação, articulação institucional e acesso a mercados.

EM NÚMEROS

45 perfis produzidos;

12 coletivos, associações, cooperativas e núcleos produtivos;

20 artesãos individuais;

8 espaços culturais e/ou organizações de fomento

5 novos territórios criativos

entrevistas com duração média de até **2** horas;

100% dos perfis validados e publicados na plataforma.

PESQUISAS E ESCUTA AMPLIADA DO CAMPO ARTESANAL

Em 2025, a Rede aprofundou a escuta do campo por meio de pesquisas estruturadas, com destaque para a pesquisa **“Sonhos e Desafios do Artesanato Brasileiro”**, de caráter qualitativo.

A sistematização dos dados permitiu identificar demandas comuns, lacunas e necessidades prioritárias, fortalecendo a capacidade da Rede de dialogar com parceiros institucionais e subsidiar ações de incidência no setor público e privado.

EM NÚMEROS

117

respondentes;

participação de artesãos e lojistas de

22 ESTADOS

pesquisa realizada entre janeiro e fevereiro de 2025, com análise concluída em abril.

GESTÃO DO CONHECIMENTO E INTELIGÊNCIA INSTITUCIONAL

A organização, sistematização e análise dos dados gerados — perfis, pesquisas, entrevistas e registros qualitativos — permitiram transformar informações dispersas em **inteligência institucional**.

Esse processo orientou o planejamento estratégico, a definição de prioridades e o diálogo qualificado com políticas públicas.

EM NÚMEROS

3 pesquisas realizadas, envolvendo **363 membros**;

1 pesquisa contínua para monitoramento de contatos e vendas via plataforma;

atualização permanente dos perfis dos membros.

RESULTADOS DO EIXO

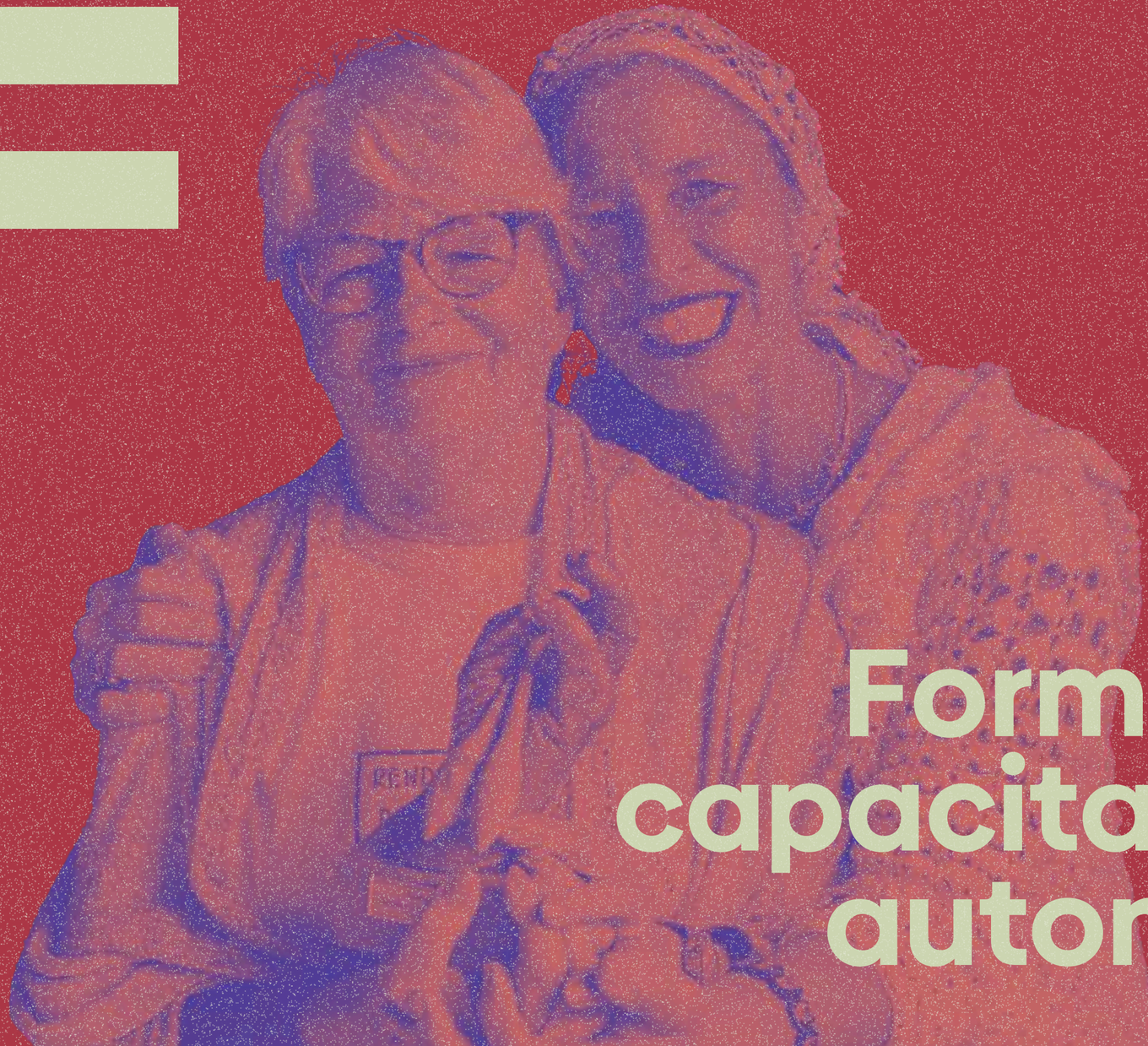
1 Ampliação e qualificação da base de membros, fortalecendo a capilaridade nacional da Rede.

2 Incorporação de novos territórios criativos, ampliando a diversidade regional representada na plataforma.

3 Realização e sistematização de pesquisas com abrangência nacional, identificando desafios, demandas e prioridades do setor.

4 Transformação dos dados produzidos em inteligência institucional, orientando planejamento estratégico e diálogo qualificado com políticas públicas e parceiros.

EIXO II



Formação, capacitação e autonomia

DA AÇÃO PONTUAL AO SISTEMA FORMATIVO CONTINUADO

DA AÇÃO PONTUAL AO SISTEMA FORMATIVO CONTINUADO

O Eixo III parte da compreensão de que a autonomia dos artesãos não se constrói por meio de ações isoladas, mas a partir de processos formativos contínuos, situados e articulados aos territórios. As formações operam como um sistema integrado, conectando capacitações presenciais, formações virtuais, mentorias e conteúdos digitais permanentes.

FORMAÇÃO TERRITORIAL: PRESENÇA, ESCUTA E ADAPTAÇÃO METODOLÓGICA

As capacitações presenciais para grupos produtivos priorizam a presença nos territórios e a adaptação das metodologias às realidades locais, com foco em capacidades práticas aplicáveis ao cotidiano produtivo.

EM NÚMEROS

239
artesãos diretamente impactados;

capacitações em
11 municípios em
8 estados brasileiros;

atividades realizadas entre maio e setembro de 2025;

+150
horas em campo.

Temas centrais: comunicação digital, uso de WhatsApp e Instagram, fotografia básica com celular e relacionamento com clientes.

INTEGRAÇÃO DOS NOVOS MEMBROS E FORMAÇÃO DE BASE

As **capacitações virtuais** garantiram o acolhimento e nivelamento de informações para novos membros individuais da Rede, **fortalecendo o vínculo institucional** desde o ingresso.

EM NÚMEROS

4 encontros virtuais (2 horas cada);

20 novos artesãos participantes.

MENTORIAS: ACOMPANHAMENTO ESTRATÉGICO PARA COLETIVOS PRODUTIVOS

O ciclo de **Mentorias 2025** envolveu **11 grupos produtivos da Rede**, representativos da diversidade de territórios, culturas e técnicas artesanais do Brasil. O percurso formativo foi estruturado em diferentes instâncias complementares, combinando mentorias individuais, encontros de time, mentorias coletivas temáticas e uma mentoria coletiva com convidada, criando espaços tanto para o acompanhamento de desafios específicos quanto para trocas entre pares, reflexão sobre temas transversais e contato com experiências externas.

Ao articular esses diferentes formatos, o programa buscou equilibrar diagnóstico individual, construção coletiva de conhecimento e fortalecimento da rede, reconhecendo a complexidade do fazer artesanal e a pluralidade de contextos em que ele se desenvolve. Os registros evidenciam não apenas conteúdos e orientações práticas, mas também **processos de troca**, **reconhecimento mútuo** e **ampliação de repertórios entre os grupos participantes**.

A metodologia integrou conteúdos do CAAIS, estudos de caso, ferramentas práticas e planos de ação personalizados, assegurando a aplicação imediata dos aprendizados nos territórios.

Há uma diferença muito grande entre as consultorias da Rede Artesol e as outras que já recebemos. Vocês realmente tocam a gente, mexem com a nossa alma. É verdade. Você fala de uma forma como se vivenciasse a realidade de cada grupo. As outras consultorias são mais formais, detectam os problemas, mas trazem um modelinho e acaba não tendo a mesma funcionalidade que a mentoria da Rede Artesol tem. Isso é gratificante!

Zuleide Ferreira - ARTEMB - Barro CE sobre a mentoria com a consultora Lisa Bueno

EM DESTAQUE

11 COLETIVOS CONTEMPLADOS

sendo mais de 50% indígenas

3

mentoras especializadas.

66 HORAS

de mentorias (individuais times+coletivas);

52 ARTESÃOS ATENDIDOS

CAAIS: FORMAÇÃO CONTÍNUA E ACESSO AMPLIADO

O Canal Artesol de Aprendizagem e Intercâmbio de Saberes (CAAIS) consolidou-se como a dimensão continuada do sistema formativo da Rede Artesol, garantindo acesso assíncrono aos conhecimentos produzidos a partir da experiência em campo.

Em 2025, foi lançada a nova versão da plataforma, com reorganização de todo o conteúdo produzido ao longo de cinco anos em seis cursos com emissão de certificados. Também foi lançado o curso **Feiras de Artesanato**, desenvolvido a partir de escuta estruturada junto à Rede, com pesquisa em quatro grandes feiras nacionais, participação de 21 entrevistados e produção de materiais didáticos próprios.

DESTAQUES

Lançamento da nova plataforma em 19 de março de 2025 (Dia do Artesão);

6 cursos, com **105 aulas** organizadas em **14 módulos**;

3.250 usuários;

405 inscritos nos cursos;

9 novas aulas produzidas em 2025;

22 pílulas de áudio formativas distribuídas via WhatsApp.

RESULTADOS DO EIXO

1 Ampliação da autonomia dos artesãos e fortalecimento da capacidade de decisão a partir do acesso a formações contínuas

2 Amadurecimento organizacional e comercial dos coletivos contemplados pela mentoria

3 Potencialização do alcance das ações por meio da combinação entre presença territorial e formação digital

4 Redução da desigualdade de acesso a informação e ampliação de oportunidades

EIXO IV

Inovação artesanal e acesso a mercados

TRADIÇÃO EM DIÁLOGO COM O PRESENTE

O Eixo IV reúne as ações da Rede Artesol voltadas à **inovação artesanal e ao acesso qualificado a mercados**, partindo do princípio de que tradição, criação contemporânea e inserção comercial não são dimensões opostas, mas complementares quando mediadas por processos éticos, colaborativos e contextualizados.

A atuação da Rede Artesol neste eixo busca criar ambientes protegidos de experimentação, nos quais a inovação emerge do diálogo entre saberes tradicionais, criação contemporânea e leitura crítica de mercado.

Esses processos são conduzidos com mediação institucional qualificada, assegurando o respeito às identidades territoriais, às dinâmicas produtivas e à autoria das artesãs, ao mesmo tempo em que ampliam suas possibilidades de circulação econômica e simbólica.

LABORATÓRIO DE INOVAÇÃO ARTESANAL (LAB)

Espaço de criação, formação e experimentação acompanhada

O Laboratório de Inovação Artesanal (LAB) consolidou-se como o principal dispositivo deste eixo. Estruturado como um programa anual, o LAB ultrapassa a lógica do desenvolvimento pontual de produtos, configurando-se como um processo formativo ampliado que articula escuta, pesquisa, experimentação técnica, acompanhamento criativo e fortalecimento organizacional.

Ao longo do percurso, artesãs e designers trabalham de forma colaborativa no desenvolvimento de novas coleções, seguindo a metodologia da Rede Artesol, que prioriza o respeito aos repertórios técnicos existentes, aos materiais locais, às temporalidades do fazer artesanal e às identidades culturais dos territórios. A inovação é compreendida como desdobramento do saber-fazer tradicional, e não como ruptura ou descaracterização.

Além da criação das peças, o LAB integra formações em gestão, comunicação, precificação e organização produtiva, reconhecendo que o acesso sustentável a mercados depende de um conjunto articulado de competências técnicas, simbólicas e organizacionais.

Fomos selecionados para fazer parte do LAB da Artesol em 2024, colhendo os resultados em 2025. Foi fundamental para mim e meu grupo, nos proporcionou viajar no tempo, nas lembranças dos nossos pais e avós com o designer Rodrigo Lyra. E o mais importante, nos mostrou que somos capazes de criar peças, transformando nossa autoestima através do nosso trabalho, que cada peça conta uma história vivenciada. O Lab transformou para melhor o meu grupo e realizou meu sonho de criar uma coleção, nos abriu portas.

Izabel da Silva Santos – Associação Quilombola Rufinos – Pombal PB

"Fomos selecionados para fazer parte do LAB da Artesol em 2024, colhendo os resultados em 2025. Foi fundamental para mim e meu grupo, nos proporcionou viajar no tempo, nas lembranças dos nossos pais e avós com o designer Rodrigo Lyra. E o mais importante, nos mostrou que somos capazes de criar peças, transformando nossa autoestima através do nosso trabalho, que cada peça conta uma história vivenciada. O Lab transformou para melhor o meu grupo e realizou meu sonho de criar uma coleção, nos abriu portas."

Izabel da Silva Santos – Associação Quilombola Rufinos – Pombal PB

LAB 2025

EM NÚMEROS

3 coletivos participantes, envolvendo **85 artesãs**;

282 horas de **formação presencial** junto às associações;

50 horas de **mentorias online** por grupo;

3 **coleções desenvolvidas**, com produção de catálogos e ensaios fotográficos profissionais;

38 **novos produtos** criados.

DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÕES E PARCERIAS CRIATIVAS

Autoria, identidade e diálogo contemporâneo

A partir do LAB, foram desenvolvidas **coleções autorais** que articulam identidade territorial, excelência técnica e diálogo com públicos contemporâneos. O processo incluiu pesquisa de referências, qualificação de acabamentos, definição de narrativas e preparação dos produtos para apresentação em mercados especializados.

As parcerias com designers foram estruturadas como relações horizontais, baseadas na troca de saberes, no reconhecimento explícito da autoria artesanal e na valorização dos processos coletivos. Esse modelo fortalece o protagonismo das artesãs e amplia o reconhecimento do artesanato como produção autoral, contemporânea e culturalmente situada.

COLEÇÕES DESENVOLVIDAS EM 2025

Coleção "Das Marias"
Chitarte (BA), com a designer
Camila Martins

Coleção "Cartografias do Invisível"
CooperartBan (AL), com a designer
Olívia da Silveira

Coleção "Pantaneiras"
Tece Arte (MT), com o designer
Sérgio Ribeiro Mello.

FORMAÇÃO AMPLIADA E DIÁLOGO COM O CAMPO DO DESIGN

O ano de 2025 foi especialmente marcante para o LAB Artesol por ampliar o próprio entendimento do programa e seu campo de atuação. A Rede Artesol abriu espaço para o diálogo estruturado com profissionais do campo criativo, promovendo o curso Design + Artesanato: pontes e processos.

Essa iniciativa responde a um diagnóstico construído ao longo dos anos: há um interesse crescente de designers em atuar junto ao artesanato tradicional, mas ainda são escassas as formações que abordam essa prática de maneira ética, consistente e conectada às realidades das artesãs e de seus territórios.

Ao investir também na formação de designers, a Rede Artesol atua de forma estruturante, qualificando futuras parcerias e fortalecendo um campo de atuação mais responsável e comprometido com os valores do artesanato cultural brasileiro.

EM NÚMEROS

5 encontros (2 horas cada);

60 ingressos pagantes;

32 bolsas gratuitas concedidas a artesãos da Rede Artesol;

14 professores convidados, que participaram pro bono como forma de apoio ao programa.

Temas abordados:

- Estratégias Criativas e Co-design;
- Estratégias de Marca e Narrativas Contemporâneas;
- Design Estratégico para o Artesanato;
- Laboratório de Inovação Artesanal: Experiências da Rede Artesol.

LANÇAMENTOS, EXPOSIÇÃO E INSERÇÃO EM MERCADOS ESPECIALIZADOS

O **encerramento da 3ª edição do Laboratório de Inovação Artesanal** foi marcado por um evento realizado em parceria com o **Museu A CASA do Objeto Brasileiro**, espaço de referência nacional na valorização da cultura material e do design.

O evento funcionou como uma síntese pública do percurso anual do LAB, articulando:

- **Espaço de conversa, troca e escuta;**
- **Visibilidade institucional para os processos desenvolvidos;**
- **Exposição das coleções;**
- **Venda direta ao público;**
- **Demonstração das técnicas em formato de ateliê aberto.**

RESULTADOS DO EVENTO

107 pessoas inscritas gratuitamente via Sympla;

volume de vendas no dia do evento:

R$ 15.995

Início de negociações comerciais com a Loja do MASP e com o próprio Museu A CASA, dois espaços de grande relevância no campo do design e da cultura material.

A comercialização das peças garantiu uma **fonte concreta de renda** para as associações participantes, reafirmando que a inovação artesanal, quando bem mediada, é também um **caminho legítimo para a sustentabilidade econômica dos territórios**.

Como desdobramento, foi realizado o Papo de Casa, conversa mediada por Helena Kussik, reunindo artesãs e designers participantes, ampliando o alcance do diálogo e a visibilidade das coleções junto a públicos especializados.

AMPLIAÇÃO DE ACESSO A MERCADOS E FORTALECIMENTO DA AUTONOMIA COMERCIAL

Para além dos lançamentos pontuais, as ações do **Laboratório de Inovação Artesanal** contribuíram para ampliar a capacidade dos coletivos de acessar mercados de forma mais autônoma, qualificada e estratégica.

O desenvolvimento de coleções autorais, catálogos profissionais e narrativas consistentes fortaleceu a apresentação institucional dos grupos, ampliando suas possibilidades de circulação comercial e inserção em espaços especializados.

DESTAQUES DE AMPLIAÇÃO DE MERCADO

Lançamento da Coleção **Raízes dos Rufinos** (desenvolvida no LAB 2024) na **Feira de Decoração e Utilidades Domésticas da ABUP**, em São Paulo, em parceria com a empresa Casa Bonita, em fevereiro, gerando **R$ 17.100** em renda para 10 artesãos do grupo Os Rufinos (PB);

Participação da **Associação Capim Dourado Pontealtense** (TO) na **Jornada Exportadora em Portugal**, com apoio da APEX, apresentando o catálogo da coleção desenvolvida no LAB 2024 e ampliando sua visibilidade internacional;

Apresentação da coleção desenvolvida pela **CooperartBan** no LAB 2025 nas **rodadas de negócios do MICBR**, fortalecendo o acesso direto do coletivo a compradores, curadores e parceiros institucionais.

RESULTADOS DO EIXO

1 Estruturação do Laboratório de Inovação Artesanal (LAB) como programa anual de formação e desenvolvimento de coleções autorais;

2 Geração direta de renda e inserção em mercados especializados;

3 Ampliação da qualificação técnica, narrativa e comercial dos coletivos participantes;

4 Fortalecimento da autonomia comercial e da sustentabilidade econômica dos territórios.

EIXO V

Comunicação, visibilidade e incidência cultural

COMUNICAÇÃO COMO PRÁTICA POLÍTICA E INSTITUCIONAL

comunicação é um eixo estratégico que atua para ampliar a visibilidade do artesanato e fortalecer a incidência cultural.
. As ações integraram portais, redes sociais, campanhas digitais e produção audiovisual, focando em narrativas que valorizam os territórios e protagonizam os artesãos.

A seguir, apresentam-se os principais resultados consolidados do ano com base nos relatórios de desempenho e métricas dos canais oficiais.

PORTAL REDE ARTESOL: MEMÓRIA, VISIBILIDADE E CONHECIMENTO

O portal consolida-se como estrutura central de comunicação e conhecimento da Rede, reunindo perfis, pesquisas, reportagens e registros das ações.

Nós do Fibra e Arte, do Quilombo do Campinho, estamos muito felizes com a divulgação da Rede Artesol. Desde nossa entrada, a Rede vem possibilitando cada dia mais divulgação do nosso trabalho, da nossa cultura, da nossa ancestralidade. Cada dia mais têm aparecido clientes, alguns distantes outros de bem perto, que acabam visualizando nosso perfil e entrando em contato.

Cátia Conceição Bento – Fibra e Arte – Quilombo do Campinho RJ

Os clientes começaram a entrar através do meu contato na Rede e isso ajudou a ASSAI. Aqui a gente conhece cada situação de cada mulher. A maioria que está na Associação são mulheres que sofrem, que são mães solteiras ou se tornaram viúvas e outras que perderam filho... Elas querem ser curadas da tristeza e da depressão. Então, elas se aproximam do grupo para se encontrar com as outras, pra distrair a mente, pra compartilhar a alegria do grupo e vender suas peças. Eu senti que eu fui muito ajudada assim.

Janete Martins, do povo Tariano – ASSAI
São Gabriel da Cachoeira - AM

EM NÚMEROS

151.069

sessões - **crescimento de 97%** em relação à 2024 (76.650 sessões)

64.179

usuários acessaram o site da Rede Artesol ao longo de 2025, representando **crescimento de 22,43% e**m relação ao ano anterior.

151.069

sessões registradas no ano, praticamente **dobrando o volume de acessos** em comparação ao período anterior (+97,09%).

76.085

sessões engajadas, com **crescimento de 71,29%**, evidenciando maior interação com os conteúdos publicados.

625.301

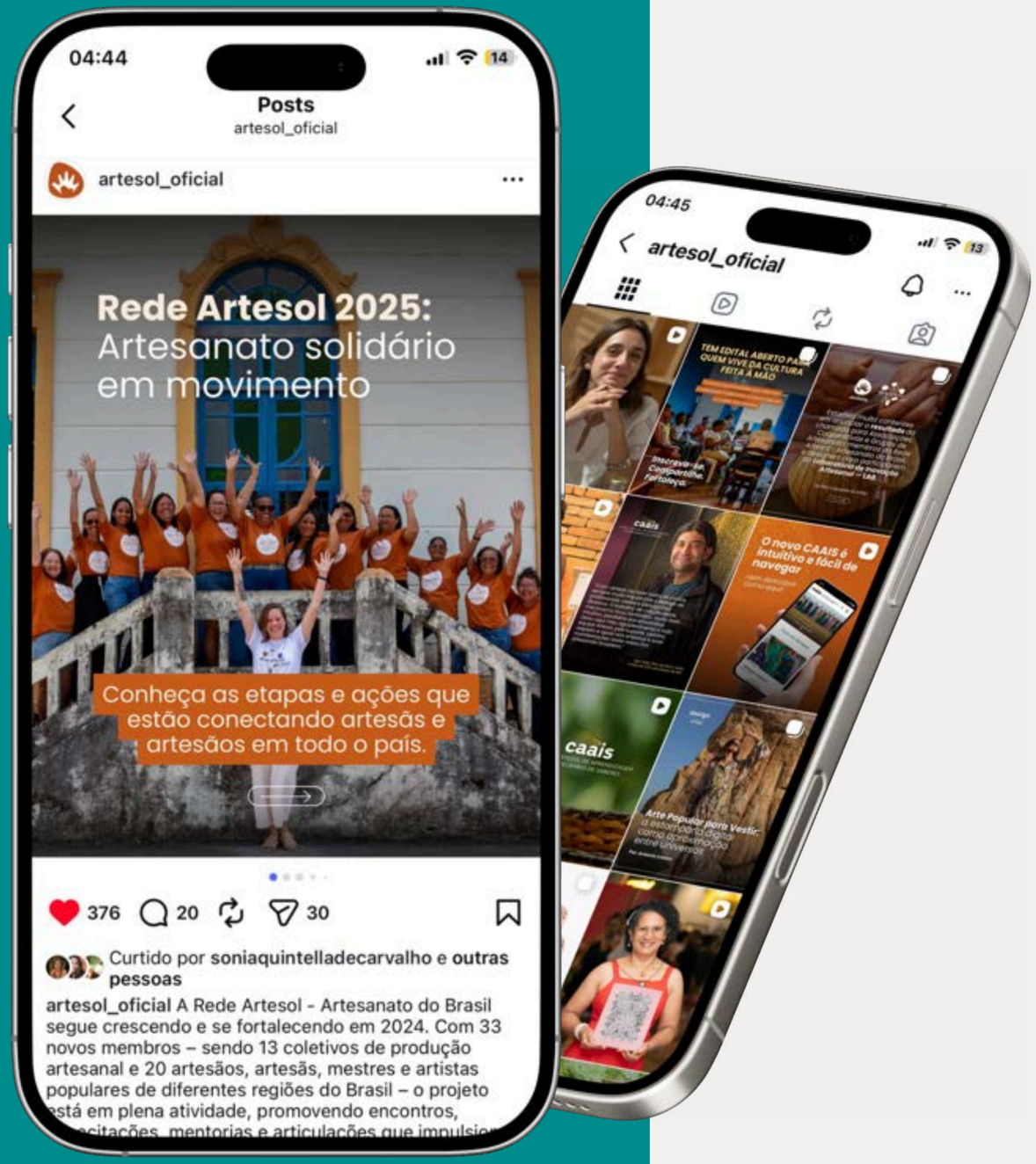
eventos (interações) realizados no site, um **aumento de 15,09%**, refletindo a intensificação do uso das funcionalidades da plataforma.

60%

dos contatos realizados via plataforma revertem em **venda**

Ampliação do alcance nacional da Rede por meio da plataforma digital

Publicação contínua de perfis, reportagens e conteúdos institucionais



REDES SOCIAIS E COMUNICAÇÃO DIGITAL

Ampliação de alcance e diálogo com públicos diversos

As redes sociais da Rede Artesol foram utilizadas como **canais estratégicos** de **difusão**, **diálogo** e **fortalecimento** de vínculo com diferentes públicos.

A comunicação digital articulou conteúdos informativos, editoriais e institucionais, valorizando os artesãos, os processos e os territórios.

O foco esteve na construção de uma **narrativa consistente** e **coerente** com os valores da Rede, evitando abordagens meramente promocionais e priorizando o conteúdo qualificado.

PERFORMANCE

@artesol_oficial

70.164 seguidores
No período anterior: **60.785**
Crescimento de **15,43%**
1.128.129 visualizações totais (orgânicas + pagas)

@artesol_oficial

17.688 seguidores
No período anterior: **17.614**
Crescimento de **0,42%**
861.822 visualizações da página
No período anterior: **525.886**
Crescimento de **63,88%**

@Artesanato Solidario

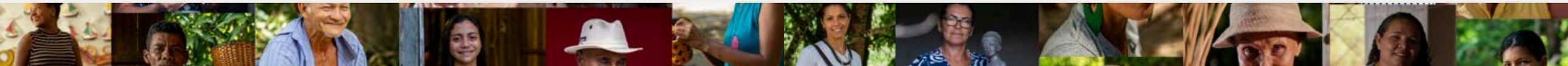
4.440 inscritos
No período anterior: **4.080**
Crescimento de **8,82%**
945.181 visualizações do canal

@ArteSol

2.280 seguidores
No período anterior: **2.079**
Crescimento de **9,67%**

institucional@artesol.org.br

21 e-mails enviados
28,85% taxa de abertura (média)
1,51% taxa de cliques (média)



ASSESSORIA DE IMPRENSA
E RELACIONAMENTO COM A MÍDIA

Incidência no debate público

Em 2025, a assessoria de imprensa desempenhou papel estratégico na **ampliação da presença do artesanato cultural no debate público**, atuando de forma contínua e propositiva no relacionamento com jornalistas, redações e veículos de comunicação. A atuação priorizou a construção de pautas qualificadas, contextualizadas e alinhadas às agendas contemporâneas de cultura, economia criativa, sustentabilidade, bioeconomia e desenvolvimento territorial.

O trabalho de imprensa esteve diretamente conectado às ações da **Rede Artesol** e do **LAB Artesol**, valorizando o protagonismo das artesãs, o reconhecimento de técnicas artesanais como patrimônio cultural e o impacto socioprodutivo gerado nos territórios.

As pautas articularam recortes locais e regionais a debates de alcance nacional, incluindo a inserção do artesanato brasileiro em contextos estratégicos como a COP30.

A cobertura obtida ao longo do período foi integralmente positiva, com presença em portais de grande alcance, televisão, rádio e imprensa impressa. Veículos como G1 (Globo), TV Globo/TV Tapajós, Diário Online (DOL), Jornal A Gazeta (impresso), Estadão Mato Grosso, RD News, Viva Decora, Jornal de Alagoas, entre outros, contribuíram para ampliar a visibilidade institucional da Rede Artesol e consolidar o artesanato como tema relevante nas agendas cultural, social e econômica.

DESTAQUES

Mais de **R$ 3,6 milhões** em Valoração Equivalente de Mídia (VEM), considerando os resultados consolidados dos meses de novembro e dezembro de 2025.

Cobertura 100% positiva, sem registros de menções negativas.

Mais de **20 inserções** qualificadas em veículos digitais, televisão, rádio e imprensa impressa.

Presença em veículos de **alcance nacional e regional**, incluindo grandes portais, TV aberta, rádio e jornais impressos.

Abrangência territorial ampla, com repercussão em diferentes regiões do país, fortalecendo a visibilidade nacional da Rede Artesol.

CAMPANHAS DIGITAIS E ESTRATÉGIAS DE ALCANCE AMPLIADO

Em 2025, a Rede Artesol utilizou campanhas digitais como ferramenta de **ampliação de alcance e fortalecimento institucional**, com foco na visibilidade qualificada de seus conteúdos e iniciativas. A estratégia esteve concentrada no uso do **Google Ad Grants**, permitindo presença consistente nos mecanismos de busca e direcionamento de tráfego para o portal da Rede de forma planejada, monitorada e orientada por dados.

As campanhas priorizaram termos e temas relacionados ao **artesanato cultural**, às **ações institucionais da Rede** e à **valorização dos territórios**, contribuindo para ampliar o reconhecimento público da atuação da Artesol no ambiente digital. O acompanhamento contínuo de indicadores como impressões, cliques, taxa de cliques e posição dos anúncios orientou ajustes e garantiu maior eficiência no uso dos recursos disponíveis.

EM NÚMEROS

5.366 **cliques direcionados** ao portal da Rede.

US$ 7.826,25 investidos em **campanhas digitais** por meio do **Google Ad Grants**.

55.925 **impressões geradas**, ampliando a **visibilidade institucional** da Rede Artesol no ambiente digital.

35,96% dos anúncios exibidos na **1ª posição nos resultados de busca**.

CTR média de **9,59%**, indicando alto nível de relevância dos anúncios.

CPC médio de **US$ 1,46**, refletindo eficiência na utilização do recurso.

O acesso ao **Google Ad Grants** posiciona a Artesol entre as organizações de impacto social **reconhecidas pelo Google** por sua relevância institucional.

RESULTADOS DO EIXO

1 Ampliação da visibilidade do artesanato cultural por meio de presença digital consistente e produção editorial qualificada;

2 Crescimento orgânico das redes sociais, com aumento do engajamento a partir de conteúdos relevantes

3 Atração de público qualificado para o portal da Rede por meio de estratégias orientadas por dados, incluindo campanhas realizadas via Google Ad Grants;

Presidente
Sonia Quintella de Carvalho

Vice presidente
Ana Lucia Gracioso Colletti Barbosa

Diretora adjunta
Sonia Regina Opice
Carla Marchese

Direção Executiva
Josiane Masson

Coordenação Adm-Financeira
Sheila Maiorali

Coordenação de Projeto
Helena Kussik

Coordenação técnica
Ana Clara A. Melo

Articulação
Rebeca Chiarini Alcantara

Administrativo
Elaine Rocha

Comunicação

Coordenação e conteúdo
Mariana Maria Oliveira

Design
Jefferson Figueiredo

Tráfego Pago
Guilherme Fagaraz

Produção Audiovisual
Theo Grahl / Mombak Coletivo
Nathália Abdalla

Assessoria de imprensa
Bacuri Comunicação

Programação e desenvolvimento web
Imaginarium Assessoria Empresarial Ltda
MVG Desenvolvimento Web Ltda

Suporte TI
PHS Brasil Consultoria em Informática

Contabilidade
Quality Serviços contábeis e
Sociedade Simples Pura

Captação de recursos
Gaia cultural Ltda

Auxiliar Administrativo
Elaine Oliveira da Rocha

Assessoria Administrativa
Amanda Turra

Advocacia
Olivieri Sociedade de Advogado
e Spalding Sertori Advogados

Ações da Rede:

1. Mapeamento e perfis
Ana Clara Melo
Laís Cordeiro Domingues
Mariana Martinelli de Barros Lima
Rebeca Chiarini Alcantara
Sílvia Figueirêdo Câmara

2. Capacitação
Ana Clara Melo
Helena Kussik
Isabel Franke
Júlio Ledo
Mariana Maria Pereira de Oliveira Pardo
Rafaelle Maria de lima
Rebeca Chiarini Alcantara
Suellen Mangueira

3. Produção fotográfica

Produção
Rebeca Chiarini Alcantara

Fotógrafos
Francisco Samuel Macedo Diniz
Melissa Lee Warwick
Luciano Santos Dayrell
Cubo Comunicação
Jaime Monteiro de Souza
Diego Lisboa
Pedro Paulo Beroth
Jefferson Figueiredo
Pedro Malaman
Rebeca Alcântara

4. Mentorias
Lisa Bueno
Paula Dib
Renata Mendes

5. Canal Artesol

Arquitetura de conteúdo
Renata Mendes

Apresentadora
Raquel Lara Rezende

Captação e edição
Theo Grahl

Desenvolvimento da plataforma
IWWA

6. Laboratório de Inovação Artesanal

Designers
Camila Martins
Olívia da Silveira
Sérgio Ribeiro Melo

Associações
Chitarte (BA)
CooperartBan (AL)
Tece Arte (MT)

Fotógrafos
Caroline Moraes
Fred Gustavos
Woulthamberg Rodrigues

Designer
Jefferson Figueiredo

Rede Artesol

artesanato do brasil